

消费异化及其扬弃
[Consumption Alienation and Elimination]
[Konsumentfremdung und ihre Überwindung]
2007

Author: 曾贵 [CENG Gui Céng Gui]
Supervisor: 黄炎平 [HUANG Yanping Huáng Yánpíng]
Discipline: Marxist Philosophy
Institution: Central South University, Changsha, Hunan, China
Year, Degree: 2007, Master's thesis

Abstract / Kurzfassung

消费是人类物质生产与再生产中的一个重要环节，消费需求的正常满足也是人类自身的生产与再生产的基本前提。消费是人类生存与发展的首要条件之一，而消费异化则是人类社会物质生产发展到一定的程度，并在特定的生产方式下产生的一种消费主体在消费活动中失去主体地位的消费活动及其心理体验。在哲学领域对消费异化现象进行反思的，要首推法兰克福学派的学者。法兰克福学派的学者们把异化分析拓宽到资本主义社会的各个领域，首创性地觉察到了资本主义社会消费异化的现实。他们的消费异化论受到后人持久地关注。法兰克福学派关于消费异化的思想被生态学马克思主义者吸收，消费异化被视为生态危机的一个重要原因。所谓消费异化，从本质上说，是一种脱离消费者正常需要的、与消费的本质相背离的、控制或操纵消费者的、并具有严重危害性的非正常消费状态。在我国，消费异化既是一个理论问题，更是一个迫切的现实问题。扬弃消费异化，有利于人与自然的和谐，有利于人的自由与发展。消费异化表现为夸示性的符号消费、奢侈性的浪费消费、跟风性的盲目消费，而夸示性的符号消费是消费异化的主要表现形式。发达的生产力是消费异化产生的前提，消费主义是导致消费异化的魔咒，劳动异化是消费异化产生的社会原因。消费异化对环境和人本身均具有严重的危害性。消费异化是环境危机的重要原因，不利于人的自由全面发展，扭曲了人们的幸福观，不利于社会的稳定。为了扬弃消费异化，在弗洛姆看来，必须全面改革，实行人本主义公有制，必须实行“人道化消费”及“健康消费”；在生态马克思主义者看来，必须控制生产规模，实行稳态经济、构建新的社会主义。在整合消费异化的扬弃之路后，我国可以从三个方面入手扬弃消费异化。首先，创建积极健康的消费伦理，抵制消费主义的影响。其次，正确处理生产和消费的关系，避免过度生产和过度消费。最后，确保社会弱势群体的基本消费权利，缩小过于悬殊的消费差距。

Contents

[Chinese abstract]
[English abstract]

