

略论青少年偶像崇拜现象的成因及对策

赵彩艳

华南师范大学

[摘要]青少年偶像崇拜是一种特殊的社会心理现象。从社会心理学的角度出发,青少年的偶像崇拜是一种以人物为核心的社会化学习行为。青少年可以通过观察“偶像”获取一定的社会经验,从而促进其社会化的进程。当青少年的同辈群体都崇拜偶像时,当大众传媒大力宣传偶像时,个体就极易受到影响,萌发偶像崇拜心理。青少年阶段个体尚未形成良好的自我意识以及理性的价值观念,其在一定程度上迷恋流量明星也无可厚非,真正的问题在于在整个社会大环境下如何正确地引导其崇拜偶像。

[关键词]偶像崇拜; 社会化; 青少年; 观察学习; 大众传媒

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.471

引言

改革开放拉开了我国新时期的帷幕。新时期是社会转型期,从1978年至今,我国社会的各个领域发生了重大变化,深刻地影响着人们的价值观念、行为方式以及生活方式,其中也不乏文化领域。随着我国市场经济的崛起和娱乐产业的更新与发展,“明星偶像”已然成为一种当代社会兴起的独特的亚文化,颇受在新时代下成长的众多青少年所喜爱和推崇。偶像崇拜是如今青少年精神生活的重要组成部分。以中学生为主体的青少年,将明星视为自己的偶像,由此诞生了众多的“追星族”。追星族们极度崇拜心中的明星偶像,有的甚至到了狂热、执着和迷恋的程度。

一、青少年偶像崇拜的概念界定

青少年的偶像崇拜是一种社会化行为。马克思在《资本论》第一卷中写道:“人即使不像亚里士多德所说的那样,天生是政治动物,无论如何也天生是社会动物。”人在社会,本就会于有形或无形中受到社会大环境的影响,从而实现由自然人向社会人的转变,亦即言,历经社会化的过程。“社会化”指的是个体在社会影响下,通过学习社会知识、掌握知识技能、建立社会经验,并通过自身不断的选择和建构,形成一定社会所认可的心理-行为模式,成为社会成员的过程。社会化的本质是社会经验的传递。青少年所认同和崇拜的对象是其社会观察经验的来源之一,青少年可以通过观察“偶像”的一言一行获取社会经验并加以模仿和学习,自发地调整自我的行为,从而促进其社会化的进程,以适应人类社会生活的社会性。因此,青少年的偶像崇拜是一种社会化的学习行为。

青少年的偶像崇拜以人物为核心。不同的时代有着不同的偶像崇拜。相异于传统社会所推行的英雄或杰出人物崇拜,当今社会新时代背景下,在青少年群体中盛行的偶像崇拜是“三星崇拜”(歌星、影视明星和体育明星)。值得强调的是,青少年的偶像崇拜往往以人物为核心,是对具体的某一对其产生重要影响的人物的崇拜,而非如原始社会图腾式或符号式的崇拜。此外,青少年所崇拜的人物偶像,同样是青少年社会化过程中的重要人物,是青少年的“偶像性重要他人”。

因此,青少年的“偶像崇拜”是一种以人物为核心的社会化学习行为。

二、青少年偶像崇拜的成因分析

依据社会心理学领域的社会化理论,个体社会化的影响源包括文化、家庭、同辈群体、学校以及媒体。在青少年偶像崇拜的社会化行为中,相较于其他影响源,同辈群体效应与大众传媒的影响较为突出。当青少年的同辈群体都崇拜偶像时,当大众传媒大力宣传偶像时,个体就极易受到影响,从而产生偶像崇拜心理。

(一) 社会化的影响源之同辈群体

同辈群体影响着青少年的社会化。青少年群体因其本身所具有的共同价值标准、流行追求和榜样偶像等其他特质而构成了独特的亚文化群体。一旦群体建立,就需要一定的稳固基础,这个基础可以是群体内部成员自始至终保持相同的兴趣爱好,也可以是大体一致的价值观念等等。群体内部成员之间相互影响,每一个成员都在努力地保持与同伴相一致的群体基础。普遍存在于青少年群体中的追星文化就是同辈群体效应的显现。在追星文化刚刚出现时,可能只是受到个别少数青少年的追捧,但久而久之,就会在更多的青少年中传播与推广。有些追星族因想要保持与同伴的一致而卷入追星行列,开始了自己的追星之路。这实质上是青少年为了融入同辈群体而采取的手段,满足自身归属群体的需要。因此,就不难发现,现实生活中会出现越来越多的二流青少年追星族,共同讨论明星偶像。这一定程度上也说明了同辈群体效应对青少年的偶像崇拜产生影响。

(二) 社会化的影响源之大众传媒

现代社会中,大众传媒是十分重要的社会化手段,对人的社会化的作用与日俱增。通过电影、电视、网络等媒体所宣传塑造的明星形象成了青少年观察学习、崇拜和效仿的对象,青少年群体普遍存在“追星热”现象,从而对其社会化产生重要影响。发达的网络媒介交替更迭,层出不穷,众生无时无刻不处于赛博空间之中。网络媒体借助各种娱乐工具催生了各个类型的偶像明星,多元化的崇拜对象迎合了青少年多元化的审美取向。值得一提的是,商业制造的诸多流量明星已然沦为商业化娱乐产业生产线上的机器或工具,受资本和利益所支配。加之大众传媒的刻意渲染,其被包装成受青少年喜爱的各种特质的“偶像”。青少年成长于较为开放自由的新时代,加之其的价值观念尚未稳定和成熟,喜爱追求和接受新事物。因此,新媒体的出现能够在短时间内获

