

青少年偶像崇拜系列综述 (之一)

——偶像崇拜的年龄差异

岳晓东 严 飞

内容提要: 本文通过将偶像划分为明星偶像与杰出人物偶像的基础上, 提出年龄作用与青少年明星偶像崇拜的欲望成反比关系, 并于 14- 16 岁达到峰值; 年龄作用与青少年杰出人物偶像崇拜的欲望成正比关系, 并随着批判性思维的日臻成熟而呈现明显上升趋势。

一、前言

心理学认为, 偶像崇拜是一种特殊的社会心理现象。它通过人们对崇拜人物夸大了的社会认知而产生光环效应 (halo effect), 将其言行举止加以神圣化并神秘化。瑞士心理学家弗洛姆 (Fromm) 认为, 偶像崇拜是对幻想中杰出人物的依恋, 但这种幻想常常被过分的强化或理想化了。美国心理学家艾里克森 (Erikson) 则认为, 偶像崇拜是青少年将对父母的养育式依恋移情到对生命中重要人物的认同式依恋之表现。

心理学还认为, 青少年偶像崇拜的核心问题是心理认同 (social identification) 和情感依附 (emotional attachment): 青少年从自我的迷茫状态中走出来, 需要通过对一些成年或同龄人中偶像人物的认同来确认自我的价值, 即个人在其认知、情感和个性发展上欣赏、接受另一个人的价值观、行为模式及外表形象等, 并加以崇拜和模仿。从这层意义上讲, 青少年偶像崇拜是其特定年龄阶段心理发展的“附属品”, 具有突出的年龄性和过渡性特征。

根据近年来世界上不同地区的研究发现, 当今青少年的偶像崇拜主要集中在娱乐界、学术界和政经界名人上。据此, 笔者提出将青少年对歌星、影星和体坛明星的崇拜统称为“三星崇拜” (tri-star worship) 或者“明星崇拜”, 将青少年对学术界和政经界名人的崇拜统称为“杰出人物崇拜” (luminary worship)。

具体地说, 明星偶像崇拜是一种较为感性、直观和全盘接受式的心理认同方式, 其突出特点是特别欣赏偶像的形象性特征 (如容貌、身材、性感等)、流行性特征 (如服装、动作、发型等) 和名利性特征 (如财富、知名度、生活方式等), 并从中获得最大的精神享受。明星崇拜会促使青少年获得某种超现实的自我情感体验, 排斥现实生活内容, 迷恋或向往远离现实的人格形象和生活方式, 使他们被崇拜的偶像所深深倾倒, 产生强烈的情感共鸣。

另一方面, 杰出人物崇拜是一种较为理性的、有条件的、相对性的心理认同方式。其突出特点是特别欣赏偶像的人格性特征 (如性格、为人等)、气质性特征 (如举止、风度等) 和成就性特征 (如事业、谋略等), 并从中获取最大的精神享受。杰出人物崇拜易促使青少年多以偶像的内在特征来决定其取舍, 把他们当作成功者的典范和模仿学习的榜样, 从而产

生巨大的替代学习效果和朋辈学习效果。

虽然近年来有不少香港和内地的学者对青少年偶像崇拜的性质、种类及其社会、心理影响进行了深入的研究，但甚少有人对这一问题背后的个人特征做深入的分析：诸如什么是青少年偶像选择的年龄差异、性别差异、代沟差异、地域差异等问题还很少有人涉及，人们对此的结论大多是推测性和假设性的。对于这些细微差异的理论探究和验证，正是在偶像崇拜研究中十分必要的一环，可以帮助我们更清楚地认识到这一独特崇拜现象的分类特征和应对之道。有鉴于此，本文将作为青少年偶像崇拜系列综述的第一篇，针对青少年偶像崇拜的年龄差异做出一个微观而又深入的剖析，以为今后的同类研究做引玉之砖。

