

从弗洛姆异化理论视角分析当前消费异化现象

[Analysis of the Current Phenomenon of Consumption Alienation from the Perspective of Fromm's Alienation Theory]

[Analyse des aktuellen Phänomens der Konsumentfremdung aus der Perspektive der Entfremdungstheorie von Fromm]

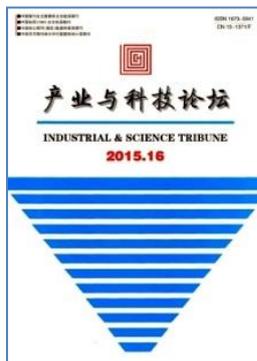
2015

Author: 刘晓欣 [LIU Xiaoxin Liú Xiǎoxīn] & 高翔 [GAO Xiang Gāo Xiáng]

Institution: Henan University, Kaifeng, Henan, China

Subject: History of Economic Theory and Ideology

Journal: 产业与科技论坛 [*Industrial & Science Tribune*], No. 16, 2015, pp. 6 – 8



Abstract / Kurzfassung

弗洛姆认为,现代社会已经变成了一个金钱至上的社会,经济变成了人们生活的主宰,变成了所有劳动者崇拜的偶像。他认为,消费行为本应当包括人的感受、人的身体需要及审美感,我们在消费中是具体的、有感情的、有感觉的、有判断力的人,而消费行为则是一种有意义、有创造性、有人情味的经验。但是在我们的文化中,这些因素越来越少。消费成为对于人为激发的幻想的满足,成为一种与我们实在的、具体的自我相疏离的行为。

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 8/2021)

According to Fromm¹, modern society has become a money-oriented society, and the economy has become the master of people's lives and the idol worshiped by all workers. He argues that the act of consumption should have included human feelings, human bodily needs, and aesthetic sense, and that we are concrete, emotional, feeling, and judgmental people in consumption, and that the act of consumption is a meaningful, creative, and human experience. But in our current culture, these elements are becoming less and less present. Consumption becomes the satisfaction of artificially inspired fantasies, an act of detachment from our real, concrete selves. [Footnote: M.Z.]

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.

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, free version, 8/2021 / M.Z.)

Fromm² zufolge ist die moderne Gesellschaft zu einer geldorientierten Gesellschaft geworden, in der die Wirtschaft zum Herrscher über das Leben der Menschen und zum Idol aller Arbeitenden geworden ist. Nach Fromm sollte der Konsumakt menschliche Gefühle, menschliche Körperbedürfnisse und ästhetische Empfindungen aufweisen, wir sollten beim Konsumieren konkrete, emotionale, fühlende und urteilsfähige Wesen sein, und der Konsumakt sollte eine sinnvolle, kreative und menschliche Erfahrung sein. In unserer heutigen Kultur werden diese Elemente jedoch immer weniger präsent. Das Konsumieren ist zur Befriedigung künstlich angeregter Fantasien, zu einem Akt der Loslösung von unserem realen, konkreten Selbst geworden. [Fußnote: M.Z.]

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.