

弗洛姆消费异化理论研究
[Fromm's Theory of Consumption Alienation]
[Fromms Theorie der Konsumentfremdung]
2018

Author: 楚天莹 [CHU Tianying Chǔ Tiānyíng]
Supervisor: 康渝生 [KANG Yusheng Kāng Yúshēng]
Discipline: Marxist Philosophy
Institution: Heilongjiang University, Harbin, Heilongjiang, China
Year, Degree: 2018, Master's thesis

Abstract / Kurzfassung

从人类社会产生至今,消费一直伴随我们左右。消费是一种同生产过程联系十分密切的经济行为,是社会生产活动中的终极环节,它主要表现在人们购买商品来满足自身的需求。但是随着生产力的提高,尤其是科技水平的提升和物质文明的发展,使得异化现象在消费领域显现,而且这些消费异化的现象对我们的生活带来了从未有过的改变。消费异化,从根源上说,是一种不正常的消费状态,具有很大的危害性,其具体表现在使无需求的消费者为了满足无休止的欲望而在广告等虚假宣传的鼓动下进行消费。时代在发展,社会在进步,理论研究永无止境,现如今,很多专家学者正在对消费异化的问题进行探讨和研究。在这些专家学者的学说中,法兰克福学派的先驱之一埃里希·弗洛姆的消费异化论独树一帜。弗洛姆吸取了马克思异化理论的精髓,并将其和弗洛伊德的精神分析学说相结合。他强调消费异化不只有人的本质的因素,也存在社会条件。随后,他针对每况愈下的消费主义社会,提出了扬弃的措施。当前我国贸易逐步自由化,不合理的消费异化现象在我国初步呈现并日趋增加。因此,弗洛姆对于消费异化的探究和分析,和如何消除消费异化现象,以及针对此问题展开的文化和心理领域的探索,对我国提倡文明理性的消费观、树立以人为本的消费理念、扭转不良的消费现象有着的指导价值。

Contents

中文摘要
English abstract

绪论

- 一、研究目的及意义
- 二、国内外研究综述
- 三、研究对象及内容
- 四、研究方法

第一章 弗洛姆消费异化理论的生成背景和理论渊源

第一节 弗洛姆其人及思想历程

- 一、弗洛姆生平
- 二、弗洛姆的思想历程

第二节 消费异化理论的社会历史背景

- 一、人性根源
- 二、社会因素

第三节 消费异化理论的理论渊源

- 一、马克思的劳动异化理论
- 二、弗洛伊德的精神分析学说
- 三、法兰克福学派的消费异化理论

第二章 弗洛姆消费异化理论的基本内容

第一节 消费异化的定义

- 一、弗洛姆提出消费异化的原因
- 二、弗洛姆对消费异化的阐释

第二节 消费异化的表现及危害

- 一、消费主体性的消融和幸福模式的颠倒
- 二、社会进步受阻和多种危机频发

第三节 对消费异化的扬弃

- 一、倡导重生存的消费观和促使劳动人道化
- 二、建立人道主义社会公有制社会

第三章 弗洛姆消费异化理论与西方其他消费异化理论的比较

第一节 马尔库塞消费异化理论

- 一、马尔库塞对虚假需求的批判
- 二、弗洛姆与马尔库塞关于消费异化思想的比较

第二节 鲍德里亚的消费异化理论

- 一、鲍德里亚的符号消费思想
- 二、弗洛姆与鲍德里亚关于消费异化思想的比较

第三节 阿格尔的消费异化理论

- 一、阿格尔的消费异化思想
- 二、弗洛姆与阿格尔关于消费异化思想的比较

第四章 弗洛姆消费异化理论的当代反思

第一节 对弗洛姆消费异化理论的评价

- 一、弗洛姆消费异化理论的贡献
- 二、弗洛姆消费异化理论的局限性

第二节 弗洛姆消费异化理论对我国的启示

- 一、我国社会存在的消费异化现象
- 二、弗洛姆消费异化理论对我国的启示

结语

参考文献

致谢

攻读学位期间发表的学术

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 4/2021)

