

我是你的粉丝

透视青少年偶像崇拜

岳晓东 著

上海人民出版社

前言

2007年3月25日,来自甘肃省兰州市的68岁男子杨勤冀在香港尖沙咀天星码头投海自尽,原因是刘德华未能满足其女儿私下见面的请求。这立刻引起了媒体的轩然大波。

杨勤冀的女儿杨丽娟自1994年开始迷恋刘德华后,苦追了偶像13年,其间既不学习,也不工作。杨勤冀为了成全女儿与偶像见面的愿望,不惜倾家荡产,带领妻子女儿于2007年3月19日一同抵港,为的是能与刘德华私会。本来,在刘德华歌迷会的鼎力协助下,杨家人被允许参加3月25日举办的刘德华生日会,并与偶像合影留念。但杨家人仍感到不满足,又提出让杨丽娟与刘德华私下聊一聊,遭到拒绝。

杨勤冀一怒之下,先是试图在楼下阻拦刘德华的专车,后来又趁其妻女熟睡之际,留下给刘德华的遗书,跳海自尽。杨勤冀在遗书中痛骂刘德华“你以为你是谁……你很自私……”,声称要以死抗议,要求“刘德华还要见我们孩子,不然死不瞑(瞋)目……”

偶像崇拜为了什么？

追星何以如此执著？

什么是理性的偶像崇拜？

杨勤冀父女应该怎样看待刘德华？

这些问题，不仅深深地影响着当今的年轻人，也深深地困扰着当今的成年人。对我来讲，杨勤冀父女的表现，可谓是典型的“普塞克效应”的结果，即把偶像过分理想化、浪漫化、绝对化而产生的极端行为表现。

这，是我对青少年偶像崇拜现象的研究理解。

其实，“偶像”一词在《汉语大词典》里解释为“一种泥塑或木刻的人像”，专供迷信的人来敬奉，祈求得到平安和鸿运。而对于当今的少男少女来讲，“偶像”已完全变成人们自我认同和情思切切的对象了。

根据世界各地的调查表明，当今青少年崇拜的对象，多是歌星、影星和体坛明星之类的社会名人。他们一般都具有气质独特、相貌出众等特点。这些特征经过商业包装后，会变得更加光芒四射。而较之那些毫无表情的泥木偶像们（如释迦牟尼、观音菩萨、四大天王、关公像等），这些明星都是有血有肉的真实人物。人们可以随时随地听到他们的歌声，观看到他们的画像，欣赏他们的表

演,甚至可以见到他们本人,与他们握手,获取他们的签名等。在此意义上,明星虽然也是人,但他们生活的一切已被相当地物质化,商品化了。由此,明星的名字、容貌、发型、服饰、隐私等都会引人注目,也都具有商品价值。这样,在少数古代神明渐渐失去其魅力的今天,大大小小的明星们取代了他们的地位,成为时尚与美貌的代言人。

那么,偶像是怎样由神灵人物变成明星人物的?

青少年追星,有着怎样的社会背景与心理机制?

青少年追星,到底要追多久?

偶像与榜样,到底有什么不同?

正是对于这些问题的思索,推动着我在过去十年中做了大量的有关青少年偶像崇拜的研究。渐渐地,我发现青少年偶像崇拜是人生成长道路中的过渡性现象,有其必然性和自然性的一面,也有其困惑性和盲目性的一面。对此,人们应该采取积极认同和正确引导的态度,而非加以生硬的排斥和拒绝。

而这些,正是本书的写作动机。

在本书的写作过程中,我尽量以平白直叙的语言来描述青少年偶像崇拜的种种表现,并列举了四十个问题来全面、立体地揭示偶像崇拜的种种成因。此外,为增强本书的可读性和趣味性,我还

在书中加入了大量的拓展阅读。希望这些努力能够增强您对本书的阅读兴趣,能为您带来一些启迪。

在此,我由衷地感谢我的助手严飞先生,他不仅为此书的完成注入了大量心血,还对此书的写作提出了许多宝贵的建议,令我深感欣慰。此外,我还深切地感谢上海人民出版社的时海玲编辑与世纪出版集团的高龙海先生,他们 also 对此书的出版发行付出了很多努力,令我深受感动。

最后我想说,偶像崇拜是每个人心中吟诵的一首诗,最为其陶醉的是他本人。能够把握这个尺度的也要靠他本人。

是为序。

岳晓东

2007 年春于香港

目 录

前言·····	1
---------	---

第一章 什么是偶像

偶像一词,本指用土、木等雕塑的人像。星移斗转,时代变迁,偶像的词意已经变成了千百万少男少女痴迷的各路影、视、歌、体明星,只是制造这一内涵不变。偶像变成了一场工业,进而演化成了一场全民娱乐的饕餮盛宴。在这股偶像崇拜的变迁之下,以超女、学术超男等为代表的泛偶像成为当今崇拜的主旋律。“是我不了解这个世界,还是这个世界变化太快?”

1. 古代的偶像·····	4
2. 现代的偶像·····	11
3. 偶像的分类·····	16
4. 偶像的变迁·····	23
5. 偶像变迁的原因·····	49
6. 另类偶像·····	56
7. 平民偶像·····	63
8. 透视粉丝·····	73
9. 另类、平民偶像出现的原因·····	79

10. “民星”崇拜分析.....84

第二章 什么是偶像崇拜

是什么点燃了偶像崇拜者的热情,让他们可以不计回报地投入到这场追逐明星的运动中?崇拜是一种力量,是一种热情,是一种疯狂,当偶像在崇拜者心目中占据着无法被取代的地位时,还有什么可以阻止崇拜者那已经失控的心灵呢?可是,生活中除了偶像,我们还有榜样。偶像与榜样从来就不是对立的竞争者,而是可以互相转化的兄弟,都可以为我们的生活点亮一盏温暖心灵、指引前行的明灯。

- 11. 什么是崇拜..... 110
- 12. 中国的民间崇拜..... 114
- 13. 偶像崇拜..... 120
- 14. 偶像崇拜与个人崇拜的区别..... 126
- 15. 偶像崇拜与榜样学习的区别..... 131
- 16. 偶像崇拜的分类..... 150
- 17. 偶像化与榜样化..... 159
- 18. 偶像榜样化与榜样偶像化..... 164
- 19. 偶像崇拜的心理作用..... 169
- 20. F4 演唱会调查..... 184

第三章 什么是青少年偶像崇拜

巴金先生说：“青春是美丽的。”对于正处于花季的青少年，崇拜偶像是他们个体成长过程中的一个阶段性行为，也是走向成年的一种过渡性行为。他们需要情感的依托、成长的认同、烦恼的宣泄、亲友的支持，他们更需要社会的理解；崇拜偶像也许疯狂和痴迷，但不曾迷失方向。因为，偶像崇拜毕竟只是青春期特定年龄阶段心理发展的“附属品”。落花流水春去也，青少年最终会从偶像崇拜中走出，去塑造自我的形象。

- 21. 青少年偶像崇拜的普遍性..... 194
- 22. 什么样的偶像最受青少年崇拜..... 199
- 23. 青少年偶像崇拜的特点..... 205
- 24. 青少年偶像崇拜的心理学特征..... 213
- 25. 青少年偶像崇拜的社会学特征..... 242
- 26. 青少年偶像崇拜的“普塞克效应”..... 248
- 27. 青少年偶像崇拜的情感交替..... 262
- 28. 青少年偶像崇拜的年龄差异..... 269
- 29. 青少年偶像崇拜的性别差异..... 286
- 30. 青少年偶像崇拜的地域差异..... 300

第四章 什么是积极的偶像崇拜

偶像崇拜，表达着青少年们纯真的心迹，是心灵渴望理解的呐喊；是生命与生命交感时的自信低语。可是，当许多青少年把偶像

当成长道路上激励自己前进的动力时,也有一些青少年却在崇拜的大潮中失去了自我,超越了崇拜本身所赋予的积极内涵,演出了一幕幕让人伤心痛苦的悲情剧。教育工作者对此是否应该反省,在多年的榜样教育基础上,我们是否真正倾听了孩子的心声,了解了他们的心情?青少年们苦苦寻觅着自己的偶像,是想在广袤天空中找寻一隅属于自己的天地,是在企盼属于自己的辉煌,我们教育工作者可否主动采取一种“大禹治水”的智慧,不是去堵,而是去疏导青少年们的偶像崇拜心结。

- 31. 青少年偶像崇拜的积极影响..... 323
- 32. 最能体现青少年偶像崇拜积极性的案例..... 332
- 33. 青少年偶像崇拜的消极影响..... 343
- 34. 最能体现青少年偶像崇拜消极性的案例..... 347
- 35. 传统榜样教育面临的挑战..... 362
- 36. 传统榜样教育的误区..... 371
- 37. 什么是榜样—偶像教育模式..... 376
- 38. 什么是偶像—榜样教育的指导原则..... 384
- 39. 什么是偶像—榜样教育的实施方法..... 390
- 40. 什么是榜样—偶像教育的实验案例..... 394

第一章

什么是偶像

什么是偶像——

偶像就是自己站在哈哈镜前面照出的那个影像。

题 记

我们的成长需要偶像。但我们需要那些贴近我们生活,充满活力的偶像,而不需要那些远离我们生活,泥塑木雕的偶像。换句话说,我们要崇拜活着的“四大天王”^①,不需要供奉死了的“四大天王”^②……

说到“偶像崇拜”,我马上便会想到在巫师、“山神”面前战栗的原始人;想到中世纪和现代虔诚的宗教信徒;想到当代“追星族”;想到在独裁者奴役下的千千万万唯命是从的顺民;想到在商业社会中,被物欲所包围、异化得面目全非、被商品“拜物教”玩弄于股掌之间的“消费者”。想到崇拜科技理性,却对用科技手段自毁人类的现象视而不见的疯狂的乐观主义者……

以上两段话是一位中学生和一位大学生对偶像价值的评论,它提出了一个重要问题:同是偶像,今日的偶像与当初的偶像有什么差异?

