

弗洛姆爱理论视角下对虚拟对象的“爱”的分析

李光耀

重庆邮电大学传媒艺术学院, 重庆

收稿日期: 2025年10月1日; 录用日期: 2025年10月21日; 发布日期: 2025年11月4日

摘要

文化群体对虚拟对象的爱伴随着二次元商业市场的繁荣而不断从独立个体的体验变为群体性质的狂欢, 本文从弗洛姆对于爱的理论思考中得到启发, 以具有强用户粘性并对虚拟对象产生“爱”的文化群体为目标, 把目标群体常被描述的三大特征作为切入点, 结合弗洛姆对爱的成因、必要性、因素等的解析, 分析了目标群体在二次创作的过程, 发现能把给予、关心、负责、尊重和了解融入其中, 形成积极的“爱”的路径, 并对已存在的同好逻辑、承认欲求现象进行分析, 帮助形成正向的积极路径。

关键词

弗洛姆, 虚拟对象, 爱, 二次元

Analysis of the “Love” for Virtual Objects from the Perspective of Erich Fromm’s Love Theory

Guangyao Li

School of Media and the Arts, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

Received: October 1, 2025; accepted: October 21, 2025; published: November 4, 2025

Abstract

The love of cultural groups for virtual objects has, along with the prosperity of the second-generation commercial market, continuously transformed from the experiences of independent individuals into group-oriented revelries. Inspired by Erich Fromm’s theoretical musings on love, this paper targets cultural groups with a strong user adhesion who develop “love” for virtual objects. Taking

the three major characteristics frequently attributed to the target group as the starting point, and integrating Fromm's insights on the causes, necessity, and elements of love, this paper analyzes the process of secondary creation by the target group. It is found that incorporating giving, concern, responsibility, respect, and understanding can form a positive "love" path. Moreover, an analysis is conducted on the existing phenomena of the like-minded logic and the desire for recognition, aiming to help establish a positive and affirmative path.

Keywords

Erich Fromm, Virtual Objects, Love, Second-Generation Culture

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 弗洛姆的爱理论与虚拟对象

艾里希·弗洛姆在他出版的《爱的艺术》中对他已经出版的《逃避自由》《为自己的人》和《健全的社会》等著作进行了归纳和补充,并总结到了“爱就是艺术”这一中心题目之下。从爱是一种能力这一核心观点引导人们成为健康的,先能爱自己、再能爱他人的人,来让人们追求积极的创造力和选择性,来肯定个人的独立性,他通过研究父母对于孩子的爱的不同,根据爱的对象划分出来的同胞的爱,自我的爱等,并将理论结合到了他的时代进行实例分析,最后以如何实践这样的能力结尾。

虚拟对象的“爱”:以出现在 ACGN 等环境下的 animation 动画、comic 漫画、game 游戏、novel 小说中的虚拟角色为对象而产生的喜欢,热爱等情感寄托和诉求。

2. 爱从何而来

弗洛姆在《爱的艺术》开篇就点出爱是一门艺术的假设,并提出人们将“广受欢迎”默认为可以被爱的,同时指出这其中具有可以让人学习的地方,并非是普遍认为的爱没什么可学的——爱本身简单,只是难于找到合适的爱与被爱的对象。指出了混淆了“堕入情网(falling in love)”的初始体验和“身在爱中(being in love)”的持久状态的常见错误[1]。这些在今天的我们看来已经易于分辨的问题。但笔者通过对当前虚拟对象的“爱”分析发现,其中可能存在着商业手法造就的混合体验,ACGN 中文化群体所消费的,创作出来的虚拟角色也在无形中产生了为了消费而生产,为了生产而被消费的循环流程。人们产生精神需求后也会下意识寻找可满足需求的商品,特别是在敏锐的商家察觉到这一点后,更是会想办法使得这一循环成立。