学者们普遍认为，年龄作用（age effect）在青少年偶像崇拜中确实扮演着一个关键性的角色，随着年龄的增长，青少年偶像崇拜的欲望会不断下降。换言之，在青少年偶像崇拜中，年龄与偶像崇拜的欲望成反比关系。但迄今为止，还没有一项研究明确验证出这一反比关系。此外，青少年大概在什么年龄阶段开始激发起偶像崇拜的欲望？何时行为及心理表现最为突出？又是在什么年龄阶段开始降低偶像崇拜的欲望？这种欲望降低会不会因明星偶像、杰出人物偶像的类别不同而有分别？这一连串的问题都亟待回答。

二、内地的调查发现

在中学生层面，李强、韩丁于 2004 年对天津市两所中学初中至高中 6 个年级的中学生进行的调查发现，中学生崇拜“著名人士”和“体育明星”的现象会随着年龄的增长而呈现上升的趋势，而崇拜“影视歌明星”的人数会随着年龄的增长而呈现下降趋势，说明中学生随着年龄和阅历的增加，对偶像的选择会更加趋于理性。石晓辉在 2005 年对南京市 4 所学校 726 名中学生的调查中进一步发现，同一个体在不同时期不仅在崇拜对象上会发生变化，即便对同一崇拜对象在崇拜原因上也会发生变化，具体体现为在崇拜原因的认识深度和广度上更加成熟和趋于理性。比如，在他进行的访谈中，有一名高一女生，她最初崇拜一名自己中意偶像的原因仅仅是因为“他长的帅，他唱的歌旋律好听”，但是两年后，她对此的认识已经有了本质变化。现在的她不仅欣赏这位偶像的五官外貌，还注意观察他的仪态、研究他的服饰搭配；不仅欣赏他的歌曲旋律，也开始仔细品味歌词寻求共鸣、揣摩他的唱歌技巧。她认为自己对偶像的了解逐渐全面和深入后，对偶像的感情也因此更加丰富和成熟。

在偶像崇拜的起始年龄上，石晓辉（2004）通过调查得出的平均数为 11.98 岁，其中最小的起始年龄为 4 岁（幼儿园时期），最大的为 17 岁（高一）。并且在访谈中发现，个体生活中的小事件往往会在偶像崇拜中起到启蒙的作用。有被访学生就表示有偶像始于“妈妈给我买了一套名人传记时”，“当三年级老师让我们写《我的理想》的作文时”。

在大学生层面，潘一禾认为（2003），偶像崇拜是青少年在初中阶段出现的成长现象，而到了青少年心智发展比较成熟和可以自立的大学阶段，则是偶像情结开始弱化或者淡化的时期。因此，在他主持的“青少年流行文化”的课题中发现，确认自己正在崇拜某个明星的初中生占被调查学生总数的 49.3%，高中生占 45.0%，大学生只占到 22.1%，呈现出非常明显的下降趋势。

《中国大学生就业》杂志在 2006 年进行的“当代大学生偶像崇拜状况”调查报告中指出，尽管大多数大学生承认他们在中学阶段有过追星行为，且不同程度地迷恋偶像明星。但进入大学之后，偶像崇拜愈发讲究实用性。大学生的偶像崇拜更多的是出于自己今后的发

展，将偶像与今后的事业相联系，所崇拜的偶像也由以往影视歌明星转变为商界和政界的偶像。

邓丽芳和易海燕的研究（2001）也得到了类似的结果。他们对武汉地区 469 名大学生进行的问卷调查发现，在钦佩人物的类型上，“三星崇拜”的比率大学生较中小学生有明显的下降。具体地说，对中小学生而言，身边人物如父母、老师和朋友等是其最为钦佩的人物，而政治、科学、文化等领域的名人则位于大学生所钦佩人物之榜首；在偶像崇拜的原因选择上，中小学阶段依次为自我实现、从众心理、个性表现和独立意识；大学阶段依次为自我实现、个性表现、独立意识和从众心理。这种差异表明，个体在不同的年龄段会有不同的心理需求，不同年龄段的个体会因此出于不同的动机选择不同类型的偶像。