Consumption has been with us since the beginning of human society. Consumption is an economic act that is very closely linked to the production process and is the ultimate link in social production, mainly in the form of goods that people buy to satisfy their needs. However, with the increase in productivity, especially with the rise in technology and the development of material civilization, the phenomenon of alienation has emerged in the field of consumption, and this phenomenon has brought about unprecedented changes in our lives. The alienation of consumption is, at root, an abnormal state of consumption, which is very harmful and which is manifested in the fact that consumers without needs are encouraged to consume by false propaganda, such as advertising, in order to satisfy their endless desires. As time progresses and society advances, theoretical research is never ending, and many experts and scholars are now discussing and studying the issue of consumption alienation. Among these experts and scholars, Erich Fromm's theory of consumption alienation¹, one of the pioneers of the *Frankfurt School*, stands out. Fromm drew on the essence of *Marx's*² theory of *theory of alienation*³ and combined it with *Freud's*⁴ psychoanalytic theory. He emphasizes that consumption alienation is not only a factor of human nature, but also a social condition. He then proposes measures for the abandonment of a deteriorating consumerist society⁵. At present, with the gradual liberalization of trade in our country, the phenomenon of irrational consumption alienation is taking shape and increasing. Therefore, Fromm's analysis of the alienation of consumption and how to eliminate it, as well as his cultural and psychological exploration of the problem, are of great value to China in promoting a civilized and rational view of consumption, establishing a human-centered concept of consumption and reversing the negative phenomenon of consumption. [Footnotes, hyperlinks: M.Z.]

Contents

Chinese abstract
English abstract

Introduction
1 Purpose and significance of the study
2 Review of domestic and international research
3 Object and content of the study
4 Research methodology

¹ Erich Fromm: *The Sane Society*, New York (Rinehart and Winston, Inc.) 1955. (Chapter 5d2)

² Karl Marx (1818 – 1883), German philosopher, economist, historian, sociologist, political theorist, journalist, and socialist revolutionary.

³ See especially in Karl Marx: "Economic and Philosophic Manuscripts of 1844", *Online issue* e.g. from *Marxists Internet Archive*.

⁴ Sigmund Freud (1856 – 1939), Austrian neurologist and founder of the psychoanalysis.

⁵ 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. (Chapter 5d).

Chapter 1 Background and theoretical origin of Fromm's theory of consumption alienation

- 1.1 Fromm's and his thought process
 - 1.1.1 Fromm's life
 - 1.1.2 The history of Fromm's thought
- 1.2 Socio-historical background of the theory of consumption alienation
 - 1.2.1 Roots of Human Nature
 - 1.2.2 Social factors
- 1.3 Theoretical origins of the theory of consumption alienation
 - 1.3.1 Marx's theory of labor alienation
 - 1.3.2 Freud's psychoanalytic doctrine
 - 1.3.3 The Frankfurt School's theory of consumption alienation

Chapter 2 The basic elements of Fromm's theory of consumption alienation

- 2.1 Definition of consumption alienation
 - 2.1.1 Reasons for Fromm's proposed consumption alienation
 - 2.1.2 Fromm's interpretation of consumption alienation
- 2.2 Performance and harm of consumption alienation
 - 2.2.1 The dissolution of consumer subjectivity and the reversal of the happiness model
 - 2.2.2 Social progress is hindered and multiple crises occur frequently
- 2.3 Abandonment of consumption alienation
 - 2.3.1 Advocating a subsistence-oriented view of consumption and humanizing labor
 - 2.3.2 Building a Humanistic Social Commons

Chapter 3 Comparison of Fromm's theory of consumption alienation with other Western theories of consumption alienation

- 3.1 Marcuse's theory of consumption alienation
 - 3.1.1 Marcuse's critique of false demand
 - 3.1.2 Comparison of Fromm's and Marcuse's ideas on consumption alienation
- 3.2 Baudrillard's theory of consumption alienation
 - 3.2.1 Baudrillard's idea of symbolic consumption
 - 3.2.2 Comparison between Fromm's and Baudrillard's ideas on consumption alienation
- 3.3 Argyle's theory of consumption alienation
 - 3.3.1 Ager's idea of consumption alienation
 - 3.3.2 Comparison of Fromm's and Ager's ideas on consumption alienation