爱在弗洛姆这是对人类存在问题的回答,是人在感受到疏离感和不确定的无力感之中的保证,是一种存在的证明。虚拟对象这一商品营造和精心设计产生出的吸引力代替了爱的前提之一,也即弗洛姆说的爱是一整套在人格市场受人欢迎并被追逐的品质;其次消费者在享受这一商品的过程中,虚拟对象的存在取代了爱与被爱发生的前提条件——需要存在具体对象,成为了难以被找到的、并且合适的爱与被爱的对象;最后虚拟对象与文化群体的亲昵关系在失去愉悦特征前,初始的“堕入情网”体验混淆了紧随其后的、强烈的“身在爱中”持久状态(或者说是营造出来的被关爱的氛围)。然而正是当文化群体越是沉迷、越是深切地感受到被爱,也正是深刻地验证了先前是如何强力的感受到了孤独感和疏离感,从而使得他们需要不断的加强“潜入”的深度。这个过程可以如弗洛姆所说的常规模式一样,但如果从弗洛姆对爱更全面的诠释——爱是一种能力,是一门艺术,同其他艺术一样需要学习的视角,可以得到更正

面的答案。

3. 爱的必要性及其组成因素

3.1. 爱的必要性

弗洛姆首先从解决人的疏离感出发，从婴儿阶段的母子关系，人类的宗教仪式，部落活动，集体性的狂欢状态和非集体性的个人状态的几种解决方式中归纳共性，得出了历史上解决疏离感的特征：强烈，全身心投入和短暂的不重复，并明确指出达到这一状态的另一种方法：主动性的创造性活动，主动是为了达到外在目的而付出努力，使用人的内在力量，而不管是否达到了外部的变化的效果，让人做情感的主人，并通过在创造性活动中将自己与世界结合，即认识世界、改变自己、从而改造自己的世界。弗洛姆给这一方法归纳为成熟的“爱”，让“爱”成为人身上的一种积极力量，成为一种主动性的行动，而非被动性的情感。这给 ACGN 中文化群体的正向的、成熟的爱的形成路径提供了参考方案，健康的精神状态和面对新鲜事物的判断力和辨别能力对于青年的重要性想必不用赘述。

3.2. ACGN 中“爱”研究现状

目前存在的以二次元为对象的研究中，各个学者都或多或少提到了这一群体的爱和情感寄托问题，例如，杨馨在赛博空间中的“爱情买卖”——“二次元手游”玩家的数字身体与爱张力研究中提到，目前的“二次元手游”市场的繁荣让玩家将数字化的爱投射于虚拟对象，找到了现实和虚拟连接的锚点，但同时也指出了粉丝逻辑下氪金制引起的，让爱面临商品化与异化的风险，构建了从玩家到游戏再到平台三者的角力模型和双方对爱概念的诠释和所作行为以及达到的效果和缺点[2]。周子星在“乌托邦”还是“异托邦”？——“cos 委托”模式下青年亲密关系研究中提到，这类青年在存在亲密关系的需求的同时，又与高成本的现实选择存在冲突，企图通过支付完成数字情感转化为实际关系，促生出“cos”委托这一亲密关系现象的详细解释和其中存在的情感、伦理和自我困局[3]。裴幸子在从网文到二次元：网络青年亚文化民族主义话语的转型中提到，面对这样的网络青年亚文化转型为二次元文化的过程和原因并提出了青年群体的民族意识和主体性和青年亚文化民族主义话语权问题[4]。贺红英和邢文倩在异托邦的享乐与狂欢——从二次元分析网生代受众行为心理中提到，网生代受众行为心理是一种通过消费主义的狂欢，来完成对现实生活的缓解压力和表达自我，并打破了“创作”和“观看”的界限，提出了受众更多身份的可能[5]。众多学者从传播学、心理学、社会学等视角给出了研究和论述并提到了一些共同点，为本文的形成路径探究提供了理论参考和思维辩证，本文将从如何把“给予”作为主要目标这一角度，在可能存在的商业化会带来的“异化”风险同时，尽量避开自我困局，把关心、负责、尊重和了解因素融入情感发展路径中，以主动的、积极的、以创造性为主的正向能动来开辟出“爱的艺术”的可能性。

