

论弗洛姆的消费异化观
[On Fromm's View of Consumption Alienation]
[Fromms Auffassung zur Konsumentfremdung]
2008

Author: 纪燕 [Ji Yan Ji Yàn]
Supervisor: 吴绍全 [Wu Shaoquan Wú Shàoquán]
Discipline: Literature and Art
Institution: Qufu Normal University, Qufu and Rizhao, Shandong, China
Year, Degree: 2008, Master's thesis

Abstract / Kurzfassung

当今中国社会出现了一种新的社会群体,他们被称之为“新贫族”。之所以称他们为“新贫族”,其中“贫”是指他们挣的钱不少但花的钱却是更多;他们经常没钱,经常借钱;有钱的时候挥金如土,没钱的时候便一贫如洗。他们有着丰厚的薪水,却打着“贫穷”的旗号,一笔钱还没有进帐时就已经规划好了它的用途。他们努力赚钱,却还没有真的赚到很多钱;用力花钱,却真的花了很多钱。“新贫族”的践行者与以“尚俭黜奢”为根本特征的中国传统消费观念有着完全不同的消费新主张:消费观念转向享受生活,消费心态追逐新潮和前卫,消费方式崇尚个性、品位,他们是敢于“花明天的钱,圆今天的梦”的一个群体。“新贫族”的出现实质上就是消费异化。消费异化是当今社会存在的突出问题,其实质就是人们不考虑实际情况而盲目狂热地追求高消费、超前消费,但他们是空虚的、不幸福的、也是没有满足感的,他们追求的只是动物性的物质需求,而人的心理性的精神需求是得不到满足的,或者说得到的满足只是虚假的、错误的。消费异化给社会带来的危害是巨大的,对人类消费异化问题剖析得比较透彻的是西方马克思主义的杰出人物埃里希·弗洛姆,他努力把马克思的思想和弗洛伊德的精神分析学说结合起来,即以精神分析的深层心理动力为本,融合进去马克思的社会学说和所谓的人道主义的传统,因此他创建了“社会性格”和“社会潜意识”理论,并把他的理论用于剖析人的异化问题尤其是消费异化问题,对此进行激烈的、深刻的揭露和批判。在弗洛姆看来“异化”是一种心理体验、感受,甚至是对某一社会现象所作出的病态性的心理反映,而不是与某种特定的社会生活过程相联系的一种特定的社会现象,于是异化就具有了在任何历史时期与任何生活领域中,对社会生活中的任何人来说都有可能是普遍存在和拥有的特质。运用弗洛姆的消费异化理论剖析中国人的消费心理,它使人们脱离了正常的生活需求,而成为人类生存的一种无意识,这种无意识不再是某人的个别行为,而发展成全体人类普遍具有的性格,所以弗洛姆的消费异化理论对当今中国具有重大的现实意义。而克服异化,使人性得到复归势在必行。克服消费异化首先,要加强自身的道德修养,摒弃以往的盲目、冲动的消费心理,提倡勤俭节约的伦理消费意识和观念。其次,必须加强对消费者个体的教育,加强消费者个体的道德意识修养,树立和形成一种正确的、良好的价值观,建立一种全球眼光,与世界发展同呼吸、共命运,形成一种全球生态环境伦理观。再次,必须进行正确的社会引导和规范,树立良好、健康的消费风气。克服、消除消费异化任重而道远,所以,今天我们要牢固树立这种意识,做好准备,为了更加美好的明天而坚持拼搏。

摘要

English abstract

引言

一、由“新贫族”的出现引发对人的异化即消费异化的思考及当今社会消费异化的表现和危害

- 1、“新贫族”与消费异化
- 2、当今社会消费领域异化的表现及其危害

二、“异化”理论的涵义及其溯源

- 1、“异化”理论涵义探析
- 2、“异化”理论溯源

三、弗洛姆站在马克思和弗洛伊德的交叉点上探索消费异化问题

- 1、弗洛姆结合马克思主义和弗洛伊德的精神分析学说创立了“社会无意识”和“社会性格”理论，运用于对消费异化的分析
- 2、弗洛姆对消费异化的揭露和批判

四、弗洛姆的创新理论在中国的具体运用及当代意义

- 1、运用弗洛姆的创新理论对当代中国人异化消费的畸形心理进行剖析
- 2、弗洛姆消费异化理论的当代现实意义
- 3、克服消费异化、走向人性的复归

结语

参考文献

参考书目

在校期间发表的学术论文

致谢

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 5/2021)

