

中国社会科学学院文学研究所学术文库

审美生产主义

消费时代马克思美学的经济哲学重构

Aesthetics-producerism:
The Economic-philosophical
Reconstruction of Marx's
Aesthetics in the Consumer Era

□ 刘方喜/著

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中国社会科学院文学研究所学术文库

审美生产主义

消费时代马克思美学的经济哲学重构

Aesthetics-producerism:
The Economic-philosophical
Reconstruction of Marx's
Aesthetics in the Consumer Era

□ 刘方喜 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

B837
6617

图书在版编目(CIP)数据

审美生产主义：消费时代马克思美学的经济哲学重构 / 刘方喜著. — 北京：社会科学文献出版社，2013.5

(中国社会科学院文学研究所学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 4422 - 2

I. ①审… II. ①刘… III. ①马克思主义美学 - 经济哲学 - 研究 IV. ①B83

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 056364 号

· 中国社会科学院文学研究所学术文库 ·

审美生产主义

——消费时代马克思美学的经济哲学重构

著 者 / 刘方喜

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 人文分社 (010) 59367215

电子信箱 / renwen@ssap.cn

项目统筹 / 宋月华 张倩鄂

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 张倩鄂 范明礼

责任校对 / 白 云

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2013 年 5 月第 1 版

印 次 / 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 4422 - 2

定 价 / 89.00 元

印 张 / 23.75

字 数 / 385 千字

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

中国社会科学院文学研究所学术文库



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中文摘要

作为美学与经济学在哲学层面的交叉研究，本书从马克思政治经济学中概括出“审美生产主义”理论。从现实的角度来看，本书研究的主要对象是在全球化进程中的当代西方消费社会的转型，而在此转型中，全球范围内的社会冲突和生态冲突日趋尖锐，西方主流意识形态和方法论发生了转型。从价值论的角度来看，本书所批判的西方主流意识形态是消费主义。从方法论的角度来看，本书试图超越消费主义、文化主义、社会学主义、“关系”唯心主义及去经济哲学化等理论倾向，同时针锋相对地重构马克思的经济哲学与“关系”唯物主义。作为马克思美学的一种经济哲学重构，本书所谓的审美生产主义，在与物质生产、意识形态生产、“生产性的”商业化精神生产这三种生产的联系和区别中，把艺术创造活动界定为“自由的精神生产”“非生产性的”“‘人和自然之间的物质变换’的自由活动”。根据当代消费社会的诸种新特征，分别从“活动（生产—消费）”“时间（必要的一自由的）”“需求”和“快感（生产性的一消费性的）”“关系（社会性的一自然性的）”的政治经济学的角度，把“自由的精神生产”具体界定为一种“生产”活动、在“自由时间”中展开的活动、满足人的“生产性需求”并产生“生产的欢乐”的活动、存在于“人与自然关系”中的活动。最后，在“生产者—产品—消费者”的分析框架中，本书强调，存在于艺术自由的精神生产中的自由的人与自然的关系，跟和谐的人与人的社会关系，是相互规定的。在全球化消费时代对马克思美学的经济哲学重构，具有极其广泛的意义。

Abstract

This book, which belongs to the interdisciplinary research between aesthetics and economics on the philosophical level, summarizes an Aesthetic-producerism theory from Marx's political economy. From the practical point of view, the main object that is studied in this book is the transformation of the contemporary Western consumer society in globalization, in which the social and ecological conflicts worldwide are growing, and the Western mainstream ideology and methodology are also transformed. From the point of view of the values, the main object that is criticized in this book is the new mainstream ideology, consumerism. From the methodological point of view, this book tries to transcend such theoretic tendencies as consumerism, culturalism, sociologism, relational idealism and de-economic-philosophization, and tries to reconstruct the economic-philosophy and relational materialism of Marx. As the economic-philosophical reconstruction of Marx's aesthetics, the Aesthetic-producerism called in this book defines the artistic creation as the free-spirit-production and unproductive-free-material-exchange-between-man-and-nature in contact with and in the difference between material-production, ideological-production, productive-commercialized-spirit-production. According to the new features of the contemporary consumer society, this book defines the free-spirit-production in detail as the activity that is a type of production activities, carried out in free time, to meet man's productive demand and produce the joy of production, in the relation-between-man-and-nature, respectively from the point of view of the political economy of the activities (production-consumption), of the time (necessary-free), of the demand and pleasure (productive-consumptive), of the relation (social-natural). At last, in producers-products-consumers framework, this book emphasizes that the

two kinds of relations in the free-spirit-production-of-art, the free relation-between-man-and-nature and the harmony social-relation-between-man-and-man, are mutually determined. The economic-philosophical reconstruction of Marx's aesthetics in the consumer era in globalization has a wide range of significance.