要回答这个问题,得先从“偶像”这个词说起。

① 指刘德华、张学友、黎明、郭富城四位香港艺人。

② 指佛教二十诸天中的四位天神,四大天王也被称为“风调雨顺”。

1. 古代的偶像

偶像，由来甚古。在古代典籍中，“偶像”亦称为偶人，有土偶和木偶之分，又写作木禺。《说文》：“偶，桐人也。”桐、僮通假。桐人亦作桐子，即僮子。《字汇》：“偶，又俑也，像也。木像曰木偶，土像为土偶。”清人段玉裁《说文解字注》指出，俑即偶的假借字，所以秦俑也是偶人的一种。我国对偶人较早的记录大概来自于《史记·殷本纪》，“帝武乙无道，为偶人，谓之天神，与之博，令人为行，天神不胜，乃僂辱之。为革囊，盛血，仰而射之，命曰‘射天’”。孔子曾经对鲁人用偶人作为陪葬而十分不满，《论衡》曾记载：“俑则偶人，象类生人，故鲁用偶人葬，孔子叹。”

《孟子·梁惠王》引用孔子的话，说“始作俑者，其无后乎！”东汉人赵岐《孟子章句》注释：“古之葬者，束草为人，以为从卫，谓之刍灵，略似人形而已。中古易之以俑，则有面目机发，而太似人矣。故孔子恶其不仁。”前面提到，俑即偶人，用以代替殉葬的人。孔子是不同意以俑陪葬的，更不用说当时的奴隶主贵族以活人“陪葬”了。

《史记·孟尝君列传》说，秦昭王闻孟尝君贤，邀请他到秦国相见。“孟尝君将入秦，宾客莫欲其行，谏，不听。苏代谓曰：‘今旦代

从外来，见木禺（偶）人与土禺人相与语。木禺人曰：天雨，子将败矣。土禺人曰：我生于土，败则归土。今天雨，流子而行，未知所止息也。今秦，虎狼之国也，而君欲往，如有不得还，君得无为土禺人所笑乎？孟尝君乃止。”苏代，苏秦之弟，也是纵横家，再一次合纵诸侯，有名于世。他说服孟尝君，可见其功力所在。

我们提到古籍中所记载的这些例子，至少反映两点：一是从殷商时期起，偶像包括了木刻、泥塑、陶制，且相当普遍。自此之后，历代墓葬，都有殉葬的俑，尤以贵族为甚。二是偶像在人们心目中并不神圣，土偶木偶，一场大雨到来，便可毁于一旦。由此可见，偶像本不是什么值得肯定的好东西。至于始皇墓的兵马俑被称赞为世界奇观，乃在于工艺和制作所达到的惊人水平，和它们是泥胎陶俑无关。

在现代词典中，“偶像”被通释为“泥塑或木刻的人像以供人膜拜”，引申为盲目崇拜之对象，这正是根据古意而来。陈独秀曾经在名作《偶像破坏论》里风趣地把偶像形容为“一声不作，二目无光，三餐不吃，四肢无力，五官不全，六亲无靠，七窍不通，八面威风，九（音同久）坐不动，十（音同实）是无用”，并且号召破坏包括泥塑木偶在内的一切虚妄的偶像。

古时制造偶像，也自有一套办法。且看两则古代的笔记小说，可以帮助我们对偶像的本来意义有更全面的认识。

据传，晚唐时期，有人于蜀地见一所小庙，所奉祠的神曰“杜十姨”，塑女像，香火鼎盛，但香客都不知其神的来历。那人经过再三

访查,才弄清楚,此供奉的神是杜拾遗。因杜甫曾在当地居留,并曾任右拾遗,人称杜拾遗,官话“杜拾遗”讹为“杜十姨”,就一变而为女神,又相传此神极灵验,于是愚夫愚妇趋之若鹜。这是愚昧造成偶像的典型。类似的情形其实不少。齐天大圣是石猴孙悟空的“官衔”,都出于吴承恩《西游记》内的创作,纯属子虚乌有。可是过去和现在的不少地方包括香港,竟有“齐天大圣”庙,被众多善男信女奉为偶像,真正得益者其实是庙祝。

又宋人王辟之《澠水燕谈录》载:江南某县有一古寺,地僻山险,“邑人罕至,僧徒久苦不足。一日,有僧游方至其寺,告于主僧,且将与之谋所以惊人耳目者。寺有五百罗汉,择一貌类己,衣其衣,顶其笠,策其杖,入县削发,误为刀伤其顶,解衣带白药傅之。留杖为质,约至寺,将遗千钱。削者如期而往,方入寺,阍者殴之曰:‘罗汉亡杖已半年,乃尔盗耶!’削者述所以得杖貌,相与见主僧,更异之。共开罗汉堂,门锁生涩,尘凝坐榻,如久不开者。视亡杖罗汉,衣笠皆所见者,顶有伤处,血渍药傅如昔。前有一千皆古钱,贯且朽。因共叹异之。传闻远近,施者日至,寺因大盛。”这是一场精心设计的表演,效果良好,“神迹”迅即传播遐迩,寺门香火大盛,僧徒赚得盆满钵满。直至数年后僧徒们争夺利益内讧,事件才外泄。

由此可见偶像是制造出来的。自古有之,于今为烈。当然今天制造偶像的手法要现代化得多,非过去所可比拟,尤其是以影、视、歌、剧为主的演艺界,没有一群“粉丝”,便不能成为偶像,也就是赚不了钱。“粉丝”愈多,名愈大,偶像(以及他们的老板)才可能利愈

厚。据说有些追随“偶像”左右摇旗呐喊的“粉丝”竟是花钱雇用的职业拥护者。商业社会的商业行为,什么事都是可以做出来的。

说到偶像,就不能不提到另一个词:“明星”。明星,在古汉语中系指明亮之星,亦即太白或金星。《诗经·郑风·女曰鸡鸣》:“子兴视夜,明星有烂。”《尔雅·释天》:“明星谓之启明。”郭璞《尔雅注》:“太白星也,晨见东方为启明,昏见西方为太白。”除此以外,明星在古汉语中还特指华山仙女。如《太平广记·集仙录》:“明星玉女者,居华山,服玉浆,白日升天。”李白《古风》诗也有“西上莲花山,迢迢见明星,素手把芙蓉,虚步蹑太清”的描写。

“明星”一词在现代辞义中引申为各行业中杰出者或技巧非常高的表演者,这主要是受美国好莱坞推行的明星制影响。20世纪30年代上海各影院门厅外都挂有中外影星像,是“明星”在我国开始流行的最初表现。歌舞明星与此同时兴起,其后,随着时装模特表演和体育运动的广泛开展,明星扩大到所有演艺界与体育界。至媒体发达的今天,明星进一步扩大到商界、政界、学界中的风云人物,已汇聚成一个“满天明星闪烁”的时代。

偶像探视 1 :古代偶像两例

一、潘安——掷果盈车

潘岳,就是人所周知的潘安,西晋时河南人氏,表字安仁,小字檀奴。其人“姿容既好,神情亦佳”。潘安年轻时,坐车到洛阳

城外游玩,当时不少妙龄姑娘见了他,都会怦然心动给他一个“回头率”,有的甚至忘情地跟着他走。因此常吓得潘安不敢上街。有的怀春少女难以亲近他,就用水果来投掷他,因此他每每都能满载而归,于是民间就有了“掷果盈车”之说。以至于后世文学中“檀奴”或“檀郎”也成了俊美情郎的代名词。

潘安不仅长有一具锦绣皮囊,还写得一手锦绣文章,很小就显露出文学天赋,被乡里称为“奇童”。二十来岁时,晋武帝司马炎一天来了兴趣,下乡耕田作秀,大伙纷纷写马屁文章。结果潘安的赋作得最好。大臣们对此嫉妒得要死,立马赶他出朝廷。赋闲十年后,潘安被重新录用。当了河阳令的潘安,颇有政绩。风雅县令在河阳县遍种桃树,时人号称“一县花”。



掷果盈车图

二、卫玠——看杀卫玠

卫玠是历史上唯一因为太帅了而被人“看”死的美男子。《晋书·卫玠传》：“京都人闻其姿容，观者如堵。玠劳疾遂甚，永嘉六年卒，时年二十七，时人谓玠被看杀。”

卫玠，表字叔宝。关于卫玠的美，《晋书》里用词有“明珠”、“玉润”等等，他为人喜怒不表于形，是个面无表情的玉人。卫玠自幼风神秀异，坐着羊车行在洛阳街上，远远望去，就恰似白玉雕的塑像，时人称之为“璧人”。洛阳居民倾城而出，夹道观看小璧人。当时风气最盛行清谈，卫玠常手里拿个麈尾，模样优雅地侃侃而谈。

卫玠的美不仅能征服女子，就连男人看了也怦然心动。某年卫玠与母亲去舅舅家串门，这位平日里自负风度翩翩、相貌英俊的骠骑将军，看了这位素未谋面的外甥竟然呆了，哆嗦着说：珠玉在侧，使我形秽！随后就每天带着卫玠四处游玩，还常常说：与玠同游，好似明珠在侧，朗然照人。后来这些话传开了，卫玠就多了个名字——“玉润”。

后来，八王之乱把西晋政权闹成一锅糨糊，胡人势力乘机进入中原，天下大乱。卫玠费尽口舌说动母亲南下，他们一家子跑到江夏（今武汉）。征南将军山简赶快来抢这个钻石王老五，把爱女嫁给他。卫玠带上新妇又往东行，来到了大将军王敦镇守的豫章（今南昌）。

王敦见他一表人才，能说会道，很是器重。但卫玠并不买账，他感觉此人野心勃勃，久必生乱，不可依附，所以再次转移，投奔东晋都城建业（今南京）。建业的官员们久闻卫玠艳名，立即答应予以重任。江东人士听说来了个大明星，人山人海地围观，挤得卫玠举步艰难，使他一连几天都无法好好休息，这个体质孱弱的美少年终于累极而病，一病而亡。

注：潘岳（247—300），字安仁，故又称潘安，西晋文学家。

卫玠（285—314），字叔宝，魏晋之际著名的清谈名士和玄理学家。

摘编自新华网 2004 年 3 月 15 日《魏晋绝色美男子挨个数》

点评：

偶像自古有之，而对偶像的崇拜也因偶像的存在可以追溯到古代，以至于有“潘安掷果”、“看杀卫玠”这样的事情发生。这说明，偶像并不仅仅是现代商业社会和娱乐产业的产物，而是一种自古就有的疯狂。

不过，值得注意的是，古代的偶像和现今偶像相比，有很多不同，即古代偶像更多以个人才学、谈吐、个性、魅力等气质因素吸引人。李白等大诗人的一首诗，就可以引起天下崇拜者竞折腰。

2. 现代的偶像

在远古时代,由于知识的贫乏和媒介的不发达,可供人们供奉的偶像是屈指可数的。如在中国历史上,我们先祖供奉过的偶像主要有黄帝、孔夫子、关公、释迦牟尼、观音菩萨、玉皇大帝、王母娘娘、太上老君及大大小小的土地爷、财神爷们(如妈祖、黄道婆、黄大仙、二郎神等)。这些偶像都是人们世代供奉的神明人物。随着科技的不断发达,特别是电子媒介的蓬勃发展,人类的偶像崇拜发生了本质性的变化。偶像崇拜越来越成为人类自我意识的产物,也越来越变得情绪化、平民化和生活化。特别是当今经过媒体大量炒作的偶像,其性质已不再代表神明和权威,而主要代表了利益和利润。例如,乔丹这个名字不仅意味着“空中飞人”,它也意味着高消费和名牌效应。