第一章 异化的新形式:消费异化

1.1 消费异化之为问题

- 1.1.1 消费异化产生的背景
- 1.1.2 法兰克福学派的消费异化论
- 1.1.3 生态学马克思主义的消费异化论
- 1.1.4 消费异化研究亟待深入

1.2 消费异化的研究意义和方法

1.2.1 消费异化的研究意义

1.2.2 消费异化的研究方法

1.3 论文主体部分的结构

第二章 消费异化的本质探求

2.1 异化的哲学内涵

2.2 从异化到劳动异化

2.3 消费常态与消费异化

2.4 消费异化的外延和内涵

第三章 消费异化的现象剖析

3.1 夸示性符号消费

3.1.1 夸示性符号消费的本质

3.1.2 夸示性符号消费的表现

3.2 奢侈性浪费消费

3.2.1 奢侈性浪费消费的本质

3.2.2 奢侈性浪费消费的表现

3.3 跟风性盲目消费

3.3.1 跟风性盲目消费的本质

3.3.2 跟风性盲目消费的表现

第四章 消费异化的原因追问

4.1 发达的生产力——消费异化的物质前提

4.1.1 从商品不足到商品剩余

4.1.2 从崇俭戒奢到消费至上

4.2 消费主义——消费异化的思想魔咒

4.2.1 消费主义的成因

4.2.2 消费主义的本质

4.2.3 消费主义的危害

4.3 劳动异化——消费异化的社会原因

4.3.1 劳动异化依然存在

4.3.2 劳动异化虚假补偿

第五章 消费异化的危害揭秘

5.1 消费异化是环境危机的重要原因

5.1.1 消费异化催生人类无止境的欲求

5.1.2 消费异化耗损自然资源，污染环境

5.2 消费异化妨碍人的自由全面发展

5.2.1 消费异化消融人的主体性

5.2.2 消费异化入侵人的闲暇时间

5.2.3 消费异化泯灭人的思想活力

5.3 消费异化扭曲了人的幸福观

5.3.1 消费异化颠倒了幸福的手段和目的

5.3.2 消费异化导致虚假幸福

5.3.3 幸福的真谛无关异化消费

第六章 消费异化的扬弃之路展望

6.1 弗洛姆式消费异化扬弃之路

6.1.1 社会制度层面:人本主义公有制

6.1.2 个体层面:‘人道化’、‘健康’消费

6.2 生态学马克思主义式的消费异化扬弃之路

6.3 消费异化扬弃之路的整合——我们的对策

6.3.1 营造健康的消费伦理, 抵制消费主义侵蚀

6.3.2 正确处理生产和消费的关系, 避免过度生产和过度消费

6.3.3 确保弱势群体的消费权益, 缩小消费差距

参考文献

攻读学位期间的主要学术成果

致谢

English version (www.cnki.net, 5/2020)

Consumption is an important part of human material production and reproduction, and the satisfaction to human's consuming demand is the basic precondition for history and society. Consumption is one of the basic conditions of human survival and development. The alienation of consumption is an abnormal consuming activity and psychological experience caused by board position under a special way of production when the social material production reaches a certain level. The *Frankfurt School* expanded the alienation analysis to consumption fields, and firstly discovered the fact of consumption alienation of capital society, and their theories on consumption alienation have drawn the everlasting attention of the following people. The Frankfurt School's theories about consumption alienation were adopted by ecological Marxism. Fundamentally speaking, the consumption alienation is an abnormal consumption which deviates the normal consumption, goes against the essence of consumption, controls and manipulates the consumers and can be very harmful. In China, the consumption alienation is not only a theoretical issue but also an urgent realistic issue. Discarding the consumption alienation will do well to the harmony between human and nature as well as the free development of human being.

The manifestations of consumption alienation include the exaggerate symbol consumption, luxurious consumption, and the blinding follow-others consumption, of which the symbol consumption is the main one. The developed production is the precondition of the consumption alienation, while consumptionism is the spell leading to the outcoming of consumption alienation, and the *labor alienation*¹ is the main social reason. The consumption alienation can affect both environment and the human being badly. The consumption alienation is the main important reason for the environment crisis. What's more, it prevents the development, twists the idea of happiness, and causes the social instability. In order to discard the consumption alienation critically, according to Fromm, people should implement the entire reform and ownership on the basis of human being, and conform to "humane consumption" and "healthy consumption".² According to the Marxist, people must control the production scale, realize stable economy and form the new socialism. After considering way of discarding the consumption alienation critically and compressively, we can start the works in the following three aspects. Firstly, a positive and healthy consumption ethic must be established in order to fight against the bad influence of the consumptionism. Secondly, the relationship between production and consumption must be properly handled to avoid overproduction and overconsumption. Finally efforts should be made to make sure the basic consumption right of the inferior people in the society, and to narrow the over wide gap of consumption. [Footnote, hyperlink: M.Z.]

¹ From *Marxists Internet Archive*.

² Erich Fromm: *The Revolution of Hope. Toward a Humanized Technology* (World Perspectives, Vol. 38, planned and edited by Ruth Nanda Anshen), New York (Harper and Row) 1968.

