

社会化与同化中的个体性格——浅析弗洛姆的性格取向学说

[Individual Character in Socialization and Assimilation: A Brief Analysis of Fromm's Doctrine of Character Orientation]

[Individueller Charakter in Sozialisation und Assimilation – Zur Fromm'schen Theorie der Charakterorientierung]

2013

Author: 刘博识 [Liu Boshi Liú Bóshì]
Institution: Working Department, Committee of Chinese Communist Party, Anshan Radio & Television University, Anshan, Liaoning, China
Subject: Psychology
Journal: 山西青年管理干部学院学报 [*Journal of Shanxi College for Youth Administrators*], No. 2 (2013), pp. 82 – 85



Abstract / Kurzfassung

埃利希·弗洛姆作为著名的哲学家、思想家、精神分析学家和社会学家,一直致力于通过以性格为起点为现在的人成为"自为的人"而努力。在《为自己的人》一书中,弗洛姆以人性为基点,论述了性格形成的同化和社会化过程,阐述了非生产性性格和生产性性格的含义,强调了混合性性格取向对人生存的影响。他的人格理论为我们观察和了解现代社会中人的性格的形成及其影响提供了一个新的考察、研究的方法和路径。

Overview

- 一、个体性格:人同化和社会化的过程
- 二、个体性格中的非生产性性格取向和生产性性格取向的含义
 1. 接受型性格取向。
 2. 剥削型性格取向。
 3. 囤积型性格取向。
 4. 市场型性格取向。
- 三、社会化进程中人的混合性格

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

As a famous philosopher, thinker, psychoanalyst and sociologist, Erich Fromm has been striving for people to become "self-made man" by taking character as the starting point. In his book "Man for Himself"¹, Fromm discusses the assimilation and socialization process of character formation based on human nature, explains the meaning of unproductive and productive character, and emphasizes the influence of mixed character orientation on human existence. His theory of human character provides a new method and path for us to observe and understand the formation of human character and its influence in modern society. [Footnote: M.Z.]

Overview

- 1 Individual personality: the process of human assimilation and socialization
- 2 The meaning of non-productive and productive personality orientations in individual personality
 - 2.1 Receptive personality orientation
 - 2.2 Exploitative personality orientation
 - 2.3 Hoarding personality orientation
 - 2.4 Market-oriented personality orientation
- 3 The mixed personality of people in the socialization process

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

Erich Fromm, ein bedeutender Philosoph, Denker, Psychoanalytiker und Soziologe, vertrat immer die Auffassung, der Mensch "sich selbst schafft" und ging dabei vom Charakter des Menschen aus. In seinem Buch "Man for Himself"² skizziert Fromm den Assimilations- und Sozialisationsprozess der Charakterbildung auf der Grundlage der menschlichen Natur, erklärt die Bedeutung des unproduktiven und des produktiven Charakters und geht auch auf die Auswirkungen gemischter Charakterorientierungen auf die menschliche Existenz ein. Seine Theorie des menschlichen Charakters bietet uns eine neue Methode und einen neuen Weg, die Ausprägung des menschlichen Charakters und ihren Einfluss in der modernen Gesellschaft zu beobachten und zu verstehen. [Fußnote: M.Z.]

Überblick

- 1 Die individuelle Persönlichkeit: der Prozess der menschlichen Assimilation und Sozialisation
- 2 Die Bedeutung von nicht-produktiven und produktiven Persönlichkeitsorientierungen in der individuellen Persönlichkeit
 - 2.1 Rezeptive Orientierung
 - 2.2 Ausbeuterische Orientierung
 - 2.3 Hortende Orientierung

¹ Erich Fromm: Man for Himself. An Inquiry into the Psychology of Ethics, New York (Rinehart and Co.) 1947. (Chapter 3)

² Erich Fromm: *Gesamtausgabe in 12 Bänden*, herausgegeben von Rainer Funk, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1999, Band II, Psychoanalyse und Ethik (1947), Seite 1 – 157, Kapitel 3 Die Natur des Menschen und sein Charakter, Seite 29 – 77; a) Die Situation des Menschen, Seite 29 – 36; b. Die Persönlichkeit, Seite 36 – 77, 1. *Das Temperament*, Seite 37 – 39; 2. *Der Charakter*, Seite 39 – 77, Die nicht-produktiven Charakterorientierungen [Die rezeptive Orientierung, Seite 44 – 45, Die ausbeuterische Orientierung, Seite 45 – 46, Die hortende Orientierung, Seite 46 – 47, Die Marketing-Orientierung, Seite 47 – 56], Die produktiven Orientierungen, Seite 56 – 61 Allgemeine Kennzeichen, Seite 56 – 64, Produktive Liebe und produktives Denken, Seite 64 – 71, Orientierungen im Sozialisationsprozeß, Seite 71 – 74, Mischungen der verschiedenen Orientierungen, Seite 74 – 77

2.4 Marketing-Orientierung

3 Die gemischte Persönlichkeit des Menschen im Sozialisationsprozess