而对于青春偶像崇拜来说,它已完全成为少男少女们自我认同和情思切切的世界,偶像崇拜也因而越来越变成明星崇拜。根据世界各地的调查表明,当今青少年崇拜的对象,多是歌星、影星和部分体坛明星之类的社会名人。他们一般具有独特的气质、出色的相貌及性感的身材。这些特征经过商业包装后,会变得更加

光芒四射。更重要的是,较之那些毫无表情的泥木偶像们(如释迦牟尼、观音菩萨、四大天王、关公像等),这些明星都是有血有肉的真实人物。人们可以随时随地听到他们的歌声,观看到他们的画像,欣赏到他们的表演,甚至可以见到他们本人,与他们握手,获取他们的签名。所以,明星虽然也是人,但他们生活的一切已被相当物质化、商业化了。由此,明星的名字、容貌、发型、服饰、隐私等都会引人注目,也都具有商品价值。这样,在少数古代神明渐渐失去其魅力的今天,大大小小的明星取代他们的地位,无疑会拉近偶像与其崇拜者之间的心理距离。

比起远古时代的青少年们,当今的青少年真是幸福多了。他们不但可以充分选择自己喜欢的偶像,还可以通过大众传媒的方式,直接感受到其崇拜偶像明星的存在,体验其光彩。更可贵的是,面对自己崇拜的偶像,人们不必再像以往那样充满了敬畏和忧虑,而是充满了爱慕和钦佩。因此,偶像的感觉不再是高高在上,而可以是近在咫尺;偶像的形象也不再是千篇一律,而可以丰富多姿。

总而言之,远古的偶像多是神明的象征,他永远都是冷冰冰的,高高在上的,即可望不可及的;而今的偶像多是成功的象征,他(她)是活生生的,有情有义的,而且是随时可以被替换的。

远古的偶像崇拜可谓“一溪流水一溪月”^①;而今的偶像崇拜可谓“八面风取用自然”。

① 出自宋代冯取洽《自题交游风月楼》,原诗为:一溪流水一溪月,八面疏棂八面风。取用自然无尽藏,高寒如在太虚空。落成恰值三秋半,为我吹开白兔宫。

远古的偶像是“落木千山天远大”^①；而今的偶像是“泪尽君山最有情”。

远古的偶像是拟人化了的神；而今的偶像是神化了的人。

偶像探视 2 陈独秀^②——偶像破坏论

“一声不作，二目无光，三餐不吃，四肢无力，五官不全，六亲无靠，七窍不通，八面威风，九（音同久）坐不动，十（音同实）是无用。”这几句形容偶像的话，何等有趣！

偶像何以应该破坏，这几句话可算说得淋漓尽致了。但是世界上受人尊重，其实是个无用的废物，又何止偶像一端？凡是无用而受人尊重的，都是废物，都算是偶像，都应该破坏。

世界上真实有用的东西，自然应该尊重，应该崇拜；倘若本来是件无用的东西，只因人人尊重他，崇拜他，才算得有用，这样骗人的偶像倘不破坏，岂不叫人永远上当么？

泥塑木雕的偶像，本来是件无用的东西，只因有人尊重他，崇拜他，对他烧香磕头，说他灵验，于是乡愚无知的人，迷信这人造的偶像真有赏善罚恶之权，认为这偶像很有用。但是这不过是迷信的人自己骗自己，非是偶像自身真有什么能力。这种偶像倘不破坏，人间将永远只有迷信，没有真实合理的信仰！

① 出自宋代黄庭坚《登快阁》，原诗为：落木千山天远大，澄江一道月分明。朱弦已为佳人绝，青眼聊因美酒横。万里归船弄长笛，此心吾与白鸥盟。

② 陈独秀（1879年10月9日—1942年5月27日），新文化运动的主要倡导者之一，中国共产党的创建者之一和早期最主要的领导人。

天地间鬼神的存在,倘不能确实证明,一切宗教都是一种骗人的偶像:阿弥陀佛是骗人的;耶和华上帝也是骗人的;玉皇大帝也是骗人的;一切宗教家所尊重的、崇拜的神佛仙鬼,都是无用的、骗人的偶像,都应该破坏。

古代蒙昧初开的民族,迷信君主是天的儿子,是神的替身,尊重他,崇拜他,以为他的本领与众不同,只有他才能统一国土。其实君主也是一种偶像,他本身并没有什么神圣出奇的作用,全靠众人迷信他,尊崇他,才能够号令全国,称做元首,一旦亡了国,像清朝皇帝溥仪^①,俄罗斯皇帝尼古拉二世^②,比寻常人还要可怜。这等亡国的君主,好像一座泥塑木雕的偶像,还有什么神奇出众的地方呢?但是这等偶像,未经破坏以前,却很有些作怪,请看中外史书,这等偶像害人的事还算少么!事到如今,这等不但骗人而且害人的偶像,已被我们看穿,还不应该破坏么?

国家是个什么?照政治学家的解释,越解释越叫人胡涂。我老实说一句,国家也是一种偶像。一个国家,乃是一种或数种人民集合起来,占据一块土地,假定的名称;若除去人民,单剩一块土地,便不见国家在那里,便不知国家是什么。可见国家也不过是一种骗人的偶像,他本身亦无什么真实能力。现在的人所以要保存这种偶像的缘故,不过是藉此对内拥护贵族财主的权

① 爱新觉罗·溥仪(1906年2月7日—1967年10月17日),是清朝最后一位皇帝,即清逊帝。爱新觉罗氏,名溥仪,在位时年号“宣统”,又称宣统帝。

② 尼古拉·亚历山德罗维奇(1868年5月18日—1918年7月17日),俄罗斯帝国皇帝,在位时间1894年—1917年。

利,对外侵害弱国小国的权利罢了。世界上有了什么国家,才有什么国际竞争;现在欧洲的战争,杀人如麻,就是这种偶像在那里作怪。我想各国的人民若是渐渐都明白世界大同的真理,和真正和平的幸福,这种偶像就自然毫无用处了。但是世界上多数的人,若不明白这是一种偶像,而且不明白这种偶像的害处,那大同和平的光明,恐怕不会照亮我们的心灵。

世界上男子所受的一切勋位荣典,和我们中国女子的节孝牌坊,也算是一种偶像;因为功业无论大小,都有一个相当的纪念在人心目中;节孝必出于自身主观的、自动的行为,方有价值;若出于客观的、被动的虚荣心,便和崇拜偶像一样了。虚荣心伪道德的坏处,较之不道德尤甚;这种虚伪的偶像倘不破坏,却是真功业、真道德的大障碍。

破坏!破坏偶像!破坏虚伪的偶像!吾人信仰,当以真实的、合理的为标准;宗教上,政治上,道德上,自古相传的虚荣,欺人不合理的信仰,都算是偶像,都应该破坏!此等虚伪的偶像倘不破坏,宇宙间实在的真理和吾人心坎儿里彻底的信仰永远不能合一!

摘自袁伟时:《告别中世纪:五四运动文献选粹与解读》,
广东人民出版社,2004年版,549页。

点评:

五四运动时期,陈独秀就独树一帜地提出了打倒一切虚妄偶像的口号,他的这种呼吁虽然离不开反封建的时代大背景,但同时也为我们指出,偶像的形象并不是高高在上的神明,而是可以有情有义、丰富多彩的。

3. 偶像的分类

在现代社会,偶像可以被划分为生产型偶像与消费型偶像^①。所谓生产型偶像,是指那些对人类有杰出贡献的人物,他们为人类社会创造出了大量的物质和精神财富,并且依靠个人高尚的品德和崇高的境界推动了整个社会时代风气的发展。一般而言,生产型偶像往往是一个社会价值和理想的体现。具体来说,古今中外那些著名的政治家、科学家、思想家、文学家、军事家、企业家、外交家、楷模人物等等均可归为生产型偶像。人们钦佩、崇拜他们,多以他们的生平作为立志的方向,以他们的业绩作为自己前进的参照。“虽不能至,心向往之”。当人们面对人生道路上的曲折和各种困难时,这些偶像往往能给他们力量,给他们信心,激励他们振奋起来勇往直前。消费型偶像是消费型文化、快餐文化的产物,相比于生产型偶像,它更注重外在的形式,是一种时髦的追求,如歌星、影星、体育明星等等。英俊潇洒、美丽大方是他们的特征。在

^① 谢宏忠:《偶像崇拜与青少年社会化》,《青年研究》,2001年第6期,20—22页。

信息时代,消费型偶像们借助全方位的商业包装和无孔不入的广告宣传,透过现代传媒的强大力量,在大众文化的浓重氛围中,因其重感官满足与快速简化而赢得大量的崇拜者。人们对这些偶像的追随往往停留在感性认识或物的层面,如服装、发型、语言、语调、词汇、神态、容貌、动作等。消费型偶像一般生命力不强,只能是“江山代有才人出,各领风骚若干年”。

除此之外,我曾经提出将青少年心目中的偶像区分为明星偶像与杰出人物偶像。明星偶像(star idols)主要包括“三星人物”,即世界各地的歌星、影星和体坛明星。作为偶像,他们通常具有年轻貌美、个性突出、充满青春活力、相当富有甚至反叛性强等特点,并多以个人的流行性、青春性和情感性等特征吸引年轻人加以崇拜。明星偶像的“星味”会给青少年的精神世界带来极大的向往、幻想和虚荣满足,但也可使某些青少年沉湎于对这些明星的追逐和依恋当中,不思进取。

另一方面,明星偶像的出现与商业包装和推销密切相关,其包装形象往往完美于其真实形象。较之消费型偶像的概念,明星偶像是更能涵盖那些充满流行性、青春性和名利性特征的偶像人物。杰出人物偶像(luminary idols)则通常包括政界、学界、文艺界、商界等领域的外名人。杰出人物之提法由美国著名心理学家西蒙顿(Simonton)在其对创新代表人物及天才人物的研究归纳中一再使用^①。较

① Simonton, D. K. (1992). The social context of career success and course for 2026 scientists and inventors. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 452—463.