There is a new social group in Chinese society today, and they are called the "new poor". The reason why they are called "the new poor", where "poor" means they earn a lot of money but spend more; they often have no money, often borrow money; when they have money, they spend it like dirt, when they have no money, they are penniless. They have a good salary, but under the banner of "poverty", a money has not yet come into the account when it has planned its use. They work hard to earn money, but they haven't really earned a lot of money; they spend money hard, but they really spend a lot of money. The practitioners of the "new poor" have completely different consumption ideas from the traditional Chinese consumption concept, which is characterized by "frugality and luxury": the consumption concept turns to enjoy life, the consumption mentality chases new trends and avant-garde, the consumption style advocates individuality and taste, and they are They are a group of people who dare to "spend tomorrow's money to fulfill today's dream". The emergence of the "new poor" is essentially the alienation of consumption. Consumption alienation is a prominent problem in today's society, the essence is that people do not consider the actual situation but blindly and fervently pursue high consumption and over-consumption, but they are empty, unhappy and unsatisfied, and they pursue only animal material needs, while the psychological spiritual needs of human beings are not satisfied, or the satisfaction is only false and wrong. The harm brought to society by consumer alienation is enormous.

The one who analyzed the problem of human consumer alienation more thoroughly was Erich Fromm¹, a prominent figure in *Western Marxism*, who tried to combine *Marx's*² ideas with *Freud's*³ psychoanalysis,

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

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

i.e., to integrate Marx's social doctrine and the so-called humanistic tradition with the deep psychoanalytic psychodynamics⁴, so that he created the theories of "social character"⁵ and "social unconscious"⁶, and used his theory to analyze the problem of human alienation, especially the problem of consumer alienation, which he fiercely and deeply exposed and criticized. In Fromm's view, "alienation" is a kind of psychological experience, feeling, or even a pathological psychological reflection of a social phenomenon, rather than a specific social phenomenon connected with a specific social life process, so that alienation has the ability to be universal in any historical period and in any field of life, for all people in social life. It is possible for anyone in social life to have a universal existence and quality. Using Fromm's theory of consumer alienation to analyze Chinese people's consumer psychology, it makes people detach from their normal needs of life and become a kind of unconsciousness of human existence, and this unconsciousness is no longer the individual behavior of a certain person, but develops into the universal character of all human beings. Therefore, Fromm's theory of consumer alienation is of great relevance to China today, and it is imperative to overcome alienation and restore human nature. To overcome the alienation of consumption, first of all, we must strengthen our own moral cultivation, abandon the blind and impulsive consumption psychology of the past, and promote the ethical consumption consciousness and concept of diligence and frugality. Secondly, we must strengthen the education of individual consumers, strengthen their moral consciousness, establish and form a correct and good value, establish a global vision, share the same breath and fate with the world development, and form a global ecological and environmental ethics. Again, it is necessary to carry out correct social guidance and regulation, and establish a good and healthy consumption culture. There is a long way to go to overcome and eliminate consumer alienation, so today we must firmly establish this awareness and be ready to persist in our struggle for a better tomorrow [Footnotes, hyperlinks: M.Z.]

Contents

Chinese abstract

English abstract

Introduction

Chapter 1 The emergence of the "new poor" has led to the consideration of the alienation of human beings, i.e. the alienation of consumption, and the manifestation and harm of the alienation of consumption in today's society.

1.1 The "new poor" and consumer alienation

1.2 The manifestation of alienation in the field of consumption and its harm in today's society

Chapter 2 Meaning of "alienation" theory and its origin

2.1 Exploration of the meaning of "alienation" theory

2.2 The origin of "alienation" theory

³ Sigmund Freud (1856 – 1939), Austrian neurologist and founder of the psychoanalysis.

⁴ Erich Fromm: The Application of Humanist Psychoanalysis to Marx's Theory (1965). In: Socialist Humanism. An International Symposium, ed. by Erich Fromm (1965a-001), Garden City (Anchor Books, Doubleday) 1966, pp. 207 – 222; id.: The Method and Function of an Analytic Social Psychology, in: Erich Fromm: The Crisis of Psychoanalysis, New York (Holt, Rinehart and Winston) 1970, pp. 135 – 162; id.: Marx's Concept of Man. With a Translation of Marx's Economic and Philosophical Manuscripts by T. B. Bottomore, New York (F. Ungar Publisher Co.) 1961.

⁵ Erich Fromm: Escape from Freedom, New York (Farrar and Rinehart) 1941. Erich Fromm: The Fear of Freedom, London (Kegan Paul) 1942, Appendix: Character and the social process; id.: Man for Himself. An Inquiry into the Psychology of Ethics, New York (Rinehart and Co.) 1947, Chapter 3b; id.: The Sane Society, New York (Rinehart and Winston, Inc.) 1955; Chapter 5a,b,c; id.: Beyond the Chains of Illusion. My Encounter with Marx and Freud (Credo Perspectives, planned and edited by Ruth Nanda Anshen), New York (Simon and Schuster) 1962, Chapter 8.