3.3. 积极“爱”的特征因素

弗洛姆的“爱”理论中，大力赞扬了爱的首要因素是“给予”，并且包含着“关心”、“负责”、“尊重”和“了解”。弗洛姆认为通过行动，进行个人力量的实践，是完成最初的爱诞生条件，这是不必多言的，能够无条件或天生具备的爱并不需要人们进行任何实践。给予是体现人的力量、富足、能力这些生命力的表现。

3.4. 产生“爱”的文化群体的特征

从学术文章来看，在御宅族到二次元的研究中，大部分都提到了冈田斗司夫对于这类文化群体的三个能力：高度搜寻参考资料的能力；永不满足的向上心和自我表现欲；适应映像信息爆发世界的适应力

[5]-[7]。从实际情况来看,文化群体确实体现出了这三大特征,并通过广泛的二次创作(二次创作是文化群体消费虚拟对象相关的文化产品后,自发地根据被创作对象的资料进行加工或产出的、多用于娱乐的各类图画、视频、文创物品等这一过程)在各类平台和场合进行了表达,这在各类社区或者聊天软件上能明显观察到。通过创造性的表达、给予虚拟对象的爱,文化群体在这一过程中,无形的显露了其个人性格发展的水平,但如果要含有创造性,则其必须处于一种占主导地位的创造性立场,不单单只是作为商品的消费者,还需要克服他对虚拟对象的依赖性和支配欲并对个人的力量拥有信心。虽然这种创作形式如果只是简单地、发泄式的、没有遵守基本的创作基本美学或规律的情况下可能会被认为是在借助与虚拟世界的接触来实现自己的内心满足或是情感寄托或是赞扬赞同等情绪表达,或者是自己单纯的正常情绪流露和自由表达,是在消费之后却仍保有的未满足感和潜在的表达欲望来表达自己的观点和审美倾向的体现,是在对于符号文化的消费(鲍德里亚在《消费社会》中强调,大众消费商品及其符号是对其背后的“社会意义的欲望”所激发出来的需求,在这也即是对这种文化符号所对应的社会标签如“个性”和“兴趣部落”等追求),是一种简单的发泄情感式的情感冲动引起的含有个人倾向的表达。但在这一过程中,确实存在“给予”这一关键词作为主动意识的现象,而且是由自我意识决定的自由行动,通过付出自己的“爱”的形式克服了对害怕付出的恐惧和惰性,做出了给予的行动,如果能更全面的理解和正向的引导,这无疑是对其成长具有正面帮助的。而在这样的二次创作形式中,无论是文本的编写、视频的剪辑、音效的合成、画面的绘制或编排等,都需要基于官方已给予的故事大纲或未给足线索而产生的猜测空间、等前期资料收集准备为蓝本,这就需要高度搜寻参考资料的能力,也即文化群体的三大特征的高度搜寻参考资料的能力,而这也是文化群体对其热爱的虚拟对象进行时刻关注所需能力。从这种能力所构成的需求出发,形成了具有时效性的逻辑,因为是虚拟对象,是存在保质期限的文化商品,所以虚拟对象的“生命”(其能存活或留在人们印象中的时间)极为重要,这在无意识中促成了文化群体对虚拟对象“生命”的格外关注——因为时间是被划定了可能的休止符,所以当下的投入才弥足珍贵且有了意义。生命伴随着成长,虚拟对象也在吸收了资本、创作者、消费者和公共秩序等影响下或变得愈发成熟,而文化群体在关心其生命的过程中,通过有限的文化商品寿命,会无意识地体验或学习到成长一词的内涵,这为个体的成熟和发展具有推动作用的,这也正是弗洛姆所说的“关心”(爱是对所爱对象的生命和生长的积极关心)。