Contents

[Chinese abstract]

[English abstract]

Chapter 1: A New form of alienation: consumer alienation

- 1.1 Consumer alienation as a problem
 - 1.1.1 The background of the emergence of consumer alienation
 - 1.1.2 The Frankfurt School's theory of consumer alienation
 - 1.1.3 Ecological Marxism's theory of consumer alienation
 - 1.1.4 The urgent need for in-depth research on consumer alienation
- 1.2 Research significance and methodology of consumer alienation
 - 1.2.1 Research significance of consumer alienation
 - 1.2.2 Research methodology of consumption alienation
- 1.3 Structure of the main part of the thesis

Chapter 2: Exploring the nature of consumer alienation

- 2.1 The philosophical connotation of alienation
- 2.2 From alienation to labor alienation
- 2.3 Consumption normality and consumption alienation
- 2.4 Extent and connotation of consumer alienation

Chapter 3: Anatomy of the phenomenon of consumption alienation

- 3.1 Exaggerated symbolic consumption
 - 3.1.1 The nature of exaggerated symbolic consumption
 - 3.1.2 Expression of exaggerated symbolic consumption
- 3.2 Extravagant and wasteful consumption
 - 3.2.1 The nature of luxury wasteful consumption
 - 3.2.2 Manifestations of extravagant wasteful consumption
- 3.3 Blind consumption by following the trend
 - 3.3.1 The nature of follow-the-leader blind consumption
 - 3.3.2 The manifestation of blind consumption

Chapter 4: The causes of consumption alienation

- 4.1 Developed productivity – the material premise of consumption alienation
 - 4.1.1 From commodity shortage to commodity surplus
 - 4.1.2 From frugality to luxury to consumption
- 4.2 Consumerism – the ideological spell of consumption alienation
 - 4.2.1 Causes of consumerism
 - 4.2.2 The nature of consumerism
 - 4.2.3 The harm of consumerism
- 4.3 Labor alienation – social causes of consumer alienation
 - 4.3.1 Labor alienation still exists
 - 4.3.2 False compensation for labor alienation

Chapter 5 The dangers of consumption alienation revealed

- 5.1 Consumption alienation is an important cause of environmental crisis
 - 5.1.1 Consumer alienation gives rise to endless human desires
 - 5.1.2 Consumption alienation depletes natural resources and pollutes the environment
- 5.2 Consumer alienation hinders the free and comprehensive development of human beings
 - 5.2.1 Consumer alienation dissolves the subjectivity of human beings
 - 5.2.2 Consumption alienation invades people's leisure time
 - 5.2.3 Consumer alienation destroys the vitality of human thought
- 5.3 Consumer alienation distorts people's concept of happiness
 - 5.3.1 Consumer alienation reverses the means and ends of happiness
 - 5.3.2 Consumer alienation leads to false happiness
 - 5.3.3 The true meaning of happiness has nothing to do with alienated consumption

Chapter 6: Perspectives on the path of abandonment of consumption alienation

- 6.1 The Frommian path of abandonment of consumer alienation
 - 6.1.1 Social system level: humanistic communal system
 - 6.1.2 Individual level: 'humanized', 'healthy' consumption
- 6.2 The ecological Marxist path to the abandonment of consumer alienation

- 6.3 Integration of the path of alienation and abandonment of consumption – our response
 - 6.3.1 Create a healthy consumption ethic and resist the encroachment of consumerism
 - 6.3.2 Correctly handle the relationship between production and consumption to avoid overproduction and overconsumption
 - 6.3.3 Ensure the consumption rights of disadvantaged groups and narrow the consumption gap

References

Major academic achievements during the degree program

Acknowledgements

Deutsche Übersetzung (www.Google translator, 5/2020 / M.Z.)

Der Konsum ist ein wichtiger Bestandteil der Produktion und Reproduktion von Gütern, und die Befriedigung der Konsumnachfrage des Menschen ist die Grundvoraussetzung für Geschichte und Gesellschaft. Konsum ist eine der Grundbedingungen für das Überleben und die Entwicklung des Menschen. Die *Frankfurter Schule* erweiterte die Entfremdungsanalyse auf Konsumfelder und entdeckte zunächst die Tatsache der Konsumentfremdung der kapitalistischen Gesellschaft, und ihre Theorien zur Konsumentfremdung haben bei künftigen Generationen große Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Die Theorie der Frankfurter Schule zur Konsumentfremdung wurden von den ökologischen Marxisten übernommen. Grundsätzlich ist die Konsumentfremdung ein abnormaler Konsum, der vom normalen Konsum abweicht, gegen das Wesen des Konsums verstößt, den Konsumenten kontrolliert und manipuliert und sehr schädlich sein kann. In China ist die Konsumentfremdung nicht nur ein theoretisches, sondern auch ein dringliches Praxisproblem. Eine Überwindung der Konsumentfremdung wird sich positiv auf die Harmonie zwischen Mensch und Natur sowie auf die freie Entwicklung des Menschen auswirken.

