

弗洛姆消费异化理论视野下我国消费伦理探析

[An Analysis of China's Consumption Ethics in the Perspective of Fromm's Theory of Consumption Alienation]

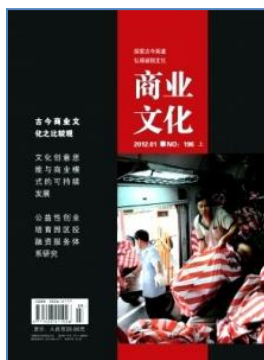
[Analyse der Konsumethik in China im Lichte der Fromm'schen Theorie der Konsumentfremdung]
2012

Author: 刘春霞 [Liu Chunxia Liú Chūnxiá] & 李昆 [Li Kun Li Kūn]

Institution: Institute of Marxism, Yunnan University of Finance and Economics, Kunming, Yunnan, China

Subject: History of Economic Theory and Ideology

Journal: *Business Culture (First Half)* [商业文化(上半月)], No. 1 (2012), pp. 215 – 216



Abstract / Kurzfassung

弗洛姆通过揭露出资本主义社会消费异化的产生原因、现象以及后果,期待建立一种充分重视人类生存的价值理念,实现一种人道的消费方式。他的这一理念,对于我国当前市场经济的发展,无疑具有重要的理论意义和现实意义。要走出消费异化的伦理困境,需要确立自主性的、讲求责任与关怀的消费伦理观。

Overview

- 一、弗洛姆的消费异化理论
- 二、当前我国的消费异化表征
 - (一) 市场经济的快速发展带来消费机制的转变
 - (二) 企业的营销策略让人们难以自制
 - (三) 人们价值观念的变化为消费异化推波助澜
- 三、克服消费异化的若干消费伦

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 7/2021)

By exposing the causes, phenomena and consequences of the alienation of consumption¹ in capitalist society, Fromm expects to establish a value concept that fully values human existence and realize a humane way of consumption. His concept is undoubtedly of great theoretical and practical significance to the development of China's current market economy. In order to get out of the ethical dilemma of consumer alienation, it is necessary to establish an autonomous, responsible and caring ethical view of consumption. [Footnotes: M.Z.]

Overview

- 1 Fromm's theory of consumer alienation
- 2 The current consumption alienation representation in China
 - 2.1 The rapid development of market economy brings the change of consumption mechanism
 - 2.2 The marketing strategies of enterprises make it difficult for people to control themselves
 - 2.3 Changes in people's values have contributed to the alienation of consumption
- 3 Some principles of consumer ethics to overcome consumer alienation

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, free version, 7/2021 / M.Z.)

Fromms Analyse der Ursachen, Phänomene und Folgen der Konsumentfremdung² in der kapitalistischen Gesellschaft zielt darauf ab, ein Wertkonzept zu entwickeln, das die menschliche Existenz voll wertschätzt und eine humane Art des Konsums verwirklicht. Sein Konzept ist zweifelsohne von großer theoretischer und praktischer Bedeutung für die Entwicklung der heutigen chinesischen Marktwirtschaft. Um das ethische Dilemma der Konsumentfremdung zu überwinden, ist es notwendig, eine autonome, verantwortungsvolle und fürsorglich ethische Sichtweise des Konsums zu entwickeln. [Fußnoten: M.Z.]

Überblick

- 1 Die Theorie Konsumentfremdung von Fromm
- 2 Aktuelle Darstellung der Konsumentfremdung in China
 - 2.1 Die rasante Entwicklung der Marktwirtschaft hat zu einer Veränderung des Konsumverhaltens geführt
 - 2.2 Die Marketingstrategien der Unternehmen machen es den Menschen schwer, sich selbst zu kontrollieren
 - 2.3 Der Wertewandel der Menschen hat zur Entfremdung des Konsums beigetragen
- 3 Verbraucherethische Grundsätze zur Überwindung der Konsumentfremdung

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