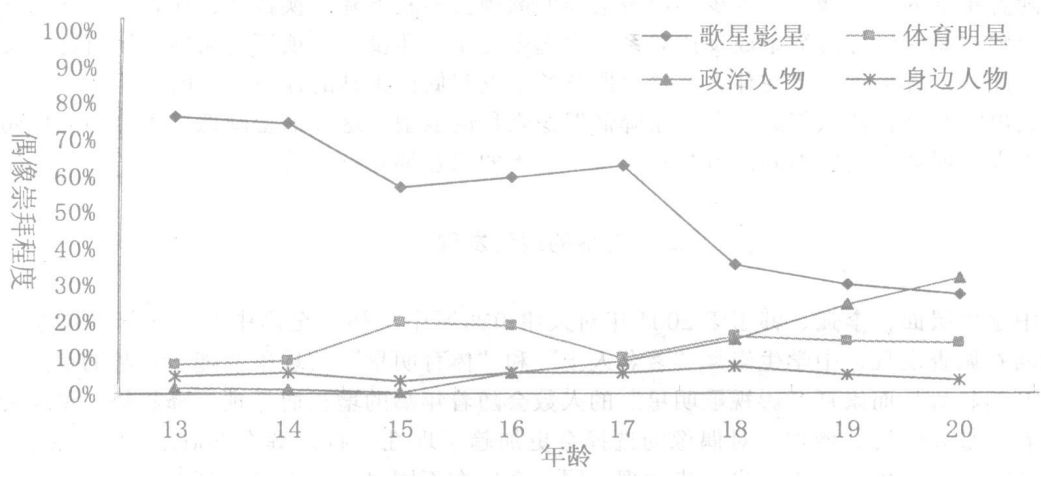


图 1 内地青少年偶像崇拜之年龄差异图

注：原始数据来源于石晓辉：《中学生偶像崇拜现状调查》，《青年探索》2005 年第 6 期第 3-8 页；邓丽芳、易海燕：《关于大学生钦佩人物的调查研究》，《培训与研究——湖北教育学院学报》2001 年第 5 期第 105-109 页。

综合内地学者的研究经验，内地青少年偶像崇拜呈现出如下的年龄特征（见图 1）：其一，小学生群体（6-12 岁）的明星崇拜现象并不显著，较多崇拜长辈和身边亲近的人；其二，中学阶段的青少年（12-18 岁），开始表现出明显的偶像崇拜行为，对所崇拜的偶像表现出理想化、浪漫化等倾向，并在 14-16 岁期间崇拜行为最为突出。此外，中学生对杰出人物偶像的选择有增加的趋势，这种增加幅度在 16 岁之后表现的尤为明显；其三，进入大学阶段的青少年（18 岁以上），表现出非常明显地由三星崇拜向杰出人物偶像崇拜的过渡，说明年龄作用在偶像选择上发挥了实质性的影响。

三、香港的调查发现

在中学生层面，笔者于 2003 年曾在香港与内地设计并实施了一项跨区域的比较研究，以检验中学生群体偶像选择中年龄作用的影响及其表现方式。这项研究共选取了 1055 名香港中学生和 1343 名广州、南京、南昌的中学生。在香港中学生中，男性占 56.8%，女性占 43.2%，平均年龄为 14.2 岁；在广州中学生中，男性占 44.5%，女性占 55.5%，平均年龄为 14.8 岁；在南京中学生中，男性占 50.6%，女性占 48.9%，平均年龄为 13.9 岁；在南昌中学生中，男性占 47.1%，女性占 51.4%，平均年龄为 14.0 岁。选择这 4 地的中学生，