⁶ Id.: Beyond the Chains of Illusion. My Encounter with Marx and Freud (Credo Perspectives, planned and edited by Ruth Nanda Anshen), New York (Simon and Schuster) 1962. (Chapter 9)

Chapter 3 Fromm explores the problem of consumer alienation at the intersection of Marx and Freud

3.1 Fromm combined Marxism and Freud's psychoanalysis to create the theories of "social unconscious" and "social character", which are applied to the analysis of consumer alienation

3.2 Fromm's exposure and criticism of consumer alienation

Chapter 4 Specific application of Fromm's innovation theory in China and its contemporary significance

4.1 Using Fromm's innovation theory to analyze the deformed psychology of contemporary Chinese people's alienated consumption

4.2 The contemporary relevance of Fromm's theory of consumption alienation

4.3 Overcome the alienation of consumption and return to human nature

Conclusion

Bibliography

Academic papers published during the studies

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, free version, 5/2021 / M.Z.)

In der heutigen chinesischen Gesellschaft hat sich eine neue Gesellschaftsgruppe herausgebildet, die man die "neuen Armen" nennt. Warum sie so genannt werden, liegt daran, dass das Wort "arm" bedeutet, dass sie mehr Geld ausgeben, als sie verdienen; sie haben oft kein Geld und leihen sich oft Geld; wenn sie Geld haben, geben sie es aus, aber wenn sie kein Geld haben, sind sie mittellos. Sie verfügen über ein gutes Gehalt, die Verwendung des Geldes ist jedoch schon verplant, bevor es auf ihr Konto kommt. Sie arbeiten hart, um Geld zu verdienen, aber sie haben nicht wirklich viel verdient und geben trotzdem viel aus. Die Praktiker der "neuen Armen" haben völlig andere Konsumvorstellungen als das traditionelle chinesische Konsumkonzept, das von "Genügsamkeit und Luxus" geprägt ist. Das Konsumkonzept der neuen Armen wendet sich dem Lebensgenuss zu, ihre Konsummentalität lässt sie neuen Trends und der Avantgarde nachjagen, ihr Konsumstil setzt auf Individualität und Geschmack, es ist eben die Gruppe von Menschen, die es wagt, "das Geld von morgen auszugeben, um sich den Traum von heute zu erfüllen". Die Entstehung der "neuen Armen" ist im Wesentlichen der Konsumentfremdung geschuldet. Konsumentfremdung ist ein prominentes Problem in der heutigen Gesellschaft, dessen Wesen darin besteht, dass die Menschen blind und inbrünstig nach hohem Konsum und Überkonsum streben, ohne ihre tatsächliche Situation zu berücksichtigen. Jedoch sind diese Menschen leer, unglücklich und unbefriedigt, und sie verfolgen nur tierische, materielle Bedürfnisse, während die psychologischen und geistigen Bedürfnisse der Menschen nicht befriedigt werden, oder die Befriedigung, die sie bekommen, nur eine Scheinbefriedigung ist. Die Konsumentfremdung fügt der Gesellschaft enormen Schaden zu.

Erich Fromm, eine prominente Figur des *westlichen Marxismus*, hat das Problem der Konsumentfremdung des Menschen gründlich analysiert.⁷ Er versuchte, die Ideen von *Marx* mit der psychoanalytischen Lehre von *Freud*, also der psychoanalytischen Psychodynamik zu verbinden und so die Gesellschaftstheorie Marx' und die sogenannte humanistische Tradition zu integrieren.⁸ Auf dieser Grundlage entwickelte er die Theorien des "Sozialcharakters"⁹ und des "gesellschaftlichen Unbewussten"¹⁰ und nutzte

⁷ 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]; 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.

⁸ A.a.O.: Band I, *Über Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie. Bemerkungen über Psychoanalyse und historischen Materialismus* (1932), Seite 37 – 57; a.a.O.: Band XI, *Zur Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie* (1937) [Die Determiniertheit der psychischen Struktur durch die Gesellschaft], Seite 129 – 175, a.a.O.: Band V, *Die Anwendung der humanistischen Psychoanalyse auf die marxistische Theorie* (1965), Seite 399 – 411; a.a.O.: Band V, *Das Menschenbild bei Marx* (1961), Seite 335 – 393.