代 序

什么样的生产主义？

高建平

方喜要写一本书，在“消费主义”时代坚持谈一个话题：“生产主义”。对此，我很赞成，也常与方喜和研究室里的同事们一道就相关的问题讨论。他让我把所说所想写出来，也许能与他作一个呼应，于是，就有了下面这段文字。

1

谈“生产主义”，要从“时间”说起。方喜的这本书在最后一章谈“时间”，我倒是认为，这个问题可以放到前面来谈。我碰到这个问题，是20多年前，当时我在瑞典留学。瑞典人称自己是一个“社会主义”国家。每到“五一”，就有大规模的游行。参加游行的人按照约定到一个公园，党的社区支部书记自驾私车，运来一捆旗帜标语，分发给接到通知应约而来的本社区的同志，然后大家排队。每个社区一支队伍，依次出发，前面是军乐队开道，乐队奏《国际歌》和其他一些歌曲。最大最长的游行队伍是社会民主党的。许多人手持玫瑰花，那是他们党的标志。从鲜红变为玫瑰红，这是这个党“修正”的象征。社会民主党时而在台上，时而在台下。在台上时，游行更有气势；在台下时，游行更有激情。除此以外，还有许多别的党也在游行，甚至有秘鲁的“光辉的道路”，举着毛主席戴红领章红帽徽的木刻像。各党都打各自的标语，代表着各自的政纲。我最感到好奇的是瑞典共产党，“苏东事变”后改名左翼党。他们打出的口号是“六小时工作制”。当时，中国还没有实行每周双休制，假期也不多，每年

大约要工作 300 天。到了瑞典，发现他们每周只工作五天，再加上各种节假日和带薪休假，每年工作 200 天就够了。在我当时的感觉中，这已经够超前的了。如果再实行“六小时工作制”，那经济怎么办？问题的关键还不在于这里，是工作时间越短越好吗？到了共产主义，每天应该工作几个小时？我总觉得，这个思路有问题，此后许多年，我一直在回想。“六小时工作制”只是口号而已，20 年过去了，也没有实行，看来也行不通。其实，即使实行了，是不是就到了应该提出“四小时工作制”的时候了。下一步是不是就“两小时工作制”？这样下去，结果是什么呢？

工作的时间少了，供自由支配的时间就多了。在现今的社会中，这的确能成为一个理想。上班是无奈的。不挣钱，怎么生活？不多挣钱，怎么付得起那些能体现自己的价值和品位的高档消费？下班是自由的。下班后是自己的时间，不归老板管，只要不触犯法律，干什么都行。理想的生活是少上班多挣钱。如果能意外发一笔财，就可以不上班了。但是，这似乎又不对。钱很多，一辈子也用不完的人，似乎也照样上班，而且很认真地工作。对于他们来说，似乎还有人生追求。

如果我们从一个较长的时段来考察，就会发现，上班是一个现代现象。在古代社会，农民无所谓上班下班，按照自然的节律，播种、插秧、除草、收获，日出而作，日落而息，自由地享受着劳动及其果实。手工业工人也无所谓上班，想做就做，累了就休息，对手艺精益求精，生活在对自己手艺的自豪感之中。

大工厂、公司出现了，于是就有了上班现象。上班不能迟到，更不能缺席。现代文明的一个重要标志，就是时间观念的变化。能按时上下班，把工作与休息时间区分开，这是一种文明素质。如果一个民族还不习惯准时上下班，比方说，让工人八点钟上班，他们不认为十点钟来就是一个错误，这个民族的经济就不可能发达。这需要经过一个文明化的过程。常听企业主抱怨，到有些经济落后的国家和地区投资很困难。尽管那里劳动力价格不高，但劳动力质量有问题。工人上班不守时，劳动纪律不好，劳资对立很厉害。尽管如此，我不认为这要从民族或文化上找根源，更不能从基因上找原因。现代文明之犁或迟或早会把全世界都深耕一遍，使全世界各民族都变成守时的民族，变成劳动纪律好的民族，变成上班好好干，下班好好玩的民族。这是由不可阻挡的经济规律决定的。

