

马克思主义政治经济学视域下的美学批判及当代价值探析

余海平

武汉科技大学马克思主义学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年7月27日; 录用日期: 2026年9月11日; 发布日期: 2026年9月21日

摘要

以马克思主义政治经济学为理论基底的美学批判, 将资本主义生产方式作为核心剖析对象, 直指其与审美主体自由实践之间的根本对立, 这种对立直接造成审美活动主、客体条件的双重丧失。从政治经济学视角出发, 批判资本主义商品经济催生的形式美学同质化现象, 挖掘审美无意识背后的社会根源, 在此基础上探索重塑审美生命的现实路径。透过资本逻辑解析审美活动与文化生产的现实表征, 揭露资本主导下审美本质的扭曲与文化生产的异化问题。最终, 在对资本主义运行逻辑的深度批判中, 探寻审美回归自由本真的实践路径, 为解读并抵御当代社会中资本主义文化渗透提供理论支撑, 也为立足实践追求美好生活、实现人的自由全面发展奠定思想基础。

关键词

马克思主义政治经济学, 美学批判, 资本主义生产方式, 审美异化, 人的发展

An Analysis of Aesthetic Critique and Its Contemporary Value from the Perspective of Marxist Political Economy

Haiping Yu

School of Marxism, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: July 27, 2026; accepted: September 11, 2026; published: September 21, 2026

Abstract

Taking the Marxist political economy as its theoretical foundation, the aesthetic criticism regards the capitalist mode of production as the core object of analysis, and directly points to the fundamental

contradiction between it and the free practice of aesthetic subjects—a contradiction that leads to the dual loss of the subjective and objective conditions for aesthetic activities. From the perspective of political economy, it criticizes the homogenization of formal aesthetics brought about by the capitalist commodity economy, explores the social roots behind aesthetic unconsciousness, and on this basis, probes into the practical path for reshaping aesthetic life. By interpreting the realistic manifestations of aesthetic activities and cultural production through the capital logic, it exposes the distortion of aesthetic essence and the alienation of cultural production under the dominance of capital. Ultimately, through an in-depth criticism of the operational logic of capitalism, it seeks the practical path for aesthetic activities to return to their free and authentic nature, which provides theoretical support for interpreting and resisting the infiltration of capitalist culture in contemporary society, and lays an ideological foundation for pursuing a better life and realizing the free and all-round development of human beings based on practice.

Keywords

Marxist Political Economy, Aesthetic Criticism, Capitalist Mode of Production, Aesthetic Alienation, Human Development

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

美学活动的本质在于自由场域中构建审美主体与现实世界的互动联结,但这种本应自然存在的活动却在资本主义生产中被资本家追逐剩余价值的过程中被资本逻辑遮蔽与异化。当文化生产与美学实践中渗透了资本,审美主体的自主性被消解,审美课题的本质被商品化扭曲,资本主义社会的一切审美活动被迫沦为资本家追逐剩余价值的附庸,这种异化是马克思主义政治经济学视域下美学批判的核心讨论方向([1], p. 311)。学界以辩证唯物主义和历史唯物主义为方法论指导,以马克思主义政治经济学为批判基础,以经济基础和上层建筑的辩证关系为指导,将美学批判置于批判资本主义的视角下,这是在马克思思想整体性的基础上作的一次美学批判范式超越([1], p. 743)。基于此,这一研究不仅有利于深化对政治经济学与美学批判内在统一性的认识,更是抵御资本逐利对美学领域的侵蚀、以自由为基重构美学价值提供理论指引和方法借鉴。

2. 资本主义生产方式与审美主体自由的内在对抗

马克思的经典著作中并未构建独立的美学理论体系,却蕴含着丰富的美学思想内核,为剖析资本主义生产方式与劳动者之间的对抗关系提供了重要的美学分析视角。人的自由而全面发展是人类社会发展的终极追求,而资本主义生产方式的存在,成为阻碍这一理想实现的核心桎梏([1], p. 103)。马克思深刻指出,资本主义生产方式不仅对工人阶级的身体健康造成实质性损害,更对其精神世界形成严重压抑,资产阶级统治下的现实生存状态,成为广大劳动者追求自由全面发展的主要障碍。