Zu den Erscheinungsformen der Konsumentfremdung gehören der übertriebene Symbolkonsum, der Luxuskonsum und der blinde Konsum, von denen der Symbolkonsum am wichtigsten ist. Voraussetzung für die Konsumentfremdung ist die entwickelte Produktion, während der Konsumismus der Fluch ist, der zur Entstehung der Konsumentfremdung führt, und für die die *entfremdete Arbeit*³ der wichtigste gesellschaftliche Grund ist. Die Konsumentfremdung kann die Umwelt und den Menschen stark in Mitleidenschaft ziehen. Sie ist der Hauptgrund für die Umweltkrise. Darüber hinaus verhindert sie die Entwicklung, entstellt die Idee des Glücks und verursacht gesellschaftliche Instabilität. Laut Fromm sollten die Menschen zur Überwindung der Konsumentfremdung eigenverantwortlich umfassende Reformen umsetzen und sich an "humanisierten" und "gesunden Konsum" halten⁴. Dem Marxismus zufolge müssen die Menschen den Produktionsumfang kontrollieren, eine stabile Wirtschaft verwirklichen und einen neuen Sozialismus aufbauen. Nach den Überlegungen zur Beseitigung der Konsumentfremdung können die Arbeiten dazu unter den folgenden drei Aspekten begonnen werden. Erstens muss eine positive und gesunde Konsumethik etabliert werden, um dem verderblichen Einfluss des Konsumismus entgegenzuwirken. Zweitens muss das Verhältnis zwischen Produktion und Verbrauch angemessen gehandhabt werden, um Überproduktion und Überkonsum zu vermeiden. Schließlich sollten Anstrengungen unternommen werden, das Grundkonsumrecht sozial schwacher Gruppen in der Gesellschaft sicherzustellen und die übergroße Konsumlücke zu schließen. [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

³ Aus *Marxists' Internet Archive*.

⁴ Erich Fromm: *Gesamtausgabe in 12 Bänden*, herausgegeben von Rainer Funk, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1999, Band IV, Die Revolution der Hoffnung. Für eine Humanisierung der Technik (1968), Seite 255 – 377. (Kapitel 5 Schritte zur Humanisierung der technologischen Gesellschaft, d) Der humanisierte Konsum, Seite 346 – 359)

Inhalt

[Chinesische Kurzfassung]

[Englische Kurzfassung]

Kapitel 1 Neue Formen der Entfremdung: Konsumentfremdung

- 1.1 Konsumentfremdung als Problem
 - 1.1.1 Der Hintergrund für die Entstehung der Konsumentfremdung
 - 1.1.2 Die Theorie der Konsumentfremdung der Frankfurter Schule
 - 1.1.3 Die Theorie der Konsumentfremdung im Ökomarxismus
 - 1.1.4 Die dringende Notwendigkeit einer eingehenden Untersuchung der Konsumentfremdung
- 1.2 Bedeutung der Forschung und Forschungsmethoden zur Konsumentfremdung
 - 1.2.1 Bedeutung der Forschung zur Konsumentfremdung
 - 1.2.2 Forschungsmethodik der Konsumentfremdung
- 1.3 Aufbau des Hauptteils der Arbeit

Kapitel 2: Erforschung der Natur der Konsumentfremdung

- 2.1 Der philosophische Begriff der Entfremdung
- 2.2 Von der Entfremdung zur Entfremdung der Arbeit
- 2.3 Konsumnormalität und Konsumentfremdung
- 2.4 Ausmaß und Bedeutung der Konsumentfremdung