上班与下班的对立，造成了工作与娱乐的对立。上班时玩是不对的，下班时工作是可笑的。上班工作，成为下班后娱乐和享受所必须忍受的痛苦。上班时间是属于老板的，下班时间才是属于自己的。老板发工资，把时间买去了，就属老板所有。如果老板要求工人加班，就应该再付钱来买，给加班工资。如果节假日还要加班，工资就得加倍。

现代社会还有一种发明，这就是打卡机，上下班要打卡，不是老板站在那里看着你是否迟到，而是机器监督你，用机器把你的上下班时间区分开来。这种非个人化的机器，避免了雇主与工人的直接冲突，使工作与业余的对立变得像自然规律一样不可抗拒。

在这种情况下，工作中的愉悦被忽略不计了。上班不是去找乐的：以上班为乐的心态要纠正，理由是，这样会从兴趣出发，而不是从工作需要出发来工作。在上班时找乐是不对的：上班是件严肃的事，负有重大责任的人在上班时，开不得半点玩笑，弄得不好事情会办砸；在危险岗位上工作的人更不能有玩笑的态度，稍有差错，人命关天。过分爱开玩笑，拿正经的事、重要的事开玩笑，是缺点而不是优点。

于是，既然上班，就得能吃苦耐劳，把事情做好。要寻欢作乐，下班以后再说。上班要拼命干，下班再拼命玩。这样，随着机械化、自动化、电子化的发展，生产效率提高了，不需要那么多工作时间了，当然就得缩短工作时间。

这种主张，是建立在工作与业余对立的基础上的。工作时，人是机器，业余时，人才还原为人。工作时间是人生必须忍受的时间，业余时间才是人作为人对时间的享受。

2

再来谈消费。过去的三十年，我们经历了从消费可耻到消费光荣的变化。在我们这一代人的童年时代，消费是一件可耻的事。

只消费而不生产的人是社会的寄生虫，消费城市是寄生的城市。我家乡在扬州，又生长在重视“生产”的年代，从小就听了很多对旧扬州的批判。从小学到中学，老师都对我们说，新中国成立前，扬州是一个消费城市，全城只有两家半工厂，休闲业很发达。扬州人过的是“早上皮包水”（上茶馆喝茶），“晚上水包皮”（上浴室泡澡）的生活。老师们又说，新

中国成立后，经过一些年的发展，扬州建成了一个工业城市，我们有了许多家工厂，甚至都能造拖拉机和水泥船了。有一段时间，市里还想建钢铁厂，后来中央没有批准。大跃进时扬州就大炼钢铁，要是照那个方向发展，早就建成钢铁厂了，可惜后来砍掉了。砍掉后再建，就困难了。在那个年代，中国所有的城市，都是生产城市，能生产什么，就生产什么。社会不容寄生虫存在，一个人不能生产，他活着还有什么用呢？扬州城的西南角有一个湖，叫荷花池。“文化大革命”时斗“走资派”，当时的扬州市长有一个大罪状，就是妄图把这个湖变成一个公园。我们当时也觉得该斗：当上了市长，还不想想多办几家工厂，建什么公园？

这些年，情况变了，消费变得光荣起来。“早上皮包水，晚上水包皮”成了介绍扬州的导游词，诱惑全国人民，都来“包一包”。荷花池真的成了公园，每天的早晨和晚上，都有很多老人聚在那里，唱歌、跳舞、做操、抖空竹。发展旅游产业，发展休闲产业，甚至发展养老产业，也能使一个城市繁荣发达。全国各大军区都在扬州有干部休养所，让有功勋的老军人在扬州安度晚年。现在扬州市的发展方向是：建成卫生城市、宜居城市、生态城市。这太好了！扬州人很以此为荣。

从重视“生产”向重视“消费”发展，这似乎符合经济发展的必然规律。物资匮乏时，有一个想象，如果物资丰富就好了。但等到物资丰富了，又有了新的烦恼，东西卖不出去怎么办？物质财富充分涌流了，反而带来了经济危机。