得青少年的关注，青少年群体是大众传媒的一大受众。以此为基础，大量的偶像明星的诞生往往善于借助媒体的炒作效应，快速制造网红偶像并走进广大青少年群体的生活世界。

三、青少年偶像崇拜的正确引导

青少年对偶像的不当崇拜常常导致某些偏激事件和消极后果，引起家长、老师、社会的担忧。但青少年正处于埃里克森人格发展阶段理论中的“自我同一性混乱”阶段，尚未形成良好的自我意识以及理性的价值观念，其在一定程度上迷恋流量明星也无可厚非，真正的问题在于在整个社会大环境下如何正确地引导其崇拜偶像。

（一）偶像自身：以身作则，榜样示范

行为主义代表人物之一班杜拉在社会学习理论中指出，社会学习的主要形式是观察学习。所谓“观察学习”，乃个体处于社会复杂环境中借助观察他人的行为及产生的相应结果而习得影响自身发展的学习。当代青少年的自主生活领域不断扩展，青少年的很多行为、观念和行为方式并非来自系统教育，而是来自他们对生活的观察。观察学习经验在青少年的社会化中占据越来越重要的位置。

青少年时期是个体从儿童向成人过渡和发展的特殊阶段，在这个阶段里，青少年往往更多地以自我为中心，自我意识较为强烈，极力渴望表现自我，标榜自身的与众不同。而偶像的出现则使青少年在其身上看到了自己喜欢和追求的特质，崇拜心理便由此萌发。之后，青少年就会有意或无意地模仿和学习偶像的行为，并对偶像产生心理认同。

因此，无论是歌星、影视明星、体育明星，还是其他流量明星，都需履行身为“偶像”的本职，以身作则，弘扬正确的价值观和榜样力量，发挥正面的导向作用，使得青少年在对偶像的观察中学习偶像的高尚精神，从而促进自身的发展。偶像自身的以身作则与榜样示范，能够对青少年实行榜样教育，化偶像为榜样。

（二）大众传媒：正向宣传，积极引导

大众传媒对青少年偶像的塑造产生了重大影响。数据时代的媒体自由度更高，这体现在两方面，一为媒体没有严格的准入标准，二为媒体在运作过程中没有相应的准则和规范约束。在这样自由化的运作和传播空间里，大众传媒极易以利益为导向，散播各类点击率高和自带流量的偶像明星信息，忽视宣传的社会效益。青少年作为受众，无论是被动，抑或是主动地接受媒体信息，或多或少地会受感染，甚至会迎合媒体所刻意制造的低级趣味。所以，大众传媒的正向宣传和引导对青少年形成正确的偶像认识之重要性不言而喻。在社会文化多元化的背景下，大众传媒在满足受众的多元化需求的同时，更应该强化自身的社会效益。偶像可以塑造，但塑造的偶像至少应当是能够对青少年价值观念的产生正向的引导作用，促进青少年的社会化进程。

（三）同辈群体：相互交流，共同成长

在青春期，青少年不断地摆脱家庭的影响并更多地接受学校与同辈群体的影响，面临自我同一性混乱。自我同一性

混乱是一种青少年关于自己是谁，在社会上应占什么地位，将来准备成为什么样的人以及怎样努力成为理想中的人等一连串混乱模糊的感觉，对自己的需要、情感、能力、目标、价值观等不明确的一种表现。而在这个时期，青少年个体本身与同辈群体之间的交往越发密切，同辈群体成了除父母之外的另一“重要他人”，对个体的成长有着重要影响。故而，充分借助同辈群体的力量引导青少年个体进行正确的偶像崇拜就显得尤为重要。作为青少年社会化的重要影响源，同辈群体之间在偶像的选择和偶像的崇拜中不妨多加交流与相互学习。此外，同辈交流与学校教育不相冲突。学校教育中也可以适当地开展偶像崇拜的系列主题讲座或其他活动，有利于青少年同辈群体形成理性的自我认同和偶像认同，进而相互影响，共同成长。

结语

青少年的偶像崇拜也是其不再囿于家庭和同辈群体之中而对社会抱有的热情和开放态度之体现。青少年的偶像崇拜具有积极作用和消极作用，关键在于青少年持以何种崇拜态度。倘若一味追崇偶像，不加以理性的判断和鉴别，难免陷入偶像崇拜的消极漩涡。故而，除了偶像自身、大众传媒以及同辈群体外部力量的正确引导之外，青少年自身也应提高媒介素养，学会鉴别真实偶像，清醒地认识自我和偶像，实现青春期的自我同一性。

参考文献

- [1]金盛华. 社会心理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2010: 63, 77.
- [2]吴康宁. 教育社会学[M]. 北京: 人民教育出版社, 2016: 244.
- [3]梅琳. “泛偶像化”现象形成机制与应对策略[J]. 人民论坛, 2016(17): 182-184.
- [4]岳晓东, 张宙桥. 论偶像崇拜中的光环作用与榜样作用之差异[J]. 中国德育, 2021(01): 13-21.
- [5]岳晓东. 论偶像—榜样教育[J]. 中国教育学报, 2004(9): 21-24+62.
- [6]赵畅. 当代青少年偶像崇拜研究[J]. 中国青年社会科学, 2019, 38(06): 117-122.
- [7]邢玉俊. 青少年偶像崇拜的心理学与社会学分析[J]. 中国德育, 2020(13): 40-44.
- [8]李琳. 流行文化视野下青年偶像崇拜的现代演绎[J]. 文化艺术研究, 2020, 13(04): 8-14.
- [9]赵云泽. 科学对待青少年偶像崇拜心理[J]. 人民论坛, 2020(26): 112-114.
- [10][德]卡尔·马克思. 资本论(第一卷)[M]. 北京: 人民教育出版社, 2004.

作者简介:

赵彩艳(2002-), 女, 海南儋州人, 汉族, 本科在读, 研究方向: 思想政治教育。