2.1. 资本主义生产方式消解审美活动的主体基础

具有独立意识与自由意志的审美主体,是审美活动得以发生和展开的前提。在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思提出人的劳动本应是“自由的有意识的活动”,这种自由劳动正是审美主体形成与发展的根本依托,唯有在此基础上,人才能摆脱外在束缚,以自主的视角观照现实、感知美、体验美,并在

审美实践中彰显自身的本质力量([1], p. 534)。

资本主义生产方式以追逐剩余价值为核心目标,其运行逻辑从生理与精神两个层面消解着审美主体的存在基础。一方面,资本逐利的本质直接损害无产阶级的身体健康,将劳动者卷入异化劳动的漩涡。在资本主义生产体系中,劳动者丧失了对劳动形式的自主支配权,劳动沦为单纯维持基本生存的手段,劳动产品与劳动者相分离,劳动者既无法掌控产品的归属,也难以凭借劳动报酬获得自己生产的产品,最终造成劳动者与自身本质的异化([1], p. 800)。资本的逐利性使其无视工人阶级的健康与生命权益,若非工人阶级的联合反抗形成制约,资本家会无底线地压榨劳动者,超强度的劳动直接缩短了工人的生存周期。马克思在其《资本论》中多次提到工人的处境,他指出,在他们短暂的一生中,身体条件是非常恶劣的。马克思尖锐地批评到,在资本主义运转的背后,“一切发展生产的手段都转变为统治和剥削生产者的手段”,而一切所谓“提高社会劳动生产力的方法都是靠牺牲工人个人来实现的”,这些做法的结果就是使工人“被贬低为深受劳动折磨的机器的附属品”([2], p. 103),丧失人的整体性,生活被谋生需求完全占据,根本无从谈及审美追求与艺术体验。

当资本主义社会进入商品化深度发展阶段,审美主体的自由性与自主性被进一步侵蚀。在资本逻辑的主导下,一切存在都成为市场交换的对象,劳动者的商品化早已成为常态,审美对象也被塑造成可批量生产、售卖的文化商品,其经济价值被无限放大,艺术价值则被边缘化。更值得警惕的是,审美主体的审美能力在资本的规训下逐渐异化,资本家通过广告宣传、媒介引导等方式灌输消费主义价值观,使大众的审美取向日趋趋同,审美选择沦为消费主义的附庸。当审美主体丧失独立的判断与思考能力,成为资本操控下的消费者,审美活动的主体性便彻底消解。

另一方面,资本家无限制的逐利行为,以牺牲工人的精神世界为代价。马克思曾尖锐指出:“资本主义生产不仅浪费血和肉,而且也浪费神经和大脑。”[3]在资本主义社会中,工人身处恶劣的生存环境,缺乏接受良好教育的条件,不仅造成自身素质的低下,更导致社会道德层面的失范。马克思在1866~1867年的童工调查报告中,深刻揭露了资本主义制度对儿童道德的摧残,童年时期的恶劣生存环境,使许多儿童难以建立正向的道德认知,甚至“从幼年起就终生沦为放荡成性的败类”[4],街头儿童的失范行为成为资本主义社会的普遍现象[5],这也从侧面反映出劳动者精神世界的荒芜,而精神的贫瘠直接导致审美感知能力的缺失。

2.2. 资本主义生产方式摧毁审美活动的客体条件

在资本主义生产方式的作用下,审美活动的主体与客体条件均遭受到严重破坏。资本增殖的逻辑渗透到社会生产的各个领域,一切生产活动都围绕资本增值展开,这不仅导致传统审美客体的存在形式逐渐消亡,更使具有精神灵韵的新艺术形式难以产生。

一方面,资本主义的发展进程磨灭了传统的艺术形式。经济基础决定上层建筑,但物质资料的发展并不必然推动艺术的进步。随着资本主义机器大工业的快速发展,生态环境遭到严重破坏,人类对自然的敬畏之心被机械复制技术所消解,审美客体与实用商品的边界逐渐模糊。在资本逐利的单一导向下,古希腊史诗、神话艺术等具有独特精神内涵的传统艺术形式,成为不可复现的历史,在资本主义时代,艺术的精神内核被弱化,审美客体的独特性与价值性被严重消解[6]。