Kapitel 3: Anatomie des Phänomens der Konsumerentfremdung

- 3.1 Übertriebener Symbolkonsum
 - 3.1.1 Die Natur des exzessiven Symbolkonsums
 - 3.1.2 Erscheinungsformen exzessiven Symbolkonsums
- 3.2 Extravaganter und verschwenderischer Konsum
 - 3.2.1 Die Natur des verschwenderischen Konsums
 - 3.2.2 Erscheinungsformen verschwenderischen Konsums
- 3.3 Dem Trend des blinden Konsums folgen
 - 3.3.1 Die Art des Konsums von Modeerscheinungen
 - 3.3.2 Erscheinungsformen von "Followerly Blind Consumption"

Kapitel 4: Die Ursachen der Konsumentfremdung

- 4.1 Entwickelte Produktivität – die materielle Voraussetzung für die Konsumentfremdung
 - 4.1.1 Vom Warenmangel zum Warenüberschuss
 - 4.1.2 Von der Genügsamkeit zum Luxuskonsum
- 4.2 Konsumismus – der ideologische Bann der Konsumentfremdung
 - 4.2.1 Die Ursachen des Konsumverhaltens
 - 4.2.2 Das Wesen des Konsumverhaltens
 - 4.2.3 Die Gefahren des Konsumverhaltens
- 4.3 Entfremdung der Arbeit – die gesellschaftlichen Ursachen der Konsumentfremdung
 - 4.3.1 Die Entfremdung der Arbeit besteht weiterhin
 - 4.3.2 Falsche Entschädigung für die Entfremdung der Arbeit

Kapitel 5 Die Gefahren der Konsumentfremdung aufgedeckt

- 5.1 Konsumentfremdung als Hauptursache der Umweltkrise
 - 5.1.1 Die Entfremdung der Verbraucher führt zu unendlichen menschlichen Begierden
 - 5.1.2 Die Entfremdung der Verbraucher erschöpft die natürlichen Ressourcen und verschmutzt die Umwelt
- 5.2 Die Konsumentfremdung behindert die freie und umfassende Entwicklung des Menschen
 - 5.2.1 Die Konsumentfremdung löst die Subjektivität des Menschen auf
 - 5.2.2 Die Konsumentfremdung dringt in die Freizeit des Menschen ein
 - 5.2.3 Die Konsumentfremdung vernichtet die Vitalität des menschlichen Geistes
- 5.3 Die Konsumentfremdung entstellt das menschliche Glück
 - 5.3.1 Die Konsumentfremdung kehrt Mittel und Zweck des Glücks um
 - 5.3.2 Die Konsumentfremdung führt zu falschem Glück
 - 5.3.3 Die wahre Bedeutung des Glücks hat nichts mit Konsumentfremdung zu tun

Kapitel 6: Perspektiven für den Weg der Konsumentfremdung

- 6.1 Der Weg von Frommian zur Abkehr von der Konsumentfremdung
 - 6.1.1 Die Ebene des Gesellschaftssystems: humanisiertes Gemeingut
 - 6.1.2 Die individuelle Ebene: "humanisierter", "gesunder" Konsum
- 6.2 Ökologischer marxistischer Ansatz zur Konsumentfremdung
- 6.3 Integration des Weges der Konsumentfremdung – unsere Antwort
 - 6.3.1 Schaffung einer gesunden Konsumethik und Widerstand gegen die Überhandnahme des Konsums
 - 6.3.2 Das Verhältnis zwischen Produktion und Verbrauch richtig handhaben, um Überproduktion und Überkonsum zu vermeiden
 - 6.3.3 Sicherstellung der Konsumrechte benachteiligter Gruppen und Verringerung der Konsumlücke

Literatur

Wichtige akademische Leistungen während des Studiums

Danksagung

Zur Ergänzung des Beitrags durch Fußnoten und Hyperlinks wurde unter anderem das Internetlexikon Wikipedia verwendet. Den Autorinnen und Autoren sei Dank für ihre sorgfältige und hilfreiche Arbeit. Diese lexikalischen Angaben dienen einem ersten Überblick. Für detailliertere Informationen wird auf die Spezialliteratur verwiesen. [M.Z.]