之明星偶像,杰出人物偶像主要靠其个人的气质、成就和人格魅力来吸引青少年。作为偶像,他们不需要传媒的刻意包装和炒作,而是通过知识的传授和其社会影响力而自然走近青少年的。崇拜杰出人物偶像会促进青少年确立自我奋斗的目标和方向。而使用杰出人物偶像一词,也较使用生产型偶像更易为人们所理解和接受。

图表 1.1 青少年四种偶像与榜样人物示意图

名人类		非名人类
纯偶像		偶像型榜样
理想化-浪漫化-绝对化	(远离青少年的著名歌星、影星和体坛明星)	(青少年身边那些具有明星气质或被赋予明星气质的平常人)
榜样型偶像		纯榜样
现实化-理性化-相对化	(远离青少年的为社会所熟知的各行各业的成功或杰出人士)	(青少年身边可直接亲近和模仿的亲朋好友)

在我对青少年偶像崇拜长期的研究过程中,也根据青少年对偶像与榜样人物崇拜程度的异同,将其分为四类,分别为(见图表 1.1):“纯偶像”、“榜样型偶像”、“偶像型榜样”、“纯榜样”。

纯偶像(pure idol)通常包括那些理想化-浪漫化-绝对化的名人,如港台的王菲、Twins、S. H. E、周杰伦、蔡依林之类的歌星,美国的麦克·杰克逊、麦当娜、里昂纳多、乔丹之类的歌星、影星和体育明星等人物。作为偶像人物,他们可给青少年的精神世界带来极大的向往、幻想和虚荣满足,但也可使某些青少年沉湎于对这

些明星的追逐和依恋当中,不思进取。

榜样型偶像(model-like idol)通常包括那些现实化-理性化-相对化的名人,如像毛泽东、周恩来、邓小平、牛顿、爱因斯坦、达·芬奇、李嘉诚、鲁迅、雷锋之类的著名政治家、科学家、文学家、艺术家、企业家和公众模范人物等。作为偶像人物,他们只是为社会所熟知的成功或杰出人士,通常不会给青少年带来浪漫化或理想化的幻想,而会促进青少年的志向确立和自我奋斗。较之纯偶像,他们多不需要刻意的商业包装和宣传,而是以其特殊的气质和成就来感召他人。

偶像型榜样(idol-like model)通常包括那些具有一定名人气质和影响力的非名人,如那些深受青少年喜爱和尊重的同窗相好、长辈朋友等。作为榜样人物,他们虽然不具有社会名人的名气和感召力,却胜在贴近青少年,可随时给他们提供帮助和指导,促进其个性成长。而作为非名人,他们最大的特点是,就生活在青少年身边,可与之直接交流思想。而在青少年心目当中,他们可能是真正的人生偶像和动力源泉,但其实际价值也可能被夸大、神化甚至浪漫化。在一定程度上,眼下走红的超女们都属于这一类。

纯榜样(pure model)通常包括青少年身边的人物,如父母教师、兄弟姐妹、同窗好友、邻居街坊等人物。作为榜样人物,他们可能平凡无比,与青少年相差无多,但他们却能在生活的具体方面实实在在地引导青少年成长,并赢得他们的尊重和信任。事实上,在我的一系列研究中均发现,无论是香港的大学生还是内地的大学

生,都将父母、教师摆在最受钦佩人物之列,这绝非偶然。它说明,纯榜样人物对青少年的成长仍起重大作用。

划分上述之四类偶像和榜样人物,不但可以使我们进一步区分偶像和榜样之间的概念差异,也可使我们更好地了解青少年偶像和榜样选择中的广泛空间,以促使我们更好地帮助他们选择,认同其生活中的关键人物。在这层意义上讲,本划分的意义在于使人们认识到:偶像和榜样不是截然划分的,他们之间存在着一个极为广泛的缓冲区域,若能使青少年看到这一点,则其生活中值得敬佩和认同的人物将会大大增加。

偶像探视 3 现代偶像代表人物李宇春

中国的影像工业造星乏术。尽管有若干影星占据银幕,也有少数摇滚歌手可以炒热体育场,但却鲜有电视荧屏上的面孔能够真正出位的。即便是在国家娱乐活动及电视晚会的歌唱环节中,也总是看见一些换汤不换药的女子、沙哑的男低音和貌似愉悦的跟班,在军衔和铜制五星的簇拥下高歌红旗颂。



而这也正解释了为什么一个名叫李宇春的 21 岁四川女生会成为全国最受欢迎的流行偶像。2005 年 8 月,李宇春在湖南

卫视那档类似“美国偶像”的歌唱比赛中胜出，并赢得了她独一无二的称号：“蒙牛酸酸乳超级女声”（电视节目的赞助商是做酸酸乳的）。这个节目吸引到了中国电视史上最大的观众群。当比赛日趋白热化时，媒体就像面对一场战争或是辛普森案那样对比赛进行了频繁报道。在总决赛中，约有 4 亿人收看了电视直播。

被李宇春的狂热歌迷们追捧的歌声是经不起推敲的——那只是种漂移在雪儿（Cher）和你还没上初中的小弟弟之间的音色。而作为一名舞者，她也强不到哪里去。超女评委黑楠在接受《广州日报》采访时说：“她是六强中唱功最差的”，但是请注意，她依然赢得了最多的观众选票。

实际上，李宇春现象早已超越了她的歌声。李宇春所拥有的，是态度、创意和颠覆了中国传统审美观的中性风格。在那个从 15 万人中选出 15 人的预赛阶段，李宇春身着宽松的牛仔褲与黑色带扣衬衫，素面朝天并带着戴维·鲍伊（David Bowie）在演唱《太空星尘（Space Oddity，1969 年发行，译者注）》时的发型和体型登台亮相，演唱了台湾男歌星刘文正的著名老歌《我的心里只有你没有她》。海选过后，李宇春又演唱了许多为男歌手创作的歌曲并说自己“像男生”。对教条的不屑一顾引来超乎意料的反响，每当李宇春登台亮相，她的“粉丝”们总会泪洒现场或是惊声尖叫。

李宇春的胜利在很多其他方面都显得与众不同：类似“美国偶像”——而非中国现状——“超级女声”以一个民主的方式运

作。800 万短信投票划过决赛当晚的夜空。此后数周,大陆媒体围绕着这种节目模式展开了争论。“只有打破常态的东西才会引起如此大的反响”,人民大学新闻学院教授喻国明在接受《新京报》采访时说,“但毕竟中国能够实际地完全用投票的方式进行选择,机会是比较少的”。《China Daily》的社论发问:“为什么一个模拟民主的比赛机制却选出了唱功最差的歌手呢?”当李宇春准备和其他“超级女声”展开全国巡演的时候,她的经纪人并不愿意在政治层面上谈论这社论、电视节目和李宇春的胜出。湖南卫视拒绝了《时代》周刊的采访,也不允许对李宇春进行拍照。经纪公司非常担心这篇报道会给李宇春扣上艺人以外的帽子。但是,李宇春确实拥有更多含义:她代表了张扬的个性,这就是她成为全国偶像的原因。

来源:《时代周刊亚洲版》2005 年 10 月 10 日

点评:

“忽如一夜春风来”,偶像崇拜成为这个时代最有活力的娱乐方式。人们在为自己的偶像人物撕心裂肺地呐喊的同时,却忽略了一个最基本的要素,即这些偶像代表着一种工业、一种社会现象。然而必须承认的是,对偶像的崇拜也代表着一种态度、一种立场,以及一种投入的快乐。在这一过程中,无论是何种类型的偶像,他们所征服的,是数以万计需要心理认同和情感依恋的人们。

4. 偶像的变迁

偶像的变迁,不仅反映出人们思想行为的变化,也折射出社会时代的变迁。

中国社会,从来就不缺少偶像。在“五四”之前,有孔子等儒家文化代表人物的圣人偶像,也有苏东坡、韩愈等文学代表人物的文人偶像。比如,韩愈在潮州任刺史的短短八个月内,得到了潮州仕宦们乃至潮州百姓们的爱戴和颂扬,形成了“八月居潮万古名”的佳话。这绝不是虚妄的、无中生有的,其中一个重要因素是,韩愈“有爱在民”,他的许多深得民心的主张,并不只是停留在口头或诗章里,他是身体力行,力创政绩的。另外,在当时“名以文传”社会大环境中,韩愈的文采更是赢得了读书人广泛的信仰,有“昌黎公,圣人之徒欤。其文高出,与古之遗文不相上下”(《昌黎文录》)的说法。

偶像崇拜 1 :千古风流苏东坡

偶像崇拜自古有之,北宋苏东坡就是一个典型的代表。苏东坡作词与辛弃疾并为双绝;书法则和黄庭坚、米芾、蔡京并称苏黄米蔡;在烹调艺术上,他也有相当的造诣。在当时,苏东坡

为人风流,雅擅琴棋书画,上至太皇太后,下至青楼歌妓都是他的追星族,许多文人甚至仿戴他的帽子。他戴的帽子特别高,顶上窄窄向前弯,一时成为北宋的时尚流行标志,后来成为著名的“子瞻帽”。学者章元弼很崇拜苏东坡,他相貌平凡,却娶了一个美貌的妻子。婚后太太发现章元弼整夜读苏东坡的诗,不爱理她,最后实在忍无可忍,就对章元弼提出离婚,因为章元弼爱苏东坡甚于爱他的妻子。黄州太守徐大受、武昌太守朱寿昌,也是对苏东坡佩服得五体投地的人。

再一个是追随苏东坡二十年的马梦得(字正卿),始终陪伴在苏东坡身边,而且非常忠实可靠。苏东坡曾在诗里叹息:“可怜马生痴,至今夸我贤”^①。在他的崇拜者中,学习厨艺的也大有人在。王小波在《苏东坡和东坡》一文中提到,古时有个书生,自称是苏东坡的崇拜者。有人问他:你是喜欢苏东坡的诗词呢?还是喜欢他的书法?书生答道:“都不是的。我喜欢吃东坡肉,东坡肉炖得很烂,肥而不腻,的确很好吃。”

从“五四”到80年代,偶像开始以平均每十年出一两个典型的频率,或被主观树立,或被客观追捧,中国人的崇拜从过去的圣人崇拜、文人崇拜开始转变方向。在这四五十年中,从社会道德的楷模到个人爱慕的对象,从学习其精神到模仿其造型,从全民崇拜到

^① 林语堂:《苏东坡传》,张振玉译,百花文艺出版社,2000年版,206—208页。

一盘散沙,偶像从神坛跌落到了人间,也在某种意义上从精神落实到了实际。但无论如何,偶像都是这样的一群人:他们广为人知,并成为许多人效仿的对象,他们的某种特质曾经或正在影响着这个社会的无数人,人们以疯狂或理性的方式喜爱、学习、怀念他们。偶像伴随着一代代的人成长,上世纪六七十年代的雷锋、陈景润、邓丽君,80年代的张海迪、老山英雄、北岛、三毛……这些名字已经成为不同时代难以磨灭的记忆。回顾中国社会近半个世纪以来偶像的变迁,我们能够看到其中所折射的时代文化的巨大变化。

60年代英雄辈出的激情岁月

20世纪60年代,共和国早期的社会主义建设时期,决定了这将是一个以革命英雄主义精神为号召的偶像年代。艰苦朴素、舍己为人、自力更生、献身国家是这一时期偶像的共同特征,突出反映了中国早期建设者共同的优秀品质。雷锋、保尔·柯察金、“铁人”王进喜、焦裕禄等人是这一时期偶像的代表。他们身上无私奉献、为国家牺牲小我、艰苦奋斗的精神感动了几代人,成为几代中国人学习的榜样,并成为那个历史时代的标志。