弗洛姆提到负责和尊重这两因素的关系是紧密相连的,负责是对关心对象需要的响应,尊重是保证将所见对方按照对方原本面目呈现。从文化群体重视虚拟对象的生命历程开始,负责这一词从其对于虚拟对象的需要的响应中浮现,这有点类似于关心的含义,是通过对文化商品已设计好的参与式活动进行积极的响应,但如果不假思索地参与,不间断的响应,又容易进入痴迷的狂热状态,这正是脱离了尊重这一因素,这会导致责任堕落为单方面的支配和占有(通过不断的单向参与,仅构建了自己所幻想出来的对象,却脱离了实际的对象本身或是自身被虚拟对象完全支配和占有,无视自身实际的现实需求和条件,陷入疯狂的痴迷状态)。尊重所要求的是将对方按本来面目看成是其所是,而不是服务于我的目的,需要文化群体能区分开虚拟对象与自身,不仅是对其参考资料的了解和区分,更是对其本质和存在的还原过程,这一过程需要文化群体学会接收不同角度的、真实的、全面的虚拟对象。

前文提到的高度搜寻参考资料能力这一点,从弗洛姆的理论来看,这也是“了解”因素,弗洛姆把“了解”视为非常重要的特征,没有“了解”,想“尊重”对方就是不可能的;不以“了解”为指导,“关心”和“责任”都会是盲目的,并且“了解”同爱存在基本关系——他认为人存在想跟他人紧密团结以超越自我幽闭的状态的基本需要,这一基本需要同人类欲望中想知道“人的秘密”相同,而“了解”是知晓人的秘密的方式之一,因此积极的了解更是爱的途径,产生了同爱的基本关系。“了解”也是享受认识的欲望,认知不可能是毫无理解与压力的,过程中会出现了由于发现真这一事情的而引发的受挫或

推进,这样的认识能从事物得到认识,能全面、冷静的认识对象[8]。而仅仅作被动的消费者或享受者显然是无法做到积极的“了解”,这使得文化群体在进行到这一步时需要主动的或强迫自身脱离单纯的商品消费者身份,转为对虚拟对象进行“给予”行动的身份。正如弗洛姆所说“关心、责任、尊重和了解之间是相互依赖的”。如果是积极的给予行动,那就应该做到这些,而做到了这些,也就构成了积极的给予。并且可以预见的、且也能发现的,随着AI技术的发展和制作工具的普及和发展,这一身份转变的门槛也在不断下降,积极的“给予”或许能更多的出现在爱的形成路径上。保持“关心”、“负责”和“尊重”的因素,以维持在持续的“了解”过程中完善给予的行动,也许可以借助这样的方式来完成积极的“爱”的形成。

4. 积极的“爱”的形成路径中的现实现象

在文化群体对虚拟对象的“爱”的形成过程中,存在着许多潜在的因素,从积极包容这些因素路径出发,更能走向积极的、创造性的“爱”。但实际情况中,伴随着符号文化的丰富和虚拟对象进一步被消费和加工,符号也逐渐取代原本存在的实体,形成了在相关群落间互相联系且自成一体的文化逻辑,形成同好群体(粉丝群体),这里的粉丝圈层在原本的虚拟对象之外诞生了新的核心逻辑,也即感情量化——因为有他们说的爱在其中,无论是在消费和支出的场景下,爱的程度在一定程度上与物质条件挂钩,于此,爱的诞生源自本能,但爱的维持来自于经济基础和品德修养。