是为了有效地体现中国的地域差异，其中香港代表较为西方化和商业化的地区，广州代表沿海开放地区，南昌代表较为传统的内陆地区，而南京则代表华东的发达地区。

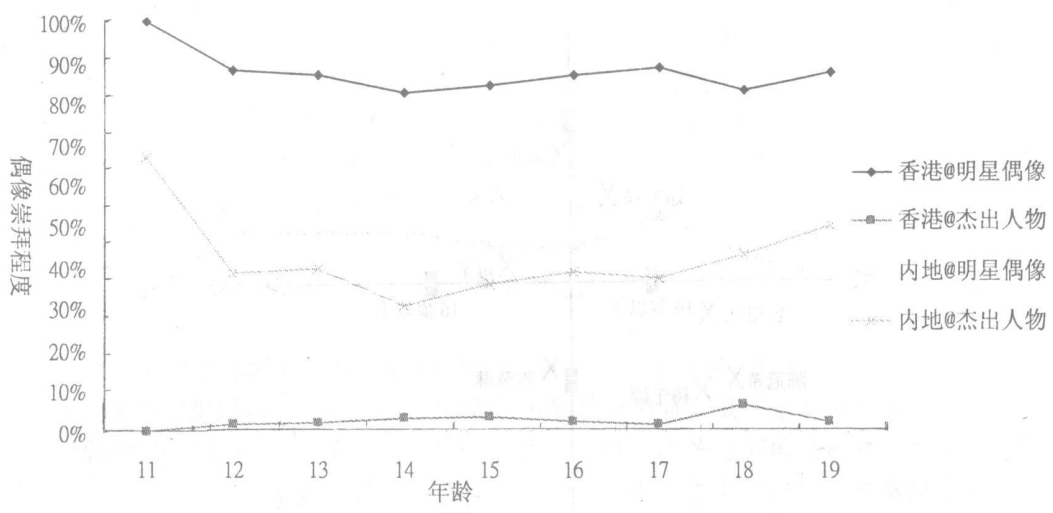


图2 香港与内地青少年提名偶像与年龄关系 (2003 年)

图2总体上展示了香港与内地中学生偶像选择之年龄差异，具体而言：(1) 香港受访中学生明显选择明星偶像的比例远远高于内地受访中学生，且这一趋势并非因年龄的增长而有丝毫改变；(2) 内地受访者基本上是明星偶像和杰出人物并重选择，这一趋势因年龄的增长而渐由多选择明星偶像向多选择杰出人物发展，这其中18岁是一个非常明显的转折点；(3) 内地受访中学生明显选择杰出人物偶像的比例远远高于香港受访中学生，且在各个年龄段无明显差异。

在研究中，我们选取16岁为切分标准，来实际检验是否青少年在16岁前后会有偶像崇拜模式上的显著差异，是否在14-16岁这一区间之内青少年偶像崇拜的行为及心理表现最为突出。通过研究发现，无论是16岁以下还是16岁或以上，其前10名的偶像提名绝大部分为明星，除此之外就是父母亲。而就年龄差异而言，香港所有偶像的提名比例均随着年龄的增加而有所下降。其中16岁以下提名比例大幅度超过16岁以上提名比例者有杨千华 (10.5%: 3.0%)、陈冠希 (7.2%: 2.1%)、陈亦迅 (12.6%: 6.6%)、谢霆锋 (15.9%: 7.2%)、容祖儿 (12.6%: 4.8%) 和陈慧琳 (15.9%: 10.2%)。这说明，年龄增长对香港中学生对上述偶像的选择意愿确有一定影响。

中学生年龄特征与前10名偶像的复杂关系，可以用偶像形势图加以展示。这种偶像形势图根据同质性量表法 (homogeneity scaling)，尽量勾画出个人特征与偶像的关系。其优点是点出了个人特征 (性别及年龄) 及偶像在图表上的位置 (技术名称为理想点)，所以图中任何两点的位置越接近，则其两者的关系越密切。

从图3中可以看出，谢霆锋和陈奕迅最接近男生的位置，显示这两人最受男生的崇拜，但谢霆锋主要受16岁以下男生的崇拜，陈奕迅主要受16岁以上男生的崇拜。其次，刘德华距16岁以上的男生位置最远，显示他颇受16岁以上男生的崇拜，此外父母亲也颇受16岁以上男生的崇拜。就香港女生的偶像图势而言，陈慧琳最接近女生的位置，显示她最受到女生的崇拜。其次，杨千华、陈冠希和容祖儿也颇接近16岁以下女生的位置，显示他们也颇受16岁以下女生的崇拜。郑秀文距16岁以上的位置最远，显示她颇受16岁以上女生的崇