这个时期也是偶像的“黄金时代”,每一个偶像的出现都会造成全民性的影响,其普及程度是后来的偶像们所不能企及的。它的盛况达到了这样的地步:全国人民都在“雷锋精神”、“铁人精神”的感召下投身国家建设的洪流,年轻人都以研读《雷锋日记》、《钢铁是怎样炼成的》为自豪。

雷锋^①

近半个世纪前牺牲的一个普通士兵,作为一种精神或信仰的代名词已影响了整个中国达几十年之久。



1963年3月5日,毛主席亲笔题词,号召“向雷锋同志学习”。从此,雷锋成为整整几代人的学习榜样。直到今天,每年的3月都是“学雷锋月”,佩戴红领巾的少先队员们会唱着《学习雷锋好榜样》,以各种行动去追寻雷锋的足迹。

究竟什么是雷锋精神?在后来的雷锋教育中,雷锋精神已经被简化为一种无私奉献、助人为乐的代表性符号,学习雷锋也就是意味着帮助他人,“做好事”。实际上雷锋在当时的含义并不止这些,他被誉为“毛主席的好战士”,是一位把国家利益视为最高利益的人。“对待同志要像春天般温暖,对待工作要像夏天一样火热,对待个人主义要像秋风扫落叶一样,对待敌人要像严冬一样残酷无情”。爱憎分明、立场坚定、公而忘私、艰苦朴素,这都是在当时最受称赞的道德品质。

^① 雷锋(1940年—1962年),自60年代以来成为全国人民的榜样。

偶像崇拜 2 雷锋精神永不过时

日前,广州市穗港澳青少年研究所就“你心目中的偶像”等问题,对居住广州的近千名 12—25 岁的青少年进行一项调查。数据显示,“雷锋等楷模人物”仅列第五位,雷锋这样一位在 20 世纪六七十年代家喻户晓的人物,在当今广州青年的心目中地位并不高。研究人员与那些出生在 20 世纪 80 年代以后的“新人类”谈论雷锋时,有些年轻人甚至反问:“雷锋是谁?”对于这种情况,研究人员认为其实并不是很荒唐和过分,不值得大惊小怪。

该研究机构曾在去年对 1 206 名 14—35 岁的广州青少年进行了一次调查,近 9 成的青年对青年志愿者行动持肯定的态度;近 6 成的青年表示自己参加过青年志愿者工作;67.4%的青年表示“希望有更多机会参与志愿工作”。这显示雷锋其实没有过时,正与时俱进,在青少年心目中发挥着积极的影响。

来源:《信息时报》,2003 年 3 月 5 日《雷锋魅力远超谢霆锋》

保尔·柯察金^①(Pavel Korchagin)

对于 40 岁以上的人来说,保尔是他们青少年时期心目中熠熠生辉的偶像。

^① 保尔·柯察金,小说《钢铁是怎样炼成的》中的主人公,激励一代人的榜样偶像。

“人最宝贵的是生命,这生命属于我们只有一次。一个人的一生应当这样度过:当他回首往事的时候,不因虚度年华而悔恨,也



不因碌碌无为而羞愧。这样,在临终的时候,他就可以说,我的整个生命和全部精力都已经献给了世界上最壮丽的事业——为全人类的解放而斗争。”——这段名言曾经被印在小学语文课本中,被当年的青年人记在日记中,抄在小本子上,在无数的发言稿中激动地反复引用。

小说《钢铁是怎样炼成的》(How the Steel Was Tempered)自1952年被介绍到中国后,从1952年至1995年的44年间,共印刷出版57次,发行250多万册。根据小说改编的电影在中国上映时也像小说一样轰动一时。保尔手握铁锹、头戴布琼尼军帽、大衣被风吹起的形象被无数的青年人狂爱,那种狂热劲不亚于今天的追星族。保尔坚强的意志,保尔与冬妮娅小布尔乔亚式的恋情也曾成为当时青年人渴求的时尚。

70年代 精神解放后的饥渴选择

20世纪70年代末期是一个孕育着变化的时期,一些新的气

象悄悄出现。一是整个社会萌生了对科学的崇敬。刚经过“文革”浩劫的中国,科学技术、文化教育都处于百业凋敝的可悲境地。在这样的情况下,摘取“数学皇冠上的明珠”的陈景润就成为国人民族振兴愿望的一个投射对象。一篇《哥德巴赫猜想》激发了全国人民尤其是年轻人对于科学的无比热情。

另一个新鲜的面孔就是来自台湾的邓丽君。她的歌曾在很长一段时间里被斥为“靡靡之音”,但这丝毫没有影响年轻人对她的喜爱。她的歌曲因为对个人情感的细腻表达而赢得了青睐。她差不多是大陆第一个完全来自民间的、非官方确立的娱乐偶像。

严格来讲,陈景润和邓丽君的影响都是起自 70 年代末,但贯穿了整个 80 年代。除此之外,70 年代还有一个备受崇拜的偶像是杨子荣。这个由电影和样板戏塑造出来的高大的英雄人物,在当时是许多年轻人心目中的偶像。

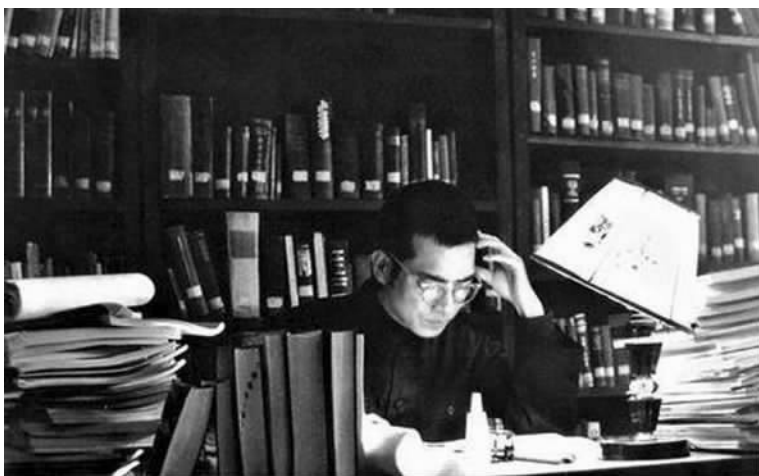
陈景润^①

1978 年,邓小平首次提出“科学技术也是生产力”。同一年,《人民日报》、《光明日报》同时转载了《人民文学》上的报告文学——徐迟的《哥德巴赫猜想》。这篇文章使数亿普通百姓知道了“自然科学的皇后是数学;数学的皇冠是数论;哥德巴赫猜想,则是皇冠上的明珠”,也知道了陈景润是全世界离那颗明珠最近的人。

^① 陈景润(1933 年—1996 年),攻克哥德巴赫猜想的中国著名数学家。

这篇文章迅速唤起了中国人的科学意识,也使这一“猜想”成为当代中国最出名的一道数学题。世界著名的数学难题“哥德巴赫猜想”中的 $(1+2)$ 被攻克,取得国际领先的成果。这一成果在国际上被誉为“陈氏定理”,受到广泛引用。

“哥德巴赫猜想”这个枯燥的术语随着陈景润的故事成为青年人精神的巅峰,陈景润成为七八十年代年轻人最崇敬的人物之一,“向科学进军”也成为那个时代最鼓舞人心的口号。它所造成的影响之一,是后来的许多孩子在被问到“长大后做什么时”都会铿锵有力地回答“当科学家”。



刻苦钻研中的陈景润

陈景润身上所表现出的对于科学的投入、执著、严谨以及爱国主义的激情,使经历了“文革”动荡的国人深受感染,更深刻地感受

到了科学的价值和魅力。在偶像的感召下,许多年轻人怀着科技报国的激情,投身科学研究的领域。

邓丽君^①

有一种说法是“凡有华人处,便有人能吟唱邓丽君的歌”。这或许是一种夸张,但邓丽君的《甜蜜蜜》、《月亮代表我的心》、《恰似你的温柔》、《小城故事》等许多脍炙人口的歌曲,却几乎可以说无人不知,无人不晓。

在 20 世纪 70 年代末、80 年代初的时候,邓丽君的歌曲是一种具有颠覆效果的符号。她那清甜圆润、缠绵柔情的歌声,让大陆听惯了激昂高亢的革命歌曲的年轻人耳目一新。长期



以来,整个社会的歌曲都是以表达集体主义、革命主义情感为要义的;人们是第一次从邓丽君那里知道,还有这种可以倾诉个人情感、带着微微颓废和忧伤的旋律存在。温柔与忆旧,是很多人生命情调中不可缺少的部分。

以邓丽君为代表的港台流行歌曲迎合了当时人们对于集体主

^① 邓丽君(1953 年—1995 年),80 年代最负盛名的歌手。

义的厌倦,以及对个体生活的向往,从而迅速在年轻人当中广泛流传。在当时酝酿着变革的时代,在新与旧的矛盾冲突中,邓丽君的歌曲算得上是一个带有变革色彩的符号。

邓丽君也可称是大陆最早的娱乐偶像,这表现在年轻人对于其装扮的模仿上。当年轻的女孩还穿着“文革”年代千篇一律的绿军装,留着妹妹头的时候,邓丽君的一头卷发、鲜艳的衣裙必定产生巨大的影响力。

80年代:从单一走向多元

进入20世纪80年代后,偶像可以清晰地分为两种类别:一种是传统的社会道德楷模。他们当中有身残志坚的“中国保尔”张海迪,救火牺牲的少年英雄赖宁^①。这些偶像,以他们无私无畏的奉献精神继续成为大众景仰和学习的对象。另一类偶像则是在各行各业取得辉煌成就的成功人士。在体育界,中国女排以“五连冠”为中国人找回了自信和骄傲,成为万众仰慕的焦点;在文学界,顾城、北岛、舒婷等诗人成为无数文学青年心目中的英雄。同时,来自港台的金庸、三毛、琼瑶也在内地产生了一大批“迷”和跟随者。

^① 赖宁(1974年—1988年3月13日),四川省雅安市石棉县人。1988年3月13日,石棉县海子山突然发生山林火灾,他主动加入了扑火队伍,不幸牺牲。1988年5月,共青团中央、国家教委做出决定,授予赖宁“英雄少年”的称号,号召全国各族少年向赖宁学习。

港台娱乐明星也在这一时期大量涌入内地,使国人形成了早期的明星崇拜:1983年香港无线的《射雕英雄传》让国人记住了那个惟妙惟肖的黄蓉——翁美玲;一部《上海滩》奠定了周润发的天王地位;日本的《血疑》带来了山口百惠。这个时期的港台歌星则有 BEYOND、张雨生、费翔以及以一曲《我的中国心》传唱大江南北的张明敏等等。