另一方面,资本逻辑的主导使富有精神灵韵的新艺术作品难以诞生。资本扭曲了大众的审美观念,使艺术品的商业价值掩盖了其审美价值,美被披上了金钱的外衣,成为资本增值的工具。在资本主义生产体系中,工人生存的价值被限定为物质劳动,即便是“最高的精神生产”,若想获得资本的认可,也会被片面解读为资本家物质财富的直接创造手段[7],艺术创作由此沦为与商品生产同质的活动,陷入资本家与工人阶级的利益博弈之中,丧失了自由创造的基础。

更为关键的是,资本主义生产方式通过制造虚假需求,反向建构审美客体的存在形态。资本家借助广告营销、媒介宣传等手段,人为塑造符合消费主义意识形态的“审美标准”,并依据这一标准批量生产千篇一律的审美客体。这类审美客体并非源于人的真实自由审美需求,而是资本为刺激消费、实现增殖所设计的产物,其作为“人的本质力量对象化”的价值完全丧失,成为与审美本质相背离的异己存在。

3. 资本逻辑下审美本质与文化生产的异化表现

审美本质是人的感性直觉对对象化存在的直观体验,文化生产则是审美本质在文化领域的具体体现。在马克思主义政治经济学的批判视域中,资本主义生产方式掌控了社会生活的各个方面,资本逻辑渗透到社会结构的深层,将艺术审美与文化生产纳入资本增殖的体系,直接造成审美本质的扭曲与文化生产的异化。马克思在《资本论》中揭示商品拜物教,物质商品遮蔽人与人的社会关系,交换价值支配使用价值。阿多诺拓展至晚期资本主义,提出文化工业批判,区别于传统民间艺术,资本标准化批量复制文化产品,预先规训大众审美,制造虚假的精神满足,消解艺术批判力量。马克思聚焦物质生产异化,阿多诺聚焦大众媒介、工业文化领域的精神异化。这种异化是资本逻辑向文化领域渗透的必然结果,其本质是资产阶级追逐剩余价值在精神文化领域的具体折射[8]。

3.1. 审美本质的异化表征

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出,审美活动是人类在满足物质需求后产生的精神文化需求,是主体以自由的姿态观照现实、创造美的实践活动。人作为现实的、具有自主意识的存在,是区别于动物的高级生命体,在对象性活动中,人能够自主将自身的本质力量外化,并成为对象性活动的主导者[9]。而在资本主义社会中,商品拜物教的运行逻辑彻底消解了审美的超功利性,使审美本质发生根本扭曲。

一方面,艺术审美的价值被彻底商品化,交换价值取代了审美价值成为核心评判标准。艺术作品的文化意蕴被消解,其价值被固定的价格量化,失去了精神层面的丰富性;工业生产带来的生态危机,使自然景观的美学价值被弱化,其商业经济价值被无限放大,成为资本家追逐剩余价值的载体,审美客体由此沦为交换价值的物质附庸。另一方面,审美主体的自由意志被资本手段蒙蔽,资本家通过广告、媒体营销等多种渠道,将资本主义意识形态渗透到大众生活中,使大众的审美标准日趋单一化、同质化,丧失了个性与独立性。审美主体的美学取向不再源于自身的精神需求,而是被资本操控的消费主义潮流所裹挟。

数字经济时代的到来,使资本对审美的操控更为隐蔽和深入。数字资本将数字技术与资本逻辑相结合,催生了数字劳动与数字剥削,数字拜物教成为数字经济的必然产物,具体表现为消费者对商品的盲目追捧与狂热消费。这一现象的背后,是资本家利用大数据技术分析受众的兴趣偏好,实现审美需求的“精准投喂”,数字资本由此实现了对审美主体的全方位操控,其剥削的规模与程度远超传统资本形式[10]。短视频平台资本以流量变现为唯一目标,算法大数据抓取用户偏好,批量复制同质化审美模板。创作者沦为数字流水线劳工,自由创作让位于流量标准;审美趣味由算法预先塑造,大众在被动刷视频中形成碎片化、感官化审美。平台制造虚假审美需求,精致人设、完美生活图景,将审美转化为点赞、带货、充值的交换价值,完全消解审美的超功利性。当审美主体无法以自由意志彰显自身的精神价值,审美活动便彻底异化,成为资本流通与增殖的工具,审美价值也完全服务于资本的增值需求。