经济为什么会有危机，西方的一些政治家都会说，原因是消费信心不足，人们不敢花钱。消费信心是经济状况的一个指标。

我们现在也这么说。通过刺激消费来发展经济，这是常用的办法。让人们放心花钱。人们买商品，于是商品销出去了，制造业就发展了。人们买服务，于是服务业也发展了。

记得有人曾说，中国经济有一个很大的问题，就是老百姓不敢花钱。有钱总是往银行里存，留着养老、子女教育、治病，主要原因是社会福利不好。西方一些福利国家就不一样，人家不怕，养老、教育、医疗都有保障，无后顾之忧，就可放心消费，甚至贷款消费。

听了这个故事，我总是在头脑里浮上一个镜头：澳门赌场。有一年去澳门，参观赌场。那时，赌场里主要还是香港客光顾。里面供应便餐，以

节省赌客时间。赌场还免费送一张回香港的船票，赌客不必留路费。赌场周围有很多的当铺，都取名为“必胜押”“常胜押”等吉利的名字。在当铺里可以用随身的手表、珠宝等抵押借款，并可以在香港的连锁店赎回，不必再为赎当回一趟澳门。这样，赌客身上所有的钱都可拿出，所有值钱的东西都可以当掉。为你服务到家，服务你到家，你也就有了消费信心。到家之后如何，那就是你的事了。

是不是我们发展经济也要这么做。让人们没有后顾之忧，有钱就花。人们总喜欢说一个故事：一对中国夫妇攒了一辈子的钱，终于买到房子，住进去没有几天就死了；一对美国夫妇贷款买房，然后住进去，边还贷款边享受。可见美国夫妇多么聪明。

但是，这个故事已经过时了。更好的刺激消费的办法，是让消费成为时尚。对奢侈品的追求，原本是社会上的富裕阶层所特有的特征。早在原始社会，就有了各种装饰品的存在，如冠、笄、项链、金玉饰品等等。这种少数人对奢侈品拥有的现象，在以皇权和贵族特权为中心的传统社会，被发展到了极致。从曾侯乙墓到明定陵，挖出了大量东西供今天的人饱眼福，对墓主人的奢华生活发挥最充分的想象。到了当代，消费社会的特点是奢侈品的普及化。人们在各种奢侈品的使用上，进行着激烈的攀比竞赛：汽车高档、衣服靓丽、手表名贵、提包入时、手机新潮，都成了身份的象征。

奢侈品成了经济发展的新的引擎。而这种消费具有无限性。一个古老的理想似乎行不通了。我们曾相信，物质财富“充分涌流”时，就可“按需分配”了。但现在，消费不再是有限的，吃饭、穿衣、住房，这些消费具有有限性，而人的无限贪婪和对奢侈品无限的追求，开启了经济发展的新的大门。在即使“充分涌流”也仍是有限的物质财富面前，人们有着无限的需求，“按需分配”仍是不可能的。因此，还是要多挣多花，仍是要鼓励人们能挣会花。这就进入了一个无休止的循环之中。

消费光荣，消费水平代表着品位，代表着档次，我消费故我在，消费成了人的新的存在方式。

3

审美、艺术和享受，原本是联系在一起的。农民看着绿油油、黄灿灿

的庄稼地，牧民看着风吹草低见牛羊的美景，总是充满着喜悦。手工艺人，也具有半艺术家的性质。他们制作物品，在制作中充满着愉悦，欣赏着自己的制成品。在现代艺术观念形成以前，一件作品并没有由于被认定为艺术品而得到欣赏。制作者在制作时愉悦，接受者也分享这种快感，这就够了，与它是否被认定为艺术品无关。

机器和资本，以及由此而形成的大规模生产剥夺了这种生产的愉悦，形成了生产、创造和审美三者的分离。对生产效率的追求，使得生产过程的愉悦被牺牲了。人成了生产机器中的齿轮和螺丝钉，只是有时比铁制的齿轮和螺丝钉更有效而已。赤裸裸的功利性追求，原本总是有一点忌讳，这时被明白地提了出来。资本的运作，消除了原本笼罩在一些职业上的灵光，“它把医生、律师、教士、诗人和学者变成了它出钱招雇的雇佣劳动者”（马克思恩格斯《共产党宣言》语）。不仅如此，它将所有劳动者对他们劳动过程和成果享受都剥夺了。对于一位劳动者来说，重要的不再是他生产过程和他所生产的东西使他感到快乐，而是他的劳动成果所换来的金钱使他有可能去购买快乐。