拜。它还显示，年龄较小的学生会较多崇拜较年轻明星；年龄较大的学生会较崇拜年长的明星。

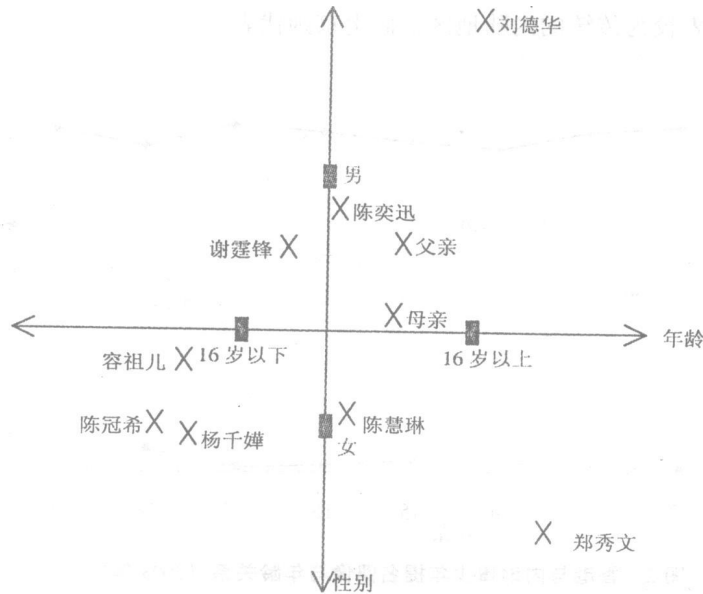


图3 香港中学生提名偶像之前十名形势图（2003年）

那么，随着年龄的进一步增加，当香港青少年进入18岁，步入大学阶段后，年龄作用在偶像选择中又扮演着一个什么样的角色呢？

为此，我们于2006年在香港进行了最新一次青少年偶像崇拜的调查，以比较青少年从小学到中学再到大学阶段偶像崇拜的变化情况。是次研究通过随机抽样的方法选取了香港大中小学生各50名共150名香港青少年，要求每位受访者写出3名自己心目中最钦佩的偶像，并具体写出5条理由阐释所选偶像最值得钦佩的地方。其中小学生的平均年龄为10.8岁，中学生的为15.7岁，大学生的为21.9岁。结果发现（见表1），香港年轻人的偶像崇拜遵

表1 香港青少年前10名崇拜偶像对比（2006年）

	小学生	中学生	大学生	总体
1	父亲	母亲	刘德华*	父母亲
2	母亲	卫兰*	父亲	同学
3	同学	杨丞琳*	陈奕迅*	Tw ins*
4	杨丞琳*	邓丽欣*	李嘉诚+	刘德华*
5	古巨基*	侧田*	张国荣*	古巨基*
6	侧田*	杨千华*	母亲	老师
7	宫崎峻	Tw ins*	王菲*	杨丞琳*
8	老师	同学	周杰伦*	卫兰*
9	校长	刘德华*	比尔盖茨+	陈奕迅*
10	薛凯琪*	陈慧琳*	曾荫权+	杨千华*

注：表中凡名后带* 符号者均为明星偶像；凡名后带+ 符号者均为杰出人物偶像。

循这样一条规律，即小学生群体的明星崇拜特征并不显著，排在前三位的为“父亲”、“母亲”、“同学”，对长辈和身边亲近的人的钦佩占据了很大的比例；而平均年龄16岁左右的中学生群体则体现出了很显著的明星崇拜，共有8位明星人物入选前10位的排行；而大学生群体所提名的偶像人物则较多元化，长辈、明星人物和政治人物均有涉及。

进一步的，这项研究发现，中学生群体在偶像浪漫化、偶像理想化、偶像物质消费（Idol Material Consumption）、偶像异性吸引（Idol Sexual Attraction）、偶像名誉取向（Idol