与六七十年代相比,80年代的“偶像”概念更加宽泛:它超出了传统学习型偶像的范围,增加了爱慕型的偶像。还有一种说法是,过去的英雄人物是生产型偶像,而现在出现了消费型的偶像——娱乐明星。另外一个特征是,偶像的作用不再像昔日那样一呼百应,全民崇拜。从这一时期开始,偶像已经走向多元化。

80年代是一个复苏的时代,青年们要回到城市,从头开始,他们需要奋斗精神的鼓舞。战无不胜的中国女排顽强拼搏的精神,以及张海迪身残志坚的精神发挥了巨大的作用,很多人就是在她们的精神鼓舞下走上了自己的奋斗道路。

张海迪^①

这一段时期,张海迪这个光辉的名字,在神州大地上到处传扬。这位三分之二躯体失去知觉而不向命运屈服的姑娘,这位“即使跌倒一百次,也要一百零一次地爬起来”的勇士,这位以缩短自

^① 张海迪(1955年9月—),中国残疾人联合会副主席。被誉为“中国的保尔”。



己的生命来延续他人生命的时代楷模，感动了整个社会的人心。

被誉为“中国保尔”的张海迪，从五岁起高位截瘫，胸以下都失去了知觉，但几十年来，她学医救人、写小说、画油画、拍电视、唱歌、读硕士……一系列常人都无法做到的事情，张海迪做到了。聪慧的头脑，灿烂的笑容，坚

韧与激情——正是张海迪不甘心命运的摆布，在逆境中崛起的精神，深深地打动了一代代的青年，并成为他们战胜逆境的激励力量。

张海迪在人生道路上所遇到的升学、就业、理想、前途等困难和矛盾，正是许许多多青年人所真实面临着的。因此张海迪作为偶像有着巨大的社会意义，她鼓舞了整整几代中国青年去努力、去奋斗，去战胜困境。

在娱乐明星充斥的今天，张海迪已被不少年轻人遗忘。但张海迪的精神无疑是具有永恒的启示作用和榜样价值的，因为她探索了人类反抗困苦命运所能达到的限度。如果说苦难是人类面临的永恒主题，那么张海迪精神所代表的就是人类在陷入困境时最有力的自我救赎之道。

中国女排

从 1981 年到 1986 年,中国女排创下的世界排球史上第一个“五连冠”,成为整个 80 年代中国社会奋斗激情的集中体现,崇高而朴实的“女排精神”激荡了整整一代人的灵魂。“学习女排、振兴中华”成为口号,在全社会掀起了一股学习中国女排的热潮。

女排精神可以概括为“拼搏”二字。袁伟民一以贯之强调的永不言败的女排精神,铸就了一代运动员打球做人的典范。从亚洲第三到五连冠,女排所贯彻的那种任何时候都不遗余力、兢兢业业,任何时候都一往无前的精神,成为战无不胜的法宝。



中国女排在 1981 年 11 月首次夺得世界女子排球锦标赛冠军,不仅是其后的五连冠的良好开端,更重要的是开创了中国人奋斗精神的新纪元

在中国刚刚开始试探着向世界打开国门的时刻,在中国人陡然意识到自己与世界的差距而变得有些失落和彷徨时,女排的奋力拼搏和辉煌成就,向世界宣告了中华民族崛起的信心和能力。实力、拼搏、一往无前、永不言败,这让众多中国人猛然醒悟:原来我们也可以这样去追赶别人、超越别人。在当时,女排精神已经成为一个熠熠生辉的符号,它带给国人的精神激励和示范效应已远远超越了体育范畴,成为全民族的精神财富。

朦胧诗人^①

“卑鄙是卑鄙者的通行证,高尚是高尚者的墓志铭”、“黑夜给了我黑色的眼睛,我却用它寻找光明”……当年朦胧诗人的诗歌名篇像荒原上的野火,在青年学子们中间席卷而过。他们以深邃的反思和痛彻心肺的呐喊道出了一个时代的精神,也点燃了无数青年心中的文学圣火。

朦胧诗与当年的新诗潮运动,在青年人当中的影响,已经超出了诗歌与文学的领域,它从形式和所表达的思想内容上都冲破了旧有的传统,以一种全新的探索,起到了思想启蒙的作用。当时朦胧诗派的年轻诗人群体,北岛、舒婷、顾城、杨炼、江河……成为80年代思想文化复兴时期的年轻人心目中的偶像。

^① 朦胧诗人,80年代出现的一股诗歌潮流,力求表达对人的价值的独特理解,影响了80年代的文学思潮。

20 世纪 80 年代是一个充满迷惘的年代。刚刚从“十年浩劫”中走出来的国人,不知道前方的道路究竟在哪里。于是,人们选择了文学。通过文学,人们反思过去的深重灾难,探求未来的光明道路。朦胧诗派、伤痕文学、反思文学……整整一代人在文学中寻求答案,“文学青年”成为一个最骄傲和时髦的词汇。他们在文学中倾诉忧伤、抚慰伤口;也在文学中重新探求人性的真、善、美,寻找民族与国家振兴的希望。那是一个“文学”二字重逾千金的年代。

崔健^①

1986 年,在北京工人体育馆,当他穿一件长褂子,身背一把破吉他,两裤脚一高一低地蹦上舞台时,台下的观众还不明白发生了什么事情。音乐起处,崔健唱出了“我曾经问个不休/你何时跟我走……”时,台下变得静悄悄。十分钟后歌曲结束时,在热烈的欢呼和掌声中,中国第一位摇滚歌星诞生了。

这个场景在多年后仍然为人所津津乐道。被誉为“中国摇滚第一人”、“摇滚教父”的崔健,从此开始了中国的摇滚长征。《新长征路上的摇滚》、《解决》、《红旗下的蛋》等一系列作品使国人接受了摇滚精神的最初洗礼,表达了一种极端个性与独立的文化反叛,崔健成为一代青年的精神偶像。

① 崔健(1961 年—),朝鲜族,中国大陆摇滚乐开山之人,有“中国摇滚教父”之称,成名曲为 1986 年的《一无所有》。



1986年5月9日,崔健首演《一无所有》。他后来被誉为中国摇滚第一人,越来越多的年轻人认识了崔健和摇滚歌曲的力量,《一无所有》也成为中国摇滚乐的开山之作。

现在看来,《一无所有》里表达的情绪恰恰吻合了那个时代人们的心态——那是一个新旧交替的时代,旧的观念正被一步步打破,而新的观念和价值体系尚未建立,那代人的精神好像被洗劫一空,“一无所有”是20世纪80年代青年茫然无助的最好写照。崔健的音乐和歌曲唱出了在急速变化的政治、经济、社会环境下成长的年轻一代的彷徨,对真实和人性解放的渴望。

90年代 流行时代的文化符号

从20世纪80年代起到90年代末,随着市场经济的开放和国门的慢慢打开,社会元素由同质单一性向异质多样性转型,人们对偶像的选择也由过去的被动接受向自主追求转变。这一时期每个偶像持续的时间越来越短,往往是“各领风骚两三年”,变换

非常迅速。

在这一过程中,中国人的崇拜开始向三个方面发展。一是个体户崇拜,90年代风起云涌的“下海”浪潮,煽动起大众“全民皆商”的热情。个体户的自由经济人身份,以及经济上的独立地位,受到青年们的羡慕;二是大款崇拜,这种崇拜体现了个人希冀通过奋斗而获得社会地位与良好物质生活的愿望,带有明显功利的倾向,因而更多的还是一种羡慕的色彩;三是港台明星崇拜,港台电视剧和歌曲在娱乐生活尚显匮乏的大陆,引发了“追星”的潮流。在满足了物质生活的需求之后,世俗化、大众化的文化消费取代了过去有思想深度的文化形式。青少年的偶像主要是来自港台的娱乐明星,张国荣、梅艳芳、王菲、周杰伦、四大天王、F4等等,娱乐明星通过各种媒体占据了青少年的眼球和感官。

另一种趋向则是对“实用型”偶像的崇拜。在今天的青少年中,说自己崇拜比尔·盖茨的人比比皆是。在实用主义泛滥的20世纪90年代,对于成功、财富的向往使一大批知识英雄、企业家成为青年的新偶像。

罗大佑^①

准确地说,罗大佑在20世纪80年代后期已经进入大陆青年

^① 罗大佑(1954年—),台湾著名歌手、音乐创作家,对20世纪80年代后期到90年代初期校园歌曲及整个华语流行音乐风格转变有划时代的影响。

的视线,但绝大多数人是在 1990 年内地有了引进版之后才逐渐接触到罗大佑的。从《童年》、《光阴的故事》到《滚滚红尘》、《恋曲 1990》……二十多年中,罗大佑用他的独立和冷静记录下这个时代的脉络,被尊为“流行音乐教父”。

一袭黑衣、遮住半个脸的墨镜和一头长长的鬚发,是罗大佑最鲜明的外在形象。他早期最具批判色彩与人文精神的《之乎者也》、《青春舞曲》、《家》等作品,使他在一夕之间成为年轻人心目中的叛逆偶像,留下了“愤怒青年”的形象。



“流行音乐教父”罗大佑,他的歌感染了无数年轻人。

而 20 世纪 90 年代正是罗大佑的情歌时代,《恋曲 1990》、《光阴的故事》、《明天会更好》、《穿过你的黑发我的手》在大学校园广

为传唱,感染了无数出生于 20 世纪六七十年代的年轻人。罗大佑的歌给人一种生命的认同感,他的愤怒、他的温柔,会让人感觉到都在自己的生活当中发现过,深深地感受过。它让人抒情,也发人深省,听罗大佑的歌,人们就像在迷茫而欢乐的灵魂深处听到了一个清醒而嘲弄的声音。他成为整整一代人心目中的青春印记。

周星驰^①

1997 年《大话西游》首次播出时,遭到了一片冷落。没有人能看懂其中乱七八糟的线索、无厘头的对话和表演。还在内地被评为当年的“十大最差引进片”之一。

而在 2000 年,这部被冷落了几年的片子通过网络传播、人际传播等方式率先在年轻人中传播开来,在全国的大学校园内迅速火热起来。大学生们彼此询问看过多少遍《大话西游》,并以使用《大话西游》的经典对白为乐:“你真是唐僧”,“曾经有一段真挚的感情摆在我的面前”……这些古怪的句子成为年轻人彼此认可身份的暗语,如同“天龙盖地虎”一般,如果你不懂,必然会产生被抛弃到时代洪流之外的恐慌。