Chapter 4 Contemporary reflections on Fromm's theory of consumption alienation

- 4.1 Evaluation of Fromm's theory of consumption alienation
 - 4.1.1 Contribution of Fromm's theory of consumption alienation
 - 4.1.2 Limitations of Fromm's theory of consumption alienation
- 4.2 Implications of Fromm's theory of consumption alienation for China
 - 4.2.1 The existence of consumption alienation in our society
 - 4.2.2 Implications of Fromm's theory of consumption alienation for our country

Conclusion

Bibliography

Acknowledgements

Academic publications during the period of study for the degree

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, free version, 4/2021 / M.Z.)

Der Konsum begleitet uns seit den Anfängen der menschlichen Gesellschaft. Der Konsum ist ein wirtschaftlicher Akt, der sehr eng mit dem Produktionsprozess verbunden ist und das letzte Glied der gesellschaftlichen Produktionsaktivitäten darstellt; dies hauptsächlich in Form von Gütern, die von Menschen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse gekauft werden. Mit der Steigerung der Produktivität, vor allem mit der Verbesserung von Wissenschaft und Technik und der Entwicklung der materiellen Zivilisation, ist jedoch das Entfremdungsphänomen im Bereich des Konsums aufgetaucht, was beispiellose Veränderungen in unser Leben gebracht hat. Die Konsumentfremdung ist ein abnormer Zustand des Konsumierens, der mit großen Schäden verbunden ist und sich darin äußert, dass Konsumenten, die ursprünglich keine Bedürfnisse hatten, durch falsche Propaganda wie Werbung zum Konsum angeregt

werden, um ihre jetzt endlosen Wünsche zu befriedigen. Heutzutage wird das Problem der Konsumentfremdung von vielen Experten und Wissenschaftlern diskutiert und untersucht. Darunter ragt Erich Fromm, Pionier der *Frankfurter Schule*, mit seiner spezifischen Theorie der Konsumentfremdung⁶ heraus. Fromm griff dabei auf den Kern der *Entfremdungstheorie*⁷ von *Marx* zurück und fügte sie mit der psychoanalytischen Theorie *Freuds* zusammen. Er betonte, dass die Konsumentfremdung nicht nur ein Faktor der menschlichen Natur, sondern auch ein solcher der gesellschaftlichen Bedingungen ist. Er schlug auch Maßnahmen für die Aufgabe einer verfallenden Konsumgesellschaft vor⁸. Mit der allmählichen Liberalisierung des Handels in unserem Land heute trat auch das Phänomen der irrationalen Konsumentfremdung auf, die bis heute zunimmt. Daher sind Fromms Forschungen zur Konsumentfremdung und zu ihrer Beseitigung sowie seine kulturellen und psychologischen Studien zu den Auswirkungen dieses Problems von großem Wert für unser Land, wenn es darum geht, eine zivilisierte und rationale Sichtweise des Konsums zu fördern, das unerwünschte Konsumentfremdungsphänomen zu überwinden und ein am Menschen orientiertes Konsumkonzept zu entwickeln. [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

Inhalt

Chinesische Kurzfassung
Englische Kurzfassung

Einführung

- 1 Zweck und Bedeutung der Studie
- 2 Übersicht über die nationale und internationale Forschung
- 3 Gegenstand und Inhalt der Studie
- 4 Forschungsmethodik

Kapitel 1 Hintergrund und theoretische Ursprünge der Theorie der Konsumentfremdung Fromms