Reputation Orientation) 以及偶像魅力取向 (Idol Charisma Orientation) 这六个维度上的倾向性得分都显著高于大学生群体, 尤其是在偶像理想化、偶像物质消费、偶像异性吸引和偶像名誉取向四个方面得分最高, 说明青少年在中学这个年龄阶段会出现十分明显的偶像崇拜行为, 而进入大学后, 这种崇拜行为会逐步降低, 直至不再表现出显著性差异。

综合而言, 香港青少年偶像崇拜呈现出如下的年龄特征: (1) 香港小学生和内地小学生较为类似, 多崇拜长辈和身边的同学; (2) 进入中学阶段的香港青少年, 表现出非常强烈的明星偶像崇拜行为, 其年龄差异并不影响对明星偶像的选择; (3) 进入大学阶段的香港青少年, 对三星偶像的崇拜会小幅度的降低, 在偶像崇拜上体现出多元化的特征。

四、总结和讨论

通过对上述研究的综述, 我们认为: 其一, 青少年偶像崇拜一般起始于 12 岁, 是其青春期心理发展的“附属品”, 具有突出的阶段性和过渡性特征。其二, 青少年偶像崇拜的年龄差异因偶像类别而异。对明星偶像的崇拜一般会在 14- 16 岁达到峰值, 并随着年龄增加而呈下降趋势; 对杰出人物的崇拜会随着年龄的增加、批判性思维的日臻成熟而呈上升趋势, 并在 20- 22 岁达到峰值; 对父母长辈等身边人物的即亲感 (immediate intimacy) 会随着年龄增加、个体的独立而愈发产生要求摆脱对父母情感依附的要求, 呈现明显的下降趋势 (参见图 3)。其三, 青少年偶像崇拜表现出具有延续性的新时代特征, 对偶像的崇拜会延续到 25 岁之后, 甚至 30 岁的成人阶段。特别是杰出人物的崇拜, 会逐步转换成榜样学习。

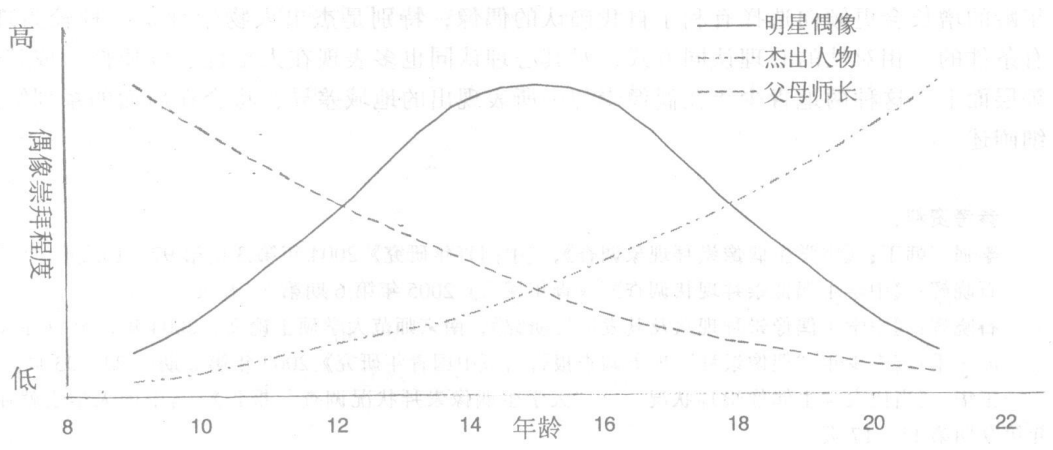


图 3 青少年偶像崇拜之年龄差异示意图

从心理学角度分析, 把崇拜偶像的起始年龄归纳为 12 岁符合绝大多数心理发展理论对青春期的划分。12 岁是个体由儿童期向成人期过渡的起始年龄, 比如在弗洛伊德 (Sigmund Freud) 的精神分析理论中, 12 岁是转移性本能冲动, 寻找爱恋对象的开始; 在艾里克森的心理社会发展理论 (Psychosocial stage theory of development) 中, 12 岁是建立自我同一性 (identity) 的开始阶段; 在皮亚杰 (Jean Piaget) 的认知发展理论 (Cognitive- developmental theory) 中, 12 岁是儿童开始拥有最高级思维运演的起始阶段。所以就此可以相应认为, 青少年的偶像崇拜起源于青春期的开始, 是心理由不成熟向成熟转变过程中的伴随现象。