周星驰或许不能称为偶像,因为他一直是一个“搞笑”的小人物角色,与传统的偶像形象相差太远。人们喜欢周星驰,是因为他

^① 周星驰(1962 年 6 月 22 日—,常被影迷称为周星星或星爷),是一位在华人社会有影响力的香港电影演员、导演,以无厘头演技而成名。

把世间的一切都可以拿来开玩笑,生活的种种尴尬和无奈在他的一句“我 Kao”声中消解。然而,在种种笑掉大牙的故事后面,他还表达了小人物的辛酸、真诚和无奈。

21 世纪草根偶像的呐喊

进入 2000 年以后,随着科技的不断发达,特别是网络的普及以及播客、博客的流行,整个文化的发展,特别是流行文化的发展已经由以前那种从上到下的传播方向被颠覆成了更加发散的模式,人类的偶像崇拜也因此发生了本质性的变化,偶像崇拜越来越成为人类自我意识的产物,也越来越变得情绪化、平民化和生活化,偶像崇拜的现代形式,更加凸显出多元化和个体化。内地学者周国文^①、戴锐指出^②,在现代青少年的社会生活中英雄榜样的地位逐渐弱化,明星偶像的作用凸现出来,单一化的榜样已经让位于多元化的偶像,并且更多地体现出了一种自由的意志。意识形态不可能再像以往那样以一种强迫的方式逼使大众接受,只能在竞争中通过自己独特的风格和魅力征服大众。过去意识形态的压力在当今社会已经通过大众文化逐步化解最终成为个人的事情。比如“超女崇拜”,你可以崇拜,也可以不崇拜,也可以对这类崇拜提出批评,你还可以今天崇拜这个,明天崇拜那个,不管你的选择如

① 周国文:《榜样与偶像的错位》,《福建教育学院学报》,2002 年第 4 期,5—8 页。

② 戴锐:《榜样教育的有效性科学化》,《教育研究》2002 年第 8 期,17—22 页。

何,都不会受到强制性的束缚。

同时,杨利伟、姚明、丁磊等新科偶像的出炉,也开始为这个新时代找寻一个关键词。杨利伟是得意的航天英雄,姚明是耀眼的体育巨星,丁磊是身家上亿的IT富翁。这些新科偶像,固然各有个性,例如邓亚萍的身上有着国人一贯欣赏的拼搏气质,但作为一个整体,他们共同凸显的时代关键词,是成功。相比于过去社会更强调挖掘成功背后的精神因素以及为集体争光的大我情怀,这一轮尊崇成功人士,显然更聚焦于个人成功本身。

另一方面,除了对成功的聚焦以外,因网络在社会生活中的普及和深入而迅速蹿红的一批“平民偶像”也越来越引起人们的关注。芙蓉姐姐、孔庆祥、后舍男孩成为这类偶像的代表人物。几乎每一个人都有着与生俱来的明星梦,互联网的发展使得明星梦得以通过“自助”的方式来完成,从而让“人人都能成为偶像”的说法在理论上变得可能。这其中的佼佼者通过网络的推动,而完成了一场麻雀变凤凰的神话。同时,属于同龄人的80后作家也成为年轻人心中新的偶像,韩寒、郭敬明等人成为文学领域的明星。

李宇春

李宇春的成名几乎是一夜之间。

整个2005年夏天中国最火爆的一个娱乐节目就是《超级女声》,简直把中国的电视荧屏搅翻了天,从节目的海选环节开始,无



2005 年超级女声比赛现场的李宇春

数的观众就毫不吝啬口水,为这个节目展开了争辩。据报道,这档节目有“15 人参赛,至少 54 万人参与票决,两亿多人收看”。当众多的媒体孜孜不倦地跟踪报道,众多的学者津津有味地研究探讨,众多的电视同行横眉冷对超女这强大的节目对手时,我们最可爱的粉丝们,因为获得了主动参与明星制造的快乐,还窝在那里不停地按动手机按键发短信,有的甚至走上街头给心爱的偶像拉选票。于是,李宇春,这位最后由上百万支持者投票选出的超女冠军,成为这个时代草根偶像最突出的代表人物,被演化为“大众音乐英雄”。

郭德纲

床前明月光，疑是地上霜，举头望明月，我叫郭德纲。



郭德纲，中国“草根”偶像的代表。

李宇春之后，草根偶像最火的代表就是会说相声的郭德纲。无论是各类媒体的热烈宣传，还是普罗大众聚会聊天，都把郭德纲说相声看作当前的一种现象，类似 2005 年引发狂热追崇的超女现象，他被人们称为“中国相声新偶像”。

观众喜欢他，是因为他的相声有生活气息，适合观众的口味，大众需要呼唤自己的相声大师。郭德纲为他们说相声满足了他们的需要。面对相声日渐失势的状况，郭德纲的出现无疑唤起了人们的新希望，那就是振兴相声艺术，弘扬传统文化。

易中天

2006 年全国的偶像，是厦门大学的教授易中天。他通过走

上中央电视台的《百家讲坛》讲汉代、品三国而一举成为了学术明星。他的《易中天品三国》首印 65 万册,成为 2006 年夏天图书市场最为畅销的书籍。

易中天有“麻辣教授”、“学术超男”的称号,他在讲述历史事件时喜爱采用现代的视角、通俗的语言从而受到观众热捧,如“诺,相当于现在的 OK。(讲汉朝人为何总说‘诺’)” ;“我被你雇用了,我是忠心耿耿给你谋划,如果我的主意你不听,byebye,我换一个老板(解释谋士的定义)”。

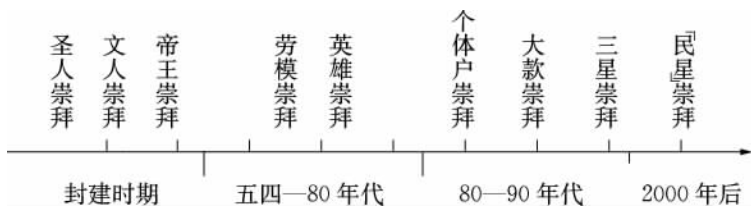
“易迷”大多是十几岁二十几岁的年轻人,这些年轻人是在“戏说”、“大话”的文化时尚中成长的,可以说他们喜欢易中天的话语方式,也可以说易中天采用了他们的话语方式。易中天说本来想做“平民学者”,不想却成了“大众情人”。



易中天(1947—),中国历史学家、作家和学者。2006 年易中天在中央电视台《百家讲坛》上品三国。

由此,偶像在中国历史上的整体发展趋势和变迁,可以通过图表 1.2 呈现:

图表 1.2 偶像崇拜在中国大陆发展的时间表



不是我不明白,这世界变化太快。

——崔健

偶像探视 4 孔子不如章子怡

在《新周刊》专题“如何‘贩卖’中国文化”中,北大教授张颐武在接受采访时称:

“现在都说 20 世纪全球文化输出中心是美国,一个很核心的问题就是 20 世纪是一个美国梦的时代……中国现在的经济增长也很好,这个高速成长也可以打造出一个中国梦,要创造出一套对中国梦的文化想象,章子怡就是。这个小姑娘小时候看电影肯定也觉得那些好莱坞明星都不可企及,但现在,所有的大明星都在电影节上跟她平起平坐,这些大明星们都对她说:‘你是未来之星。’这就是中国梦。世俗文化的能力是非常重要的,是一种低端、丰富的文化资源。传统文化的精髓要通过大众文



化的出口才能流传出去。”

“一个姚明，一个章子怡，比一万本孔子都有效果。《大长今》就是韩国把低端和高端的文化打通的一个好例子。所以，要像重视孔子一样重视章子怡，中国文化才会有未来。”

“孔子不是很伟大么，不是中国文化的代表么，章子怡也是中国人的代表啊，《新闻周刊》、《时代周刊》都拿她当封面来报道中国呢。既然如此我们也要尊重她，崇拜她，好歹中国人就这么一张脸让人家记住了。”

对此，孔子后人就很直率地指出，将章子怡和孔子相提并论进行比较这一行为本身就是对孔子和中国传统文化的不尊重，“章子怡代表的不是真正的中国文化，她只是一个中国符号”。章子怡在西方很受欢迎，“外国人喜欢她，是觉得她越来越符合西方人眼中的中国女性形象，但这种形象中包含有太多对中国文化的误读和曲解，实际上章子怡呈现给大家的并不是真正的中国文化和中国内涵”。

摘编自《重庆时报》，2006年5月11日

点评:

“孔子不如章子怡”,虽然不可避免地存在着媒体误读和夸大的嫌疑,但不可否认的是,随着时代的变迁,文化的缺失和消费主义的兴起,使得偶像发生急剧的变迁,过去被奉为圣人的孔子被张教授拿来和电影明星相比较,看似风马牛不相及,但他却触及了偶像崇拜现象的核心:在现在这个高科技、低人文的时代,青少年心中确实是孔子不如章子怡有影响。

5. 偶像变迁的原因

偶像变迁的背后,是一种被称之为文化力的东西作用的结果。这种文化力以现代传媒为载体,产生了所谓的“大众文化”。大众文化产生于现代文化时期,它是工业社会所产生的大众群体的文化伴生物。台湾学者杭之对大众文化曾做过这样的描述^①:“一种都市工业社会或大众消费社会的特殊产物,是大众消费社会中通过印刷媒介和电子媒介等大众传播媒介所承载、传递的文化产品,

^① 杭之:《一苇集》,三联书店,1991年版,141页。

其明显的特征是它主要是为了大众消费而制作出来的,因而它有着标准化和模拟个性化的特色。”如此,大众文化实质上是社会面貌的一种反映,同时也反作用于社会。

20 世纪五六十年代是英雄主义的年代,那一年代的英雄主义文化培育了中国大众的英雄主义情怀。人们不仅接受这一文化的想象和熏陶,并且愿意在社会生活中去实践它。创造新的英雄人物和模范人物成为响彻文化艺术领域的主旋律。除了革命样板戏之外,平面传媒中影响最为广泛的要数《红岩》和《欧阳海之歌》^①。前者出版于 1961 年,描述解放前夕一批革命者在狱中斗争的故事。“《红岩》一出,全国为之轰动,到处形成了《红岩》热,正像 1958 年以来广为读者竞相传阅的《创业史》、《红旗谱》、《林海雪原》、《青春之歌》的盛况一样。《红岩》带着一种崭新的思想感情与这种思想感情相适应的艺术特点参加到优秀长篇创作的行列里来”^②。可以说,《红岩》的出版,最大限度地满足了时代的需要和呼唤,在《红岩》塑造的英雄人物面前,每一位读者都会由衷地产生庄严的追随感和献身意愿。而《欧阳海之歌》叙述了英雄人物在和平环境中的成长道路,按照作者的说法,“写英雄是为了写我们伟大的党,写我们的时代。要通过欧阳海的成长写出部队几年来的变化”^③。这些

