

西方马克思主义的消费异化理论述评

[The Commentary of Western Marxist Consumption Alienation Theory]

[Kommentar zur Konsumentfremdungstheorie des westlichen Marxismus]

2014

Author: 江楠 [JIANG Nan Jiāng Nán]

Supervisor: 崔平 [CUI Ping Cūi Píng]

Discipline: Foreign Marxism

Institution: Southwest University of Political Science & Law, Yubei District, Chongqing, China

Year, Degree: 2014, Master's thesis

Abstract / Kurzfassung

消费异化是西方马克思主义的重要理论，是关于消费在现代社会发生异化的现象、原因及解决途径的理论。它分析了现代社会发展的弊病，描述了现代社会的消费主义大环境。西方马克思主义的哲学家们，通过对社会的观察结合马克思主义的基本观点提出了消费异化理论，说明了消费异化产生的原因及危害，从现实的角度描绘消费社会的基本状况，批判消费异化对人性地扭曲。本文通过西方马克思主义哲学家关于消费异化理论地论述分析西方马克思主义的消费异化观。鲍德里亚提出人已不再被人所包围而是被物所包围，人与人之间被重新以物为符号划分人的等级，这是非常恐怖的，人们为了自己的地位不得不努力地劳动而失去自我以适应新的社会现实，各类媒体的介入使的消费异化更加严重。弗洛姆以心理学的角度分析人在消费中内心的变化，这种变化逐渐地波及到人与人之间的关系，也影响到人对自己地定位发展，这些都是非常不利的。马尔库塞提出了消费异化是工业社会发展的必然结果地论断，说明福利社会是以糖衣炮弹的形式使具有反抗精神的消费人群成为顺民，进而完成统治的欲望。这些观点虽然都存在局限性，但为资本主义社会的分析做出了有益地贡献。在人们的观念中不断地形成了一种以符号为代表的等级社会，在这种社会中，通过对人占有物的程度划分人的等级，这是对人性地忽视。本文阐明消费异化的基本理论，梳理对比不同学者的理论观点，结合现代社会发展的具体情况，分析原因并试图提出解决途径。消费异化地发展，为分析现代的社会问题提供了良好的研究方向，通过对消费异化的探究，可以反思现代社会的弊病，对解决生态危机理论提供了有价值研究内容。

Contents

内容摘要

English abstract

一. 绪论

- (一) 选题背景与选题意义
- (二) 研究综述

二. 消费异化理论的概述

- (一) 消费异化的概念及内涵
- (二) 消费异化的理论渊源

三. 西方马克思主义的消费异化思想

- (一) 鲍德里亚的消费异化思想
- (二) 弗洛姆消费异化思想研究
- (三) 马尔库塞的消费异化思想

四. 西方马克思主义消费异化思想研究的价值

- (一) 有助提升人们对消费的警惕性
- (二) 消费异化为生态学马克思主义地发展提供了重要支持

致谢

参考文献

[English version \(www.cnki.net, 8/2020\)](http://www.cnki.net)

Consumption alienation which is an important theory in *Western Marxism* is about the phenomenon, cause and solution of consumption dissimilation in modern society. It analyses the problems in the development of modern society, and the environment of consumerism. Western Marxism philosophers have put forward Consumption Alienation Theory by combining the observation of the society with the basic ideas of Marxism Theory. They illustrate the causes and harms of consumption alienation, and described the realistic situation of consumer society, then criticize the consumption alienation distorting human nature.– This paper studies on the consumption alienation view of Western Marxism through the analysis of the consumption alienation theory proposed by Western Marxism philosophers. *Baudrillard*¹ has put forward that human are no longer surrounded by human but the material, and regarded by the material symbol. That is so terrible. Human has to work hard for their own status and lose themselves to adapt to new social reality. And consumer alienation becomes more serious for various media intervention. Fromm analyses the people's inner change in the consumption on the perspective of psychology.² These disadvantageous changes has gradually speeded to the relationship of people, and affected their own positional developments. Marcuse proposed consumer alienation is the inevitable outcome of the development of industrial society. It shows that the welfare society makes rebellious consumers docile in the form of sugar-coated cannonballs, and completes the desire of rule.– Although these ideas have limitations, they make a useful contribution to the analysis of the capitalist society. Hierarchical social represented by symbols has constantly formed in the people's idea. In this society, it is a disregard of human nature through grading people on how many possessions they have. This paper expounds the basic theory of the consumption alienation, and compares different scholars' theoretical views. Then it is combined with the specific situation of the modern society developing to analyze the cause, and try to put forward solutions. The development of consumption alienation provides a great research direction for analyzing modern social problems. Through the study of consumption alienation, we can reflect the modern social problems, and provide valuable research for solving the Ecological Crisis Theory.] [Footnotes, hyperlinks: M.Z.]

Contents

Chinese abstract

English abstract

Chapter 1 Introduction

1.1 Background and significance of the selected topic

1.2 Research Overview

¹ Jean Baudrillard (1929 – 2007), French sociologist, philosopher and cultural theorist.