出现于18世纪的现代美学和现代艺术观念，就是在这种情况下形成的。现代美学的一个核心概念，是审美无利害。从世纪之初的夏夫茨伯里，经鲍姆加登，到世纪之末的康德，这种思想逐渐成熟，成为一种现代美学体系的基石。在功利主义盛行的时代，辟出一个领域，给心灵一个住所，这是美学形成的一个理由。几乎与此同时，现代艺术体系和现代艺术观念也出现了。现代艺术体系，指18世纪中叶夏尔·巴图所提出的将诗、绘画、音乐、雕塑和舞蹈包括进来形成一个“美的艺术”的体系。夏尔·巴图的体系在经过修正后，被《科学、艺术和工艺详解百科全书》采来作为所依据的概念框架的一部分，后来在康德的《判断力批判》中，与美、崇高等概念结合起来，成为美学体系的一部分。现代艺术概念，从夏尔·巴图将这些艺术门类归结为单一的原理，即“模仿”以后，被人们不断修正，形成了对艺术本质的共同追求。由此，艺术与工艺被明确地区分开来。这样就确定了，一些人制作的物品是艺术，而不是工艺或其他工业制成品，确定了一些人的活动是艺术活动，而不是生产活动，也确定了一些人是艺术家，他们是与普通人不一样的一个特殊人群，他们依据着与普通人不一样的原则而生活，对他们也要依据与日常生活不一样的原则来看待

和欣赏，并用别的原则来与他们交往。

当艺术生产与工业和手工业生产的界限被明确分开来，艺术依赖于一系列相关的体制而得以确立的时候，在社会生活中同时发生的，是劳动与享受，工作与业余，上班与下班的分离。在这种情况下，艺术就成了工作之外的时间的填充。艺术要提升业余生活的品位，用美来克服庸俗，成为宗教消退时代的宗教，感情缺失时代的感情的寻找和制造者。这是一个巨大的社会设计的组成部分。艺术不是生活的一部分，但生活又需要艺术，这时，艺术就成了生活的滋补营养品，让生活的片面化得以缓解。人没有艺术也是可以活的，但有了艺术，就会活得更好。

消费社会来临，带来日常生活审美化，推动了一种艺术走向生活的倾向。这里包括两个方面的内容：一是产业的艺术化，即产品不再只是满足生活需要，而且以其外观满足审美的需要。通过时尚产品的制作，使消费符号化，成为财富和品位的象征。二是艺术的产业化，通过大规模生产，廉价的复制，利用新媒介的广泛传播，就使艺术改变了过去的性质，造成了制作者和接受者的脱离。

在这种情况下，迫使原来意义上的艺术面临两个选择，一是消亡，二是成为生活的救赎。在一个“产业艺术化，艺术产业化”的时代，实际上消除了美与日常生活的距离。这时，如果艺术还想在社会生活中起某种作用的话，只有一种办法，这就是宣布艺术化的产业只是产业，产业化的艺术不是艺术。艺术要别有一种追求，要针对生活的现状发言。这里，艺术与美分离了，艺术是生活的救赎，是解毒剂。它不再是滋补的营养品，而是医治社会之病的药品。

4

生产主义（producerism）是从消费主义（consumerism）而来的。并不是说，原来就有一种主义，叫“生产主义”，后来经济转型了，出现了“消费主义”。事实恰恰相反，在经济生活以“生产”为中心时，人们并没有提出一个“生产主义”。“生产”就是“生产”，无所谓“主义”。当然，认为生产关系的问题解决了，主要的力量应该放在发展生产力上，也是一种“主义”。但是，那与这里所谈的“生产主义”，不属于一个层面。“生产主义”是说，“消费”发展了，走向泛滥，从而“为消费而消费”，

