

解读非凡的广告图景——运用弗洛姆社会潜意识的心理学观点

[Interpretation of an Extraordinary Landscape of Advertising – The Use of Fromm's Social Subconscious Psychological Perspective]

[Deutung eines außergewöhnlichen Werbebildes – Anwendung des Fromm'schen Konzepts des gesellschaftlichen Unbewussten]

2009

Author: 白大陆 [BAI Dalu Bái Dàlù]
Institution: School of Journalism and Communication, Northwestern University, Xi'an, Shaanxi, China
Subject: Trade Economy
Journal: 新闻传播 [*Journalism & Communication*], No. 10 (2009), p. 23



Abstract / Kurzfassung

埃里克·弗洛姆(Erich·Fromm)作为新精神分析学派的代表人物之一,融合马克思和弗洛伊德的思想,创立了他自己的人本主义精神分析理论体系,其中社会潜意识是他这一理论的基本思想之一。广告作为一门学科,自诞生之日起就与心理学有着不解之缘,本文试图用弗洛姆的社会潜意识观点来解释它在公益广告中的应用。

Overview

- 一、社会潜意识理论
- 二、社会潜意识理论在公益广告中的应用
 1. 宣扬社会主流价值观念, 促进社会和谐发展
 2. 启发教育其社会成员, 抑制其社会潜意识
- 三、结论

English translation (www.Google translator, 11/2019)

Erich Fromm, as one of the representatives of the *neo-psychoanalytic school*, merged the ideas of *Marx*¹ and *Freud*^{2,3} and founded his own system of humanistic psychoanalytic theory. The social unconscious⁴ is one of the basic ideas of his theory. Advertising, as a science, has been inextricably linked with psychology since its birth. This article attempts to use Fromm's social unconscious perspective to explain its application in public service advertising. [Footnotes, Hyperlinks: M.Z.]

Overview

- 1 Theory of social subconscious
- 2 Application of social subconscious theory in public service announcements
 - 2.1 Promote mainstream social values and harmonious development of society
 - 2.2 To inspire and educate the members of the society and suppress their social unconscious
- 3 Conclusion

Deutsche Übersetzung (www.Google translator, 11/2019 / M.Z.)

Als Vertreter der *neopsychanalytischen Schule* verband Erich Fromm die Ideen von *Marx* und *Freud*⁵ und begründete sein eigenes System der humanistisch-psychoanalytischen Theorie. Das gesellschaftliche Unbewusste⁶ ist eine der grundlegenden Ideen seiner Theorie. Dieser Artikel möchte Fromms Perspektive des gesellschaftlichen Unbewussten nutzen, um ihre Anwendung in der Werbung im öffentlichen Dienst zu erklären. [Fußnoten, Hyperlinks: M.Z.]

Überblick

- 1 Theorie des gesellschaftlichen Unbewussten
- 2 Anwendung der Theorie des gesellschaftlichen Unbewussten in der Werbung für öffentliche Dienste
 - 2.1 Förderung der allgemeinen sozialen Werte und der harmonischen Entwicklung der Gesellschaft
 - 2.2 Inspiration und Erziehung der Gesellschaftsmitglieder und Unterdrückung ihres gesellschaftlichen Unbewussten
3. Schlussfolgerung

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.]

¹ Karl Marx (1818 – 1883), German philosopher, economist, historian, sociologist, political theorist, journalist, and socialist revolutionary.

² Sigmund Freud (1856 – 1939), Austrian neurologist and founder of the psychoanalysis.

³ Erich Fromm: *The Application of Humanist Psychoanalysis to Marx's Theory* (1965). In: *Socialist Humanism. An International Symposium*, ed. by Erich Fromm (1965a-001), Garden City (Anchor Books, Doubleday) 1966, pp. 207 – 222; id.: *The Method and Function of an Analytic Social Psychology*, in: Erich Fromm: *The Crisis of Psychoanalysis*, New York (Holt, Rinehart and Winston) 1970, pp. 135 - 162.

⁴ Id.: *Beyond the Chains of Illusion. My Encounter with Marx and Freud* (Credo Perspectives, planned and edited by Ruth Nanda Anshen), New York (Simon and Schuster) 1962. (Chapter 9)

⁵ Erich Fromm: *Gesamtausgabe in 12 Bänden*, herausgegeben von Rainer Funk, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1999, Band I, Über Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie. Bemerkungen über Psychoanalyse und historischen Materialismus (1932), Seite 37 – 57; a.a.O.: Band XI, Zur Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie (1937) [Die Determiniertheit der psychischen Struktur durch die Gesellschaft], Seite 129 – 175, a.a.O.: Band V, Die Anwendung der humanistischen Psychoanalyse auf die marxistische Theorie (1965), Seite 399 – 411.

⁶ A.a.O.: Band IX, Jenseits der Illusionen. Die Bedeutung von Marx und Freud (1962), Seite 37 – 155. (Kapitel 9 Das gesellschaftliche Unbewusste, Seite 98 – 124)