3.2. 文化生产的异化表征

文化是满足人的精神需求、彰显人的主体性的实践活动,而在资本增殖的逻辑主导下,文化生产发

生了根本性的异化，其内在本质是人的异化，文化的发展逐渐背离人的自由本真，而人的自由全面发展本应是文化生产的核心内核[11]。马克思的文化批判理论与人的本质理论紧密相连，从资本主义文化生产的现实来看，其异化特征集中体现为文化生产的全过程被资本全面掌控。

其一，文化生产的目标从满足人的精神文化需求转向单纯的资本增殖。在资本主义工业化生产体系中，文化生产不再以人的审美需求为导向，也不再遵循艺术创作的内在规律，而是以市场需求为核心，一切创作活动都围绕资本获利展开。数字资本主义时代，这一特征更为突出，资本所有者利用数字技术分析消费者的感性需求，借助云计算、大数据等手段构建有利于资本增殖的文化场域，实现文化产品的精准推送，最终达成资本增值的目标[12]。在这一过程中，文化产品丧失了应有的审美意蕴与精神内涵，文化主体也陷入主体性缺失的困境。

其二，文化生产的过程沦为异化劳动的场域。马克思的异化劳动理论同样适用于文化生产领域，美由劳动创造，而创造美的劳动者却在资本逻辑下陷入畸形发展的状态，这一现象具有强烈的反讽意味。在资本的操控下，审美主体在文化创造中无法感受到自由与幸福，取而代之的是谋生带来的痛苦与不自由[13]。文化创作者丧失了自由创作的权利，无法随心所欲地表达自身的思想与情感，其创作活动必须迎合资本与市场的需求，文化创作者与工厂流水线工人无异，都是为了维持生存而进行劳动，其创作的文化产品也沦为资本增殖的工具。

其三，文化产品的功能从“精神引领”转向“意识形态操控”。伊格尔顿认为，任何美学形式与理论都是特定时期意识形态的反映，文学理论与美学批评本质上都是政治批评的表现形式，与资本主义意识形态密切相关[14]。马克思主义政治经济学批判植根于现实的社会生产，其中蕴含着对审美意识形态的深刻批判，而这一批判正是从对商品形式的批判开始的，唯有从政治经济学的视角审视美学，才能把握美学的真实内涵[15]。资本主义文化生产所创造的产品，宣扬形式主义的审美趣味，通过感官刺激吸引消费者，引导大众在物欲追求中迷失自我，模糊现实与审美的边界，最终实现资本对大众的意识形态操控，文化产品由此成为资本维护自身统治的工具。

综上，审美本质与文化生产的异化，根源在于资本主义生产方式下经济基础对上层建筑的绝对支配。资本逻辑具有极强的扩张性，从经济领域逐步渗透到政治、文化艺术等各个领域，其本质是资本增殖逻辑对精神文化领域的扭曲与异化。资本通过营销建构“收藏美学、稀缺审美”虚假标准，批量生产造型高度同质化的潮玩盲盒，刻意制造稀缺溢价；大众将盲盒外观造型等同于审美价值，为随机、可复制的工业商品支付高额溢价。审美判断不再来自对造型艺术内涵的感知，而是被抽卡、攀比、收藏的消费逻辑裹挟，审美彻底沦为资本刺激增殖的工具。要消解这种异化，必须回归马克思主义政治经济学的批判视角，立足经济基础的变革，打破资本对审美与文化领域的垄断，让审美活动重新成为人的自由实践，让文化生产真正服务于人的自由全面发展。