4.1. 同好群体的分析启发

这样诞生的爱或许能从弗洛姆对父母的“爱”的分析中发现启发。弗洛姆分析了父爱和母爱的区别(以马克思·韦伯和“理想类型”或是荣格的“原型”,并非指现实中每个父母的方式)。在这里论述了最开始人们接触的爱的特点:母爱是无条件的,无须努力,我要做的全部就是我是我母亲的孩子;但这种爱无法创造也无法控制,我既不需要努力,也根本无法努力得到。相反的,父爱是有条件的,因为我实现了父亲的期望;但这种爱必须靠努力去赢得,好在可以主动争取实现。弗洛姆认为一个成熟的人应该即是自己的母亲也是自己的父亲,渡过从以母亲为中心的依恋或以父亲为中心的依恋的发展,并最终完成二者的综合。[1]从这分析得到启发来看,不成熟的反面即是一些在虚拟对象上寻找“母亲”或“父亲”形象的影子并停留在寻找影子的阶段,变成单一的父亲导向或母亲导向的人或是两者混淆导向状态的人。如果是一个类似未成熟孩子的心态来接触这些文化商品时,很容易把与父母的正常情感关系投射到虚拟对象上。对文化产品的喜欢的形成也是先经历无条件的,受到来自虚拟对象的“母爱”——前文提到的商品为应对人需求而设计产出的吸引力,随后便有可能失去了向有条件的“父亲”和向两者结合的成熟的“爱”的转变,使得文化群体停留在类孩童般无法区分虚拟对象和虚拟对象给予的“关爱”这一状态,需要做的全部就是我只是个消费者。但也有部分的情况是文化群体永不满足的向上心和自我表现欲的体现,这里的向上心也即不断靠近虚拟对象的欲望。但作为被爱的虚拟对象本身又处在不同于产生这一爱的起点的“此处”,而是从超越“此处”期待的“别处”产生,突然来到文化群体所在的“此处”,既无预告也无通知,出其不意的抓住了他们,触及了他们的内心,使得这种强烈的情感波动打破了维持的情感稳定状态,成为一种能量,堆积如同水坝,等待着宣泄的闸口打开,这样抒发的、最直接的方式就是这永不满足的向上心。在这一过程中,使得有“人”(虚拟对象)在“别处”保证了文化群体,无论是善意还是恶意,他们会切实感到自我存在,并且有人想要帮助我或者伤害我——这在潜意识中让人们觉得有人在关注我,我时刻处在某一中心,我是“独特”的,这或许就引出了这一自我表现欲望的产生。

4.2. “存在”的承认欲求

而如果从弗洛姆的理论得到启发,这是一种我从我存在的本质开始,去体验对方存在的本质,产生

了排他性、独占性。实际情况的这一点在杨馨《赛博空间中的“爱情买卖”——“二次元手游”玩家的数字身体与爱张力研究》中也有提到，被论述为数字身体的“爱”的关系。从而永不满足的向上心，可以看成是他们强烈表现欲的催化，一种想要被人看见、被人关注的心理，也是渴求一种从别处而来的“爱”的保证。爱的保证最开始的表现就是父母的爱，这一保证的变化也可视为作为孩子的个体区分开了父母的爱与其他爱的标志物——因为识别出了父母的爱，从而更深刻的认识到了父母的爱，进而也使得父母的爱在个体身上发生变化，是弗洛姆所说将两者结合为成熟的爱中所需要迈出的一步。“别处”与“此处”开始区分存在感，在网络上常常被简化统一为承认欲求——希望得到他人的认可，渴望被承认为一个有价值的存在的愿望。承认欲求的产生与现代网络社交媒体和传播的扩大有着不可分割的关系，因其可以做到足不出户就得到他人的称赞和承认，如果过度刺激这样的心理需求，会让其从一个社会性的、正常的、每个人都或多或少拥有的需求，变成被迫隐藏在羞耻心下的一般程度的“展示”和超过程度的“暴露”。从文化群体本身特征来看，这是其适应映像信息爆发世界的适应力的时代特征体现。这样适应网络信息化的能力与永不满足的向上心和自我表现欲的综合表现必定会要求他克服依赖、懒惰、停止对自身已经完成事物的自恋，跳出仅作为消费者所养成的对大量文字、图像等信息的接收和吸收，将或主动或被动地激起其对外界的接触或表达，这也为其在信息时代下的向正向、积极的良好生活生产循环方式提供了潜在的适应能力和可用模式，自我表达欲更是可以作为给予行动的动力。如果能够完成正确的自我表达与表达内容的恰当和健全，完成正向的“爱”表达路劲的建立，这无疑会对文化群体在未来克服困难、苦闷、孤独等耗费精神力量的问题上提供深远且持久的支持，成为其进步的动力。