⁹ A.a.O.: Band I, *Die Furcht vor der Freiheit* (1941), Seite 215 – 392, Anhang: *Charakter und Gesellschaftsprozeß*, Seite 379 – 392; a.a.O.: Band II, *Psychoanalyse und Ethik* (1947), Seite 1 – 157, Kapitel 3 *Die Natur des Menschen und sein Charakter*, Seite 29 – 77, b) *Die Persönlichkeit*, Seite 36 – 77; a.a.O.: Band IV, *Wege aus einer kranken Gesellschaft* (1955), Seite 1 – 254, Kapitel 5 *Der Mensch in der kapitalistischen Gesellschaft*, Seite 59 – 147, a) *Der Gesellschafts-Charakter*, Seite 59 – 62; b) *Die Struktur des Kapitalismus und der Charakter des Menschen*; c)

diese Theorien zur Analyse des Problems der menschlichen Entfremdung; insbesondere das Problem der Konsumentfremdung, das er eingehend beschrieb und heftig kritisierte. Nach Fromm ist "Entfremdung" eine psychologische Erfahrung, ein Gefühl oder sogar eine pathologische psychologische Widerspiegelung eines gesellschaftlichen Phänomens, und nicht ein spezifisches soziales Phänomen, das mit einem spezifischen sozialen Lebensprozess verbunden ist, so dass Entfremdung das Potenzial hat, in jeder historischen Periode und in jedem Lebensbereich für alle Menschen im gesellschaftlichen Leben universell zu sein. Wird Fromms Theorie der Konsumentfremdung zur Analyse der Konsumpsychologie der Chinesen verwendet, führt dies zu dem Ergebnis [...]. Daher ist Fromms Theorie der Konsumentfremdung von großer Relevanz für das heutige China, und es ist zwingend notwendig, die Entfremdung zu überwinden und die menschliche Natur zurückzubringen. Wir müssen zur Überwindung der Konsumentfremdung zuallererst unsere eigene moralische Kultivierung stärken, die blinde und impulsive Konsummentalität der Vergangenheit aufgeben und ein ethisches Konsumbewusstsein und ein Konzept von Fleiß und Sparsamkeit fördern. Zweitens ist es notwendig, die Erziehung der Verbraucher zu verbessern, ihr moralisches Bewusstsein zu stärken, angemessene Wertvorstellungen und eine globale Vision zu entwickeln [...] [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

Inhalt

Chinesische Kurzfassung

Englische Kurzfassung

Einführung

Kapitel 1 Das Auftauchen der "neuen Armen" führte zu einer Reflexion der Entfremdung des Menschen, speziell der Konsumentfremdung und ihrer Erscheinungsformen und Gefahren in der heutigen Gesellschaft

1.1 Die "neuen Armen" und die Konsumenten-Entfremdung

1.2 Die Erscheinungsformen der Entfremdung im Bereich des Konsums und ihre Gefahren in der heutigen Gesellschaft

Kapitel 2 Die Bedeutung der Theorie der "Entfremdung" und ihr Ursprung

2.1 Analyse der Bedeutung der Theorie der "Entfremdung"

2.2 Ursprung der Theorie der "Entfremdung"

Kapitel 3 Fromm untersucht das Problem der Entfremdung des Konsumenten an der Schnittstelle von Marx und Freud

3.1 Fromm verband den Marxismus und die Psychoanalyse Freuds und entwickelte die Theorien des "gesellschaftlichen Unbewussten" und des "Sozialcharakters", die auf die Analyse der Entfremdung der Verbraucher angewandt wurden

3.2 Fromms Beschreibung und Kritik der Konsumentfremdung

Kapitel 4 Die spezifische Anwendung der Fromm'schen Theorie in China und ihre heutige Bedeutung

4.1 Die innovative Fromm'sche Theorie zur Analyse der abnormen Psychologie der Konsumentfremdung im heutigen China

4.2 Die gegenwärtige Relevanz der Fromm'schen Konsumentfremdungstheorie

4.3 Streben nach Überwindung der Konsumentfremdung und nach Regeneration Menschlichkeit der Natur des Menschen

Schlussfolgerung

Literaturverzeichnis

Akademische Arbeiten während des Studiums

Gesellschaftliche und ökonomische Veränderungen im 20. Jahrhundert d) Die charakterologischen Veränderungen in der Gesellschaft des 20. Jahrhunderts, Seite 81 – 131; a.a.O.: Band IX, Jenseits der Illusionen. Die Bedeutung von Marx und Freud (1962), Seite 37 – 155, Kapitel 8 Individueller Charakter und Gesellschafts-Charakter, Seite 85 – 95.

¹⁰ A.a.O.: Band IX, Jenseits der Illusionen. Die Bedeutung von Marx und Freud (1962), Seite 37 – 155, Kapitel 9 Das gesellschaftliche Unbewusste, Seite 98 – 124.

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.]