

弗洛姆人道主义消费伦理思想探析
[About Fromm's Humanistic Ethical Consumption Concept]
[Über Fromms humanistisch-ethisches Konsumkonzept]
2006

Author: 邓志伟 [DENG Zhiwei Dèng Zhìwěi]
Institution: Institute of Ethics, Hunan Normal University, Changsha, Hunan, China
Fund: 2004年度湖南省社科基金课题“弗洛姆人道主义伦理学研究”(项目号04YB019)阶段性研究成果。[2004 Hunan Provincial Social Science Fund project "Fromm Humanistic Ethics Research" (project number 04YB019) phased research results]
Subject: Ethics
Journal: 道德与文明 [*Morality and Civilization*], No. 1 (2006), pp. 20 – 24



Abstract / Kurzfassung

在弗洛姆的伦理学思想中,消费伦理是一个重要的方面。弗洛姆正确地看到,资本主义重“占有”的生活方式造成了消费的异化;消费的异化使人性扭曲、精神痛苦,并带来了严重的生态危机。他积极倡导人道主义的消费伦理观念,主要包括:确立重生存的价值取向;建立健康而人道的消费方式,以此承担历史的责任,重建人与自然的和谐。这种思想对于建构社会主义消费伦理有重要的启发意义。

Overview

- 一、人性论——弗洛姆人道主义消费伦理思想的理论基础
 - 1.人类具有“自我保存的需求”和“生存的需求”,后者是人的本质特征。
 - 2.人性是一种潜能、创造性和理性。
 - 3.对自由、幸福的欲求是人的天性。
 - 4.不同的人具有不同的性格模式。
- 二、对资本主义社会消费异化的伦理批判
- 三、探寻人道主义消费道德规范,实现健康而人道的消费方式
- 四、弗洛姆人道主义消费伦

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

In Fromm's ethical thought, the ethics of consumption is an important aspect. Fromm rightly saw that the capitalist lifestyle of "have" had led to the alienation of consumption¹; the alienation of consumption had distorted humanity, caused mental suffering and brought about a serious ecological crisis. He actively advocated a humanistic ethics of consumption², which mainly includes: establishing the value of survival; establishing a healthy and humane way of consumption, thereby assuming the responsibility of history and rebuilding the harmony between human beings and nature. This idea is an important inspiration for the construction of a socialist consumer ethic. [Footnotes: M.Z.]

Overview

- 1 Human nature – the theoretical basis of Fromm's humanistic consumer ethics
 - 1.1 Human beings have "the need for self-preservation" and "the need for survival", the latter being the essential characteristic of human beings
 - 1.2 Human nature is a kind of potential, creativity and rationality
 - 1.3 The desire for freedom and happiness is the nature of human beings
 - 1.4 Different people have different personality patterns
- 2 Ethical critique of the alienation of consumption in capitalist society
- 3 Exploring the ethics of humanistic consumption and realizing a healthy and humane way of consumption
- 4 Fromm's humanistic consumption ethics

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

Die Konsumethik ist im ethischen Denken von Fromm ein wichtiger Aspekt. Fromm sah zu Recht, dass der kapitalistische Lebensstil des "Besitzes" eine Konsumentfremdung³ zur Folge hatte. Diese hatte die menschliche Natur entstellt, psychisches Leiden verursacht und eine schwere ökologische Krise herbeigeführt. Fromm setzte sich aktiv für ein humanistisch-ethisches Konsumkonzept ein, dessen Aufgabe vor allem darin liegt, den Überlebenswert zu sichern, eine gesunde und humane Konsumweise herbeizuführen⁴ und damit Verantwortung für die Geschichte zu übernehmen und die Harmonie zwischen Mensch und Natur wiederherzustellen. Diese Idee ist eine wichtige Inspirationsquelle für den Aufbau einer sozialistischen Konsumethik. [Fußnoten: M.Z.]

Überblick

- 1 Die menschliche Natur – die theoretische Grundlage der humanistischen Konsumethik von Fromm
 - 1.1 Der Mensch hat ein "Selbsterhaltungs"- und ein "Überlebensbedürfnis", wobei letzteres das wesentliche Merkmal des Menschen ist
 - 1.2 Die menschliche Natur besteht aus Potenzial, Kreativität und Rationalität
 - 1.3 Der Wunsch nach Freiheit und Glück ist ein natürlicher Teil der menschlichen Natur
 - 1.4 Verschiedene Menschen zeigen unterschiedliche Persönlichkeitsmuster
- 2 Ethische Kritik der Konsumentfremdung in der kapitalistischen Gesellschaft
- 3 Erforschung humanistischer Konsumethik mit dem Ziel eines gesunden und menschlichen Konsumierens
- 4 Die humanistische Konsumethik bei Fromm

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

² 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)

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])

⁴ 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).