- 1.1 Fromms und sein Denkprozess
 - 1.1.1 Biographie Fromms
 - 1.1.2 Die Geschichte des Fromm'schen Denkens
- 1.2 Der sozialgeschichtliche Hintergrund der Theorie der Konsumentfremdung
 - 1.2.1 Die Wurzeln der menschlichen Natur
 - 1.2.2 Gesellschaftliche Faktoren
- 1.3 Theoretische Quellen der Theorie der Konsumentfremdung
 - 1.3.1 Die Marx'sche Theorie der Entfremdung der Arbeit
 - 1.3.2 Die psychoanalytische Lehre Freuds
 - 1.3.3 Die Theorie der Konsumentfremdung der Frankfurter Schule

Kapitel 2 Die Grundelemente der Theorie der Konsumentfremdung Fromms

- 2.1 Definition der Konsumentfremdung
 - 2.1.1 Ursachen für Konsumentfremdung bei Fromm
 - 2.1.2 Die Erklärung der Konsumentfremdung durch Fromm
- 2.2 Erscheinungsformen der Konsumentfremdung und ihre Gefahren
 - 2.2.1 Die Auflösung der Verbrauchersubjektivität und die Umkehrung des Glücksmodells
 - 2.2.2 Der soziale Fortschritt wird behindert und es kommt zu zahlreichen Krisen.
- 2.3 Die Ablehnung der Konsumentfremdung
 - 2.3.1 Förderung einer subsistenzorientierten Sichtweise des Konsums und der Humanisierung der Arbeit
 - 2.3.2 Die Schaffung einer humanisierten, sozialen und kommunitären Gesellschaft

⁶ Erich Fromm: *Gesamtausgabe in 12 Bänden*, herausgegeben von Rainer Funk, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1999, Band IV, *Wege aus einer kranken Gesellschaft* (1955), Seite 1 – 254. (Kapitel 5 *Der Mensch in der kapitalistischen Gesellschaft*, Seite 59 – 147; d) *Die charakterologischen Veränderungen in der Gesellschaft des 20. Jahrhunderts*, Seite 81 – 131, 2. *Entfremdung*, Seite 88 – 109 [Konsumentfremdung: Seite 95 – 98])

⁷ Siehe vor allem in Karl Marx: "Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844", erstmals in der deutschen Originalsprache veröffentlicht 1932. Verschiedene Ausgaben, z. B. Karl Marx: "Ökonomisch-philosophische Manuskripte. Geschrieben vom April bis August 1844. Nach der Handschrift", Einleitung und Anmerkungen von Joachim Höppner, Leipzig (Reclam) 1974. *Online-Ausgabe* z. B. aus *Marxists' Internet Archive*.

⁸ A.a.O.: A.a.O.: 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).

Kapitel 3: Vergleich der Theorie der Konsumentfremdung bei Fromm mit anderen westlichen Theorien der Konsumentfremdung

- 3.1 Marcuses Theorie der Konsumentfremdung
 - 3.1.1 Marcuses Kritik der falschen Nachfrage
 - 3.1.2 Vergleich zwischen Fromms und Marcuses Theorien der Konsumentfremdung
- 3.2 Baudrillards Theorie der Konsumentfremdung
 - 3.2.1 Baudrillards Theorie zum symbolischen Konsum
 - 3.2.2 Vergleich zwischen Fromms und Baudrillards Theorien der Konsumentfremdung
- 3.3 Agers Theorie der Konsumentfremdung
 - 3.3.1 Agers Theorie der Konsumentfremdung
 - 3.3.2 Vergleich zwischen Fromms und Agers Theorien der Konsumentfremdung

Kapitel 4 Überlegungen zur Theorie der Konsumentfremdung Fromms heute

- 4.1 Bewertung der Theorie der Konsumentfremdung Fromms
 - 4.1.1 Beiträge der Theorie der Konsumentfremdung Fromms
 - 4.1.2 Grenzen Theorie der Konsumentfremdung Fromms
- 4.2 Auswirkungen der Theorie der Konsumentfremdung Fromms auf China
 - 4.2.1 Das Vorhandensein von Konsumentfremdung in unserer Gesellschaft
 - 4.2.2 Folgen der Theorie der Konsumentfremdung bei Fromm für China

Schlussfolgerung

Literaturverzeichnis

Danksagung

Akademische Veröffentlichungen während des Studiums

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.]