4.3. 转向自身“爱”的可能

为何在这一过程中，爱转没有向自身，进而形成对自己的爱。弗洛姆认为“爱”自己是同他人紧密联系在一起的，并且追求真正的“爱”的基础是人自爱的能力，这样爱的积极性才能延伸到对被爱对象的幸福和发展，并且爱别人于爱自己不是二者择一的，不是非此即彼的^[1]。需要指出的是，弗洛姆的理论对象都是真实存在的、真实的、有血有肉的人，而本文所讨论的一方对象是虚拟对象，在应用于“人-物”时可能会出现，以前未曾提到的“人-人”曾提到的局限性。具体来说，真实的人远远丰富于虚拟对象，且总是具有可能性的，并且在建立良好关系的过程中需要互动、交互、往复这一重要过程的，而“人-物”的过程中可能会缺少这一往复行为，无法得到详细的反馈并进行及时地调整心态和行为并且很容易跳入循环性的行为习惯，这一过程可能会使得这种“爱”变得偏离正确的认识，变成单方面的自我投射期望的，以自我中心为出发点的“自恋的投射”。需要辩证的认识和不断进步的发展，才更可能变为“给予”的爱，变为通过分享内在生命力，来完成外界的积极接触，勇敢地看到真实的存在和存在的真实，完成与社会的融合，与世界的连接。笔者认为，实际的这一过程积极的“爱”建立过程是需要通过人的社会性模仿，后天学习完成。由社会提供社会基础范式，让人模仿，但是“爱”本身是一种积极的创造性元素，仅通过模仿和复制是难以实现的，这也是爱排他性于其自身的体现，每一种成熟的爱都是有所不同、有所相同的。但正如艺术的教育功能一样，润物细无声，优秀作品的影响不可能不帮助受众形成正确的、良好的价值观。时间上，以当下的我包容过去的自己，程度上，以更成熟的自我理解我，空间上，以实在的我更换虚拟的我，最终也会如弗洛姆所坚持的学习一门技艺地学会“爱”这门艺术。

5. 结论

弗洛姆对于爱的实践的讨论与他对爱的组成因素结构类似，提出了几点前置条件：规矩、专心致志、耐心和极高的重要性。笔者将重心放在了前文的爱的积极因素和形成路径上，结合分析对象特征和实际情况。

种种因素和文化群体的爱改变了文化群体的抽象存在观念，不再是通过自己视角的感知到我存在，即我对自我的肯定，而是通过别处的“他者”的保证来察知我存在，这也与这类群体容易通过标签快速识别和交友有关，这种别处的爱是匿名的，他不是来自具体的个体，而是虚拟的，但别处的来源并不重要，正因为其匿名性，使得这种“爱”更具非预见性和突发性，也就更能突破人的心理防备，更多地从内心触及人。

虚拟对象的爱来自于精神世界的“别处”，而非现实的，真实人所居住的“此处”，而通常的爱从自然环境出发，是我从“此处”得到了爱，我出发前往“别处”，这样“别处”就会变成“此处”；而虚拟对象的情况则不同，就算穷尽方法无限接近“别处”，他还是会保持“别处”这一属性，从而使得“此处”的个体能时刻区别或感受到来自“别处”的爱。

参考文献

- [1] 弗洛姆. 爱的艺术[M]. 赵正国, 译. 北京: 国际文化出版公司, 2004: 29-62.
- [2] 杨馨. 赛博空间中的“爱情买卖”——“二次元手游”玩家的数字身体与爱欲张力研究[J]. 新闻记者, 2023(7): 65-77.
- [3] 周子星. “乌托邦”还是“异托邦”?——“cos 委托”模式下青年亲密关系研究[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2024(2): 72-82, 169.
- [4] 裴幸子. 从网文到二次元: 网络青年亚文化民族主义话语的转型[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2023, 41(2): 124-133.
- [5] 朱岳. 萌系御宅族的后现代性状[J]. 东南传播, 2008(12): 154-155.
- [6] 何威. 从御宅到二次元: 关于一种青少年亚文化的学术图景和知识考古[J]. 新闻与传播研究, 2018, 25(10): 40-59.
- [7] 贺红英, 邢文倩. 异托邦的享乐与狂欢——从二次元分析网生代受众行为心理[J]. 编辑之友, 2017(6): 63-66.
- [8] 让·吕克·马礼荣. 情爱现象学[M]. 黄佐, 译. 北京: 商务印书馆, 2014: 21-30.