4. 马克思主义政治经济学批判美学意蕴的当代价值

马克思主义政治经济学批判并非单一的政治经济学批判范式，并非采取“见物不见人”的批判方式，其深层内核是回归人的自由而全面发展的美学维度。这一美学批判以马克思主义政治经济学为理论指导，以异化劳动分析为逻辑起点，以商品拜物教批判为核心抓手，深刻揭露了资本主义生产方式对审美主、客体的剥削与异化，剖析了资本主导下精神文化生产领域的异化现象及表征。在当代社会，文化消费主义与形式主义盛行、资本主义意识形态持续渗透，重新激活马克思主义政治经济学批判的美学意蕴，挖掘其内在价值，能够为当代社会的审美实践与文化发展提供重要的经验借鉴与理论指引。

4.1. 为抵御消费主义审美异化提供理论支撑

消费主义是资本逻辑运行的产物，是一种以消费为核心的价值理念与生活方式。在数字时代，资本借助数字技术向大众灌输“消费是实现人生价值的唯一途径”的错误理念，将大众的审美观纳入资本的消费链条，制造超前消费、跟风消费等虚假消费需求，并通过大数据分析实现对主体审美趋向的“精准投喂”。在消费主义的冲击下，大众的审美观日趋同质化，审美活动走向大众化，资本操控下的消费关系使审美主体在无意识中被利用，其审美视野与审美范围被严重限制[16]。

马克思主义政治经济学批判的美学意蕴，为我们抵御消费主义审美异化提供了重要的理论武器。它启示我们，要穿透“消费即审美”的意识形态迷雾，认清资本逻辑操控大众审美趣味的内在机制，洞悉消费美学背后的资本陷阱，自觉抵制将审美价值等同于交换价值的功利化倾向，重建审美活动超功利的精神内核，探索让美的本质回归自由精神生产的现实路径[17]。要打破消费主义对审美的操控，关键在于变革资本主义生产方式下的文化生产模式：一方面，打破资本对文化生产资料的垄断，保障公共文化资源的普惠性，大力扶持非盈利性、公益性的文化创作实践[18]；另一方面，确立文化生产的人民导向，推动文化创作扎根人民群众的现实生活，让文化产品成为彰显人民主体地位、抒发人民精神诉求的载体，而非资本操控下的意识形态商品。

4.2. 实现劳动与审美的辩证统一提供实践路径

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中强调，人的本质力量的对象化是自由自觉的劳动，这也是审美活动的本源。由此可见，能够自主掌控劳动、实现自由而全面发展的人，是开展审美活动的重要前提。而在资本主义生产方式的运行下，劳动沦为劳动者维持生存的唯一手段，异化劳动彻底剥夺了劳动者的审美能力，使劳动与审美走向对立[19]。

马克思主义政治经济学批判的美学意蕴，为当代社会实现劳动与审美的辩证统一提供了重要的实践遵循。它启示我们，要将审美维度融入生产实践的全过程，实现劳动的审美化与审美的实践化。具体而言，可从三个方面着手：一是优化劳动环境，打造身心愉悦的劳动空间，改善劳动者的生产体验，为审美感知创造良好的物理条件；二是赋予劳动者更多的创造自主权，让劳动者在劳动中拥有自由表达与创造的空间，使美的艺术作品在自由的劳动实践中自然产生，让劳动者在创造性劳动中获得精神愉悦与审美体验；三是借助科学技术的力量，推动生产工艺的审美化升级，实现劳动产品实用价值与审美价值的统一，让劳动产品成为人的本质力量的感性显现，最终实现劳动与审美的辩证统一，让劳动成为彰显人的本质、实现审美追求的重要途径。

4.3. 为构建中国特色社会主义美学体系奠定理论根基

尽管中国特色社会主义新时代与马克思所处的时代相比，社会现实发生了翻天覆地的变化，但马克思主义思想的真理光芒始终闪耀。马克思主义政治经济学批判的美学意蕴，以历史唯物主义为根本方法论，将审美问题置于具体的社会生产关系中考察，超越了审美形式主义与主观唯心主义的理论局限，为当代美学研究提供了科学的研究视角。