在 12 岁到 18 岁阶段, 首先, 年龄作用与青少年明星偶像崇拜的欲望成反比关系, 并于 14- 16 岁达到峰值。在这一段时期内, 由于青春期“自我中心状态”的作用, 青少年对理

想和现实的区分并没有如成年人一般完善,批判式的抽象思维能力也尚未形成。受到这一层认知发展的限制,青少年会对自我缺乏清醒的批判认识,从而沉湎于对偶像热烈的梦幻和疯狂的追逐之中,而忽略对其成功背后的努力及人格塑造方面的认同。其次,年龄作用与青少年杰出人物崇拜的欲望成正比关系,并随着批判性思维的日臻成熟而呈现明显上升趋势。随着年岁的增长,青少年的社会认知经历了一个从简单到复杂,从对表面特征的感知到对本质属性的分析和判断的发展过程。特别是批判思维能力和抽象概括能力在16-18岁开始形成、发展并日趋完善,从而使他们对偶像的认识以及自己的偶像观念发生了改变。青少年在对待事物上会逐渐形成客观理智的态度,从而可以从更加理智的角度看待偶像的成就和个性特点,欣赏其优秀的方面,承认并接受偶像的不足之处。

偶像崇拜在年龄上延续性的问题,宋金川、金盛华两位学者曾经这样形容:“有没有偶像崇拜以及崇拜的严重程度是衡量一个人是否年轻的标志”(2002)。目前而言,对成年人偶像崇拜的研究在学术界还是一片空白。随着社会发展,成人儿童化的潮流也开始大面积涌现,这是否意味着“偶像崇拜的青春期”将会延长呢?如若延长,到多少岁才算是“青春期”的尽头呢?希望今后的研究可以关注这一个有趣话题,并相应填补空白。

至于两地中学生偶像选择的年龄差异,笔者认为这是由偶像商品化程度高低所决定的。香港中学生的偶像选择之所以没有年龄差异,主要是因为偶像选择商业化的结果。在香港,偶像已不再作为传统意义上的偶像存在,而是以商品存在于文化市场。明星崇拜最终导致商品崇拜,由此明星偶像的生存完全取决于其商品市场的需求和开发力度。反观内地,青少年的偶像选择仍然未被完全商业化,仍深受家庭、学校和社会的影响。所以,内地青少年随着年龄的增长会更倾向选择有利于自我确认的偶像,特别是杰出人物崇拜是一种较为理性的、有条件的、相对性的心理认同方式,对其心理认同也多表现在人格性、气质性、成就性特征等层面上。这种两地青少年在偶像崇拜中所表现出的地域差异,将会在后面的系列综述里详细阐述。

参考资料:

李强、韩丁:《中学生偶像崇拜现象调查》,《中国青年研究》2004年第3期第97-103页。

石晓辉:《中学生偶像崇拜现状调查》,《青年探索》2005年第6期第3-8页。

石晓辉:《中学生偶像崇拜现状及其发展性研究》,南京师范大学硕士论文,2004年,第26页。

潘一禾:《青少年“偶像崇拜”现象调查报告》,《中国青年研究》2003年第2期第24-33页。

王华:《当代大学生偶像崇拜状况——“大学生偶像崇拜状况调查”报告》,《中国大学生就业》2006年第9期第15-17页。

邓丽芳、易海燕:《关于大学生钦佩人物的调查研究》,《培训与研究——湖北教育学院学报》,2001年第5期第105-109页。

岳晓东、张宙桥、黄成荣:《香港与内地中学生偶像崇拜中性别与年龄的影响分析》,《教育研究学报》(香港)2003年第1期第97-112页。

宋金川、金盛华:《多元选择——青少年偶像崇拜研究》,《青年研究》2002年第11期第1-7页。

作者单位:香港城市大学应用社会科学系