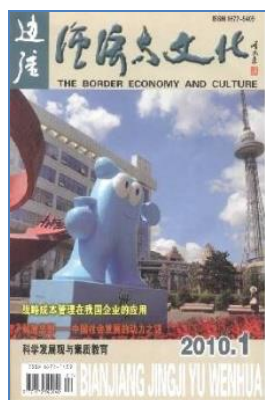


## 弗洛姆与马尔库塞消费异化理论之比较研究

[A Comparative Study of Fromm's and Marcuse's Consumption Alienation Theories]  
[Vergleichende Studie zu den Theorien der Konsumentfremdung bei Fromm und Marcuse]  
2010

**Author:** 任海滨 [REN Haibin Rèn Hǎibīn]  
**Institution:** Law College, Harbin Normal University, Harbin, Heilongjiang, China  
**Subject:** History of Economic Theory and Ideology  
**Journal:** 边疆经济与文化 [The Border Economy and Culture], No. 1 (2010), pp. 62 – 63



### Abstract / Kurzfassung

弗洛姆和马尔库塞是法兰克福学派的重要代表人物。从消费异化的产生、内容、危害、克服途径四个方面对二人的消费异化理论进行比较分析研究,可以获得应树立健康的消费意识、关注人的全面解放、建设人道合理的消费文化三个方面的启示,这也能对我国的消费文化建设提供一些帮助。

### Overview

- 一、消费异化产生的根源
- 二、消费异化的表象与本质
- 三、关于消费异化的危害
- 四、有效克服消费异化的途径
- 五、消费异化理论带给我们的借鉴和启示
  1. 树立健康的消费意识。
  2. 关注人的全面解放, 建设和发展人本身。
  3. 建设人道合理的消费文化。

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 9/2020)

Fromm<sup>1 2</sup> and *Marcuse*<sup>3 4</sup> are important representatives of the *Frankfurt School*. The comparative analysis and research on their theory of consumption alienation from four aspects, namely, the generation, content, harm and ways to overcome consumption alienation, can provide inspiration on three aspects, namely, establishing a healthy consumption consciousness, paying attention to the overall emancipation of human beings and building a humane and reasonable consumption culture, which can also provide some help to the construction of consumer culture in China. [Footnotes, hyperlinks: M.Z.]

### Overview

- 1 The root cause of consumer alienation
- 2 The appearance and essence of consumer alienation
- 3 The harm of consumer alienation
- 4 The way to effectively overcome consumer alienation
- 5 Theories of consumption alienation bring us reference and inspiration
  - 5.1 Establish a healthy consciousness of consumption
  - 5.2 Pay attention to the comprehensive emancipation of human beings, and build and develop human beings themselves
  - 5.3 Build a humane and reasonable consumption culture.

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, kostenlose Version, 9/2020 / M.Z.)

Fromm<sup>5,6</sup> und *Marcuse* sind bedeutende Vertreter der *Frankfurter Schule*. Eine vergleichende Analyse ihrer Theorie der Konsumentfremdung unter den Gesichtspunkten Entstehung, Inhalt, Schädwirkungen und Wege zur Überwindung der Konsumentfremdung kann Anregungen zu drei Aspekten geben: Schaffung eines gesunden Konsumbewusstseins, Beitrag zur allgemeinen Befreiung des Menschen sowie Aufbau einer humanen und vernünftigen Konsumkultur. Dies könnte auch dem Aufbau einer Konsumkultur in China dienen. [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

### Überblick

- 1 Die Ursachen der Konsumentfremdung
- 2 Das Erscheinungsbild und das Wesen der Konsumentfremdung
- 3 Die Gefahren der Konsumentfremdung
- 4 Wege zur wirksamen Überwindung der Konsumentfremdung
- 5 Lehren und Anregungen aus der Theorie der Konsumentfremdung
  - 5.1 Ein gesundes Bewusstsein für den Konsum schaffen
  - 5.2 Auf die umfassende Befreiung des Menschen achten, den Menschen selbst aufbauen und entwickeln.
  - 5.3 Eine humane und rationale Konsumkultur aufbauen.

---

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

<sup>2</sup> Id.: 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 5)

<sup>3</sup> Herbert Marcuse (1898 – 1979), German-US-American philosopher and sociologist.

<sup>4</sup> See in: Herbert Marcuse: *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston (Beacon Press) 1964.

<sup>5</sup> 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. (Seite 95 – 98)

<sup>6</sup> 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)

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.]