当代中国的美学研究与实践，必须立足中国特色社会主义的实践实际，借鉴马克思主义的批判范式，构建具有中国特色、民族风格、时代特征的社会主义美学体系。一方面，坚决反对脱离社会现实的“纯粹美学”空谈，美学研究必须扎根中国社会的生产实践，回应当代社会的审美问题；另一方面，坚决抵制将审美完全工具化的功利主义与消费主义倾向，坚守审美活动的精神内核。要以中国特色社会主义制度为保障，从中国特色社会主义生产实践中挖掘劳动人民创造性实践的审美价值，立足人民日益增长的

美好生活需要,满足人民群众对美的多样化追求,总结新时代文化生产的鲜活经验,构建以人的自由全面发展为核心,兼具民族性与时代性的中国特色社会主义美学体系[20]。

5. 结论

马克思主义政治经济学批判的美学意蕴,并非脱离政治批判与经济批判的空谈审美解放,而是以美学为思想桥梁,实现政治、经济与审美批判的有机统一。在当代社会,重新激活这一重要的思想资源,不仅能够为抵御资本对审美领域的侵蚀提供坚实的理论支撑,更能为推动当代文化繁荣发展、实现劳动解放与人的自由全面发展,提供切实可行的实践指引,为新时代追求美好生活、建设社会主义文化强国奠定重要的思想基础。

参考文献

- [1] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集(第44卷)[M].北京:人民出版社,2001.
- [2] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯文集(第7卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [3] 杨帆.异化劳动与美的创造的多种可能[J].陕西理工学院学报(社会科学版),2011,29(2): 41-44.
- [4] 汪璐,刘可风.异化劳动的审美维度——基于《1844年经济学哲学手稿》文本学研究[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2018(12): 53-57.
- [5] 孙琳琼.马克思政治经济学批判的美学意蕴及当代启示[J].北京社会科学,2024(3): 4-12.
- [6] 彭治平,郭育新.马克思主义美学的诞生地和秘密——《1844年经济学-哲学手稿》美学思想札记[J].社会科学战线,1988(2): 225-236.
- [7] 郑尚植,魏东旭,庞明川.回到马克思:经典文本语境下的人文经济学建构[J].经济与管理评论,2025,41(6): 20-34.
- [8] 梁兆才.马克思主义文艺和美学思想的三个来源[J].文艺理论与批评,1995(5): 51-56.
- [9] 刘方喜.剩余价值流转中的艺术:马克思美学的经济哲学重构[J].中国社会科学院文学研究所学刊,2011(0): 112-149.
- [10] 李弢.《1844年经济学哲学手稿》的人学美学批判[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2008(4): 44-49.
- [11] 蒋红,张国栋.论数字经济中“数字拜物教”与“数字剥削”的本质——基于马克思主义政治经济学的批判[J].社会主义研究,2023(5): 55-62.
- [12] 邢云文,李真真.数字资本主义的文化异化及其批判[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2025,54(1): 73-86.
- [13] 李志江.马克思文化批判的当代意义[J].理论学刊,2008(9): 9-12.
- [14] 李艳丰.美学意识形态与文化政治:重审伊格尔顿的文化政治批评[J].社会科学家,2023(4): 40-45.
- [15] 高雪.审美意识形态批判与马克思社会哲学的辩证重构[J].华中科技大学学报(社会科学版),2021,35(4): 1-7.
- [16] 王宇婷.审美消费主义的生成逻辑、异化之维及破解理路[J].思想教育研究,2024(6): 105-113.
- [17] 杨颖萱,孙绍勇.马克思主义美学视域下消费主义文化的解构与重塑[J].河南社会科学,2023,31(11): 1-9.
- [18] 刘敬东.马克思考察价值形式的历史意识与阶级意识——基于《资本论》第一卷“商品”章的考察[J].马克思主义理论学科研究,2024,10(6): 22-34.
- [19] 牛涛,李文睿.劳动本位视域中的文化异化及其作用机制[J].宁夏社会科学,2022(3): 14-21.
- [20] 于春玲,周赫群.马克思反精神贫困思想及其时代启示[J].理论探讨,2023(3): 105-111.