² 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.

Chapter 2 Overview of consumer alienation theory
2.1 Concept and connotation of consumer alienation
2.2 The theoretical origins of consumer alienation

Chapter 3 Western Marxist ideas of consumer alienation
3.1 Baudrillard's idea of consumer alienation
3.2 Fromm's idea of consumer alienation
3.3 Marcuse's idea of consumer alienation

Chapter 4 The value of the study of Western Marxist ideas on the alienation of consumption
4.1 It helps to raise people's vigilance against consumption
4.2 Consumption alienation provides important support for the development of ecological Marxism

Acknowledgements
References

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, kostenlose Version, 8/2020 / M.Z.)

Die Theorie der Konsumentfremdung, eine wichtige Theorie im *westlichen Marxismus*, befasst sich mit dem Phänomen, der Ursache und der Überwindung der Konsumentfremdung in der modernen Gesellschaft und analysiert die Entwicklungsprobleme der modernen Gesellschaft im Konsumbereich. Die Philosophen des westlichen Marxismus entwickelten die Theorie der Konsumentfremdung, indem sie die Beobachtung der Gesellschaft mit den Grundideen der Marxismustheorie verbanden. Sie veranschaulichten die Ursachen und Schäden der Konsumentfremdung, beschrieben die Situation der Konsumgesellschaft in der Realität und kritisierten die Konsumentfremdung, die die menschliche Natur verzerrt.– Die vorliegende Arbeit untersucht die Auffassung des westlichen Marxismus zur Konsumentfremdung anhand der Analyse der von den Philosophen des westlichen Marxismus vorgeschlagenen Konsumentfremdungstheorie. Nach der These von *Baudrillard* ist der Mensch nicht mehr vom Menschen, sondern von Dingen umgeben, und er lässt sich von Symbolobjekten in Klassen einteilen, was fatal ist. Denn der Mensch muss hart für seinen eigenen Status arbeiten und sich selbst aufgeben, um sich einer neuen sozialen Realität anzupassen. Durch Medieninterventionen verschiedenster Art wird die Konsumentfremdung noch gravierender. Fromm analysierte den inneren Wandel des Menschen im Konsumverhalten aus psychologischer Sicht.³ Diese nachteiligen Veränderungen wirkten sich allmählich auch auf die Beziehung der Menschen miteinander aus und beeinflussten die Entwicklung ihrer eigenen Position. Nach *Marcuse*⁴ ist die Konsumentfremdung unvermeidliche Folge der Entwicklung der Industriegesellschaft. Sie zeigt, dass die Wohlstandsgesellschaft in Form von mit Zucker überzogenen Kanonenkugeln vorliegt mit dem Zweck, rebellische Verbrauchergruppen gefügig zu machen und so ihr Herrschaftsverlangen zu befriedigen.– Trotz ihrer Begrenztheit leisten diese Theorien einen nützlichen Beitrag zur Analyse der kapitalistischen Gesellschaft. Das hierarchische Soziale, das durch Symbole repräsentiert wird, hat sich ständig in den Vorstellungen der Menschen herausgebildet. Es zeugt in dieser Gesellschaft von einer Missachtung der menschlichen Natur, wenn der Mensch nach der Anzahl seiner Besitztümer eingestuft wird. Die vorliegende Arbeit erläutert die Grundlagen der Konsumentfremdungstheorie und vergleicht die theoretischen Auffassungen verschiedener Wissenschaftler. Ferner verbindet sie diese Theorien mit der spezifischen Situation der sich entwickelnden modernen Gesellschaft, um so die Ursachen zu analysieren und Lösungsversuche vorzuschlagen. Mithilfe der Untersuchung der Konsumentfremdung lassen sich moderne soziale Probleme reflektieren und wertvolle Ergebnisse zur Theorie der Lösung der ökologischen Krise gewinnen. [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

³ 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.

⁴ Siehe in: Herbert Marcuse: *Der eindimensionale Mensch: Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft*, übersetzt von Alfred Schmidt, Neuwied (Luchterhand) 1967.

Inhalt

Chinesische Kurzfassung
Englische Kurzfassung

Kapitel 1 Einleitung

1.1 Hintergrund und Bedeutung des Themas
1.2 Forschungsüberblick

Kapitel 2 Überblick über die Theorie der Konsumententfremdung

2.1 Begriff und Bedeutung der Konsumentfremdung
2.2 Die theoretischen Ursprünge der Konsumentfremdung

Kapitel 3 Westlich marxistische Konzepte zur Konsumentfremdung

3.1 Baudrillards Konzept der Konsumentfremdung
3.2 Fromms Konzept der Konsumentfremdung
3.3 Marcuses Konzept der Konsumentfremdung

Kapitel 4 Die Bedeutung des Studiums der westlich marxistischen Konsumentfremdungskonzepte

4.1 Beitrag zur Erhöhung der Wachsamkeit der Menschen gegenüber dem Konsum
4.2 Wichtige Stütze für die Entwicklung des ökologischen Marxismus

Danksagung
Literatur

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.]