即“我消费故我在”，并且有了“主义”时，才提出回到“生产”上来，这才有了“生产主义”。

消费主义有多种理解。对消费主义，有人理解得很具体，即主张从消费者的角度看待商业行为，如保护消费者，反对包装、广告、价格和质量等方面的欺诈，推动包括“消费者日”在内的各种活动，保护消费者的权益。还有，意识到消费者的力量，并适当地使用这种力量，如抵制某商家或厂家的商品，抵制某国某地区的商品，以此作为政治的手段。另外，还有一些反消费主义者，他们从环保、反对少数人的特权等角度，对种种社会现象提出质疑、批判和抗议。“生产主义”也是如此。在西方，一些“生产主义”者反对通过增税来增加非生产者的福利，还有一些人反对外来移民，要来保护本国劳工的就业机会。一般说来，在国外，生产主义的提法，都涉及具体的经济话题，与一部分人的权益有关，这种对权益的维护，有时还很狭隘。但是，“生产主义”也可以有积极的解读。

劳动本身，并非只是谋生的手段。劳动本身有着快乐。我们在生活中会看到大量的从劳作过程中汲取快感的例子。母亲对孩子的无微不至的照顾，其过程本身是充满着快感的，她不会计算单位劳动时间的产值。从手艺人对手艺本身的爱好，从科学家对研究工作本身的痴迷，从运动员对比赛的享受，从艺术家在创作时的全身心投入，我们都可以看到一种劳动的快乐。这种快乐，是由人的智力和体力的自由运用形成的，是由人的“知解力”与“想象力”的和谐运用产生的，同时，也是自我实现的内在冲动得以体现出来时产生的。从这个意义上讲，工作绝非只是用来购买快乐所需要忍受的辛劳，上班与下班的对立可以化解，生产劳动本身，可以具有审美的性质。

最后，让我们再次回到这个话题：那么，理想的生活是什么呢？不是工作时间越短越好，挣的钱越多越好，不是“睡觉睡到自然醒，数钱数到手抽筋”就好，而是将“最喜欢的事做得尽善尽美”才好。人的理想应该是不劳动，或者少劳动，而应该是劳动的性质发生变化，不再从事奴隶式的劳动。劳动的解放，生产的快乐，都体现在这一点上。人的全面发展，使兴趣与生产结合起来，使每个儿童的聪明才智通过教育得以发展，社会又有能使这种聪明才智得到充分发挥的机会，应该成为我们的理想。孔夫子一生最大的感叹是“不吾知也”。他的希望，是有人能用他，让他

发挥自己的作用，但这个愿望在当时不能实现。未来社会的理想，当然不只是让某一个人发挥作用，而是让所有的人的聪明才智都得到发挥。一个自由、自觉、自为的社会，当全部力量被发挥出来时，它所能达到的成就，是不可限量的。

人类社会的发展，是一个从自然王国向自由王国的过渡过程。这个过程不能理解成从强迫劳动到不劳而获的过程，而应该理解成从劳动被奴役到解除这种奴役的过程。写到这里，打开电视等待一个重要信息。这些天电视上有一个主题：幸福。电视上打出了一个标题：幸福要靠创造性劳动。这当然是对的，但同时，我想强调另一点：幸福就是创造性劳动，或者说幸福包含了创造性劳动。幸福与劳动的对立消除了，奴隶式的劳动被取消了，人的全面发展才成为可能。

目 录

代序 什么样的生产主义？	1
引 言	1
第一章 消费社会·消费主义·文化研究：美学经济哲学	
重构的语境	10
第一节 作为反批判的“审美生产主义”与 “经济哲学”初辨	10
第二节 1990年代与2008年危机：全球社会 巨变与理论发展新动向	21
第三节 消费社会转型与新理论范式、新意识形态	35
第四节 西方马克思主义与后现代文化研究的“去经济哲学化” ...	63
第五节 作为马克思成熟理论整体的“经济哲学”及其美学向度 ...	78
第六节 “关系”唯物主义与经济哲学：美学历史 唯物主义哲学基础的重构	88
第二章 社会关系—自然关系：审美生产主义的“关系”	
政治经济学基础	103
第一节 “关系”政治经济学的哲学重构及其当代意义	104
第二节 双层冲突：全球经济社会转型与马克思“关系” 唯物主义哲学的重构	110
第三节 去自然化：消费社会的“关系结构 (社会关系—自然关系)”的重组	123
第四节 再自然化：全球经济社会转型中“剩余价值流转”的 结构重组	134