① 孟繁华:《众神狂欢——当代中国的文化冲突问题》,今日中国出版社,1997 年版,92 页。

② 阎纲:《〈红岩〉的人物描写》,见阎纲著《小说论集》,湖南人民出版社,1982 年版,144 页。

③ 金敬迈:《〈欧阳海之歌〉的酝酿和创作》,载《人民文学》1965 年 4 月号。

谱写英雄传奇的作品,从文化特征上说,它延续或者传承了战争文化。英雄们面对死亡毫无惧色,显得崇高而悲壮,这种史诗式的描写对青年一代产生了极大的影响和号召,使得整个时代都洋溢在英雄情怀之中。

进入 20 世纪 80 年代初,消费文化开始兴起,改革开放为这种全新的文化空间的出现提供了可能性,这首先表现为对媒体控制的放松。对普通民众而言,最早的表现是来自于收听港澳台的音乐节目。单卡录音机的普及则使得这类音乐节目第一次有可能在广播、收音机这种正规媒介之外进行,也为邓丽君、刘文正等港台歌星的磁带在中国大陆“地下流行”提供了条件。大街上随处可见年轻人手提录音机播放邓丽君歌曲的奇观。她的《小城故事》、《今夜想起你》、《爱的世界》等专辑,都是咏唱世俗爱情的甜蜜,对于那些情感禁锢多年的中国青年来说,犹如集体陷入“爱河”之中,久久不能自拔。这种变化的结果是“通俗音乐”的位置于 1983 年最终在中国大陆被确认^①。所以,1983 年以后,各地的音像公司开始如雨后春笋般建立起来,港台明星也随即成为内地大众普遍的崇拜偶像。1984 年中央电视台春节晚会张明敏的登台,是港台明星在中国官方传媒中的第一次正式亮相,这标志着以港台流行文化为标志的大众文化开始进入人们的日常生活,并且开始逐步占领市场。从港台歌手在大陆录音磁带发行量的节节攀升中就可略见一斑。在

^① 陈刚:《大众文化与当代乌托邦》,作家出版社,1996 年版,126 页。

1990 年出版发行的 1 000 万盒磁带中,港台歌手占了近 800 万盒,而在 1989 年上海人民广播电台举办的“89 十大金曲”评选中,荣登榜首的全是港台歌曲,童安格和谭咏麟被评为最受欢迎的歌星。

1992 年以后,中国的经济体制改革进一步深化,中国的大众文化也进入了一个新的时期。一方面,利用大众传媒设立的音乐排行榜开始走入正轨,1995 年又出现了全国性的排行榜热,许多地方的电台和报纸也设立了流行音乐排行榜;另一方面,经纪人制度开始进入大陆流行音乐领域。歌手在经纪人的安排下与音乐公司签约,经过市场定位和有针对性地宣传包装后,重新推出。各音乐公司仿效港台的工作模式,投入大量资金塑造明星的形象,使其更加充满魅力,从而刺激大众对形象的消费需求。在这一过程中,明星制的市场机制开始在大陆形成。明星的个人秘密及其外形都在文化工业中作为商品形象的一部分出售,导致明星们被彻底地形象化和商业化。而明星之所以能够成为明星,正是得益于他们一切可以被物化为商品的这一事实。物化得越充分,在市场中的知名度就越高。而且,由于商品是满足人们特定需要而产生的,所以明星也是按照一定的类型来生产的。这意味着,明星是片面的,也是短暂的。在对明星的认同中,大众绝不可能摆脱商业性的束缚。

进入 2000 年以后,随着网络的普及以及流行,一种草根文化(grassroots)开始悄然兴起。“草根”一词诞生于 19 世纪美国的淘金时期,根据美国学者威廉·萨弗尔的《新政治字典》,这个词最原本

的意思指的是采矿时表层以下的土壤,当时流传着草根茂盛的地下就蕴藏着黄金的说法。在 20 世纪的前半期,这个词通常被用来反映大众的(通常也是乡村的)真实政治诉求。后来草根一说流传社会,被赋予了新的社会含义,代表相对主流的基层群众和弱势群体。当今的“草根文化”所依赖的载体已经是计算机和互联网。本来“草根”的含义是更加自然,减少对技术和工业文明的依赖,但当今“草根文化”的载体却是最先进的科技文明。而且,“草根文化”发展壮大后,和那些借助于传统方式发展的大众文化间的界限越来越模糊。它们同样会通过大众媒体、广告和财力雄厚的公司进行传播。

在这场“草根文化”的运动中,2005 年夏天,席卷全中国并且入选 2005 年中国流行文化十大关键词的“超级女声”节目,将“草根文化”推向一个新的高度。“超级女声”节目是中国湖南卫视主办的大众歌手选秀赛,该节目大胆借用了美国真人秀节目“美国偶像”的概念和做法,打出了“想唱就唱,唱得精彩”的口号。用不限年龄、不限唱法、不限外形这一零门槛号召了一大批参与者,而对于绝大多数大众而言,超级女声已经成为一场前所未有的电视集体盛宴。经纪公司把超级女声作为一个品牌来进行市场化的运作,使这一品牌很快就产生了市场化效应。商家通过铺天盖地的广告宣传、精美绝伦的品牌设计等各种手段,从心理上俘虏了青少年群体。在媒介和舆论的推动下,超级女声成为了青少年流行文化的一种符号象征,代表着一种时尚潮流,喜欢追赶时髦的青少年不约而同一哄而上,使超级女声成为青少年流行文化的一大现象。

在没有英雄的年代里,我只想做一个人。

——北岛

偶像探视 5 :关于“超级女声”的媒体报道分析(节选)

“超级女声”入选 2005 年中国流行文化十大关键词,已成定局;同时,它也必然成为本年度最炫目的青年文化景观之一,在她们背后兴风作浪的,就是媒体。大大小小不同类型的众多媒体都有关于“超级女声”的报道、评论。根据对 2005 年 8 月 5 日至 8 月 29 日全国主要媒体的初步考察,并兼顾 3 月份“超级女声”海选以来的主要媒体,可以看出媒体报道中态度差异非常大。既有论理层次上的差异,也有观点性质上的差异。主要有四种类型:

1. 就事论事型的娱乐化评说。

这种评说要么一味跟风,要么借题发挥进行炒作。持这种态度的以《都市报》和部分小规模晚报为甚。例如《成都商报》评论文章《“超级女声”超在哪里?》、《评委扮演谁?》、《“超女”为什么这样红》、《“超女”评选中的公民意识》等。

2. 旗帜鲜明的赞成。

《南方都市报》的系列评论直截了当肯定了“超级女声”的积极意义。但是不同于一般的小报,该报的言论总体上有理性分析,例如《就要“超级女声”》、《看完“超级女声”该看什么?》等。此类言论,大多着眼于“超级女声”不论年龄、相貌,“想唱就唱”的海

选方式和大众短信投票的评价方式,认为是非常有价值的创新。

3. 理性的批判。

以“低俗”、“虚伪”、“残酷”等罪名声讨“超级女声”的言论不在少数。长三角很有影响的《扬子晚报》2005年8月17日刊发了一篇评论《“超级女声”还能红多久》,通过“超级女声”的模仿来评说中国娱乐文化缺乏创新的现实。文章说:“模仿,是现今的电视娱乐节目的一个通病。电视频道一年多过一年,但各个频道的面孔并没有太大的区别,尤其是一些娱乐节目,不过是不同的主持人与嘉宾人群,站在相似的舞台上,说着相近的话,做着相同的游戏。搁在以前,这不算什么。……现在看过了‘美国偶像’,‘超级女声’还能有多少新鲜感?”

4. 审慎的评价。

主流媒体发出声音的不多,而一旦有话要说,均为理性的分析、审慎的评价。一方面褒奖它的大众性,但同时指出其致命的弱点;如果批判其低俗的话,也不忘记点明它对于娱乐文化演进的某些积极作用。《中国青年报》评论文章《“超级女声”与未成年人》,从未成年人权益维护的角度批评了媒体过分注重收视率和大众参与而忽视未成年人权益的情况。面向文化教育界的《文汇报》在其名牌栏目《文汇时评》上刊登了一篇言论《析超女、“老鼠”、PK现象》把“超级女声”与“老鼠爱大米”走红、PK热度蹿升等同类型文化现象放在一起,进行更具普遍意义的分析,文中写道:“我们在多样化需求发展、多元化社会发展的情况下,尤

其要关注社会需求的新变化,要尊重大众合理的需求,要学会宽容。当然,我们追求和倡导的是健康的、富有时代气息的、能使更多的老百姓喜闻乐见的样式和作品。我们应该有一种社会责任,在多元之中有主导,在多样之中有选择,在多变之中有主见。”这无疑可以代表一种客观理性的态度,只是相对而言,主流媒体针对“超女”现象的评论还是非常的少。

——中国青少年研究中心“青少年文化现象与热点问题监测研究”课题组

点评:

偶像崇拜,其实本质上是一项被操纵的运动。被什么因素所操纵?简单说来,就是本节所提出的大众文化力。以“超级女声”为例,有如此多的媒体不惜笔墨的大力关注,并且时褒时贬的评论,系列报道的分析,“超女”能不火爆,能不得到青少年群体关注,进而引发一场全民崇拜吗?

6. 另类偶像

所谓另类偶像,是指那些个性张扬、言行出位、颠覆传统,乐于

通过网络等新媒体自我展现、勇于表达,并且由此吸引广大青少年因欢乐和娱乐精神而追捧,最后升华为偶像的人物。

例如“芙蓉姐姐”,时代的新偶像,以迅雷之势风靡网络,成为新的网络偶像。作为一种新文化势力的典型,她的出现宣告了长期以来社会舆论对自我个性压制的彻底结束。据一家传媒统计:每天有5 000人以上同时在线等待她的文字和图片,回复的帖子达到“剧烈膨胀”的程度,因为其庞大的影响力,芙蓉姐姐本人被称为网络时代“新五朵金花”之一。如今,有关她的图片、文字、视频和音频,已经遍布网络的各个角落。“芙蓉教”也随着这股风潮迅速崛起,用某网友的话说:“芙蓉一出,谁与争锋,千秋万载,一统江湖!”

“芙蓉姐姐”、“红楼哥哥”、“后舍男孩”、“红衣教主”……这些曾吸引了大众眼球,引来社会各界争议的名字,因其充满个性色彩的平民化风格、草根化风格和另类路线,受到广大青少年的追捧和喜爱,由此,他们被定义为“另类偶像”,展现出与传统意义上的偶像不尽相同的内涵和外延。有媒体甚至宣告^①,当今已经进入一个“泛偶像”时代,也有学者惊呼^②,现在流行“非偶像”偶像。

无论是“泛偶像”、“反偶像”、“非偶像”、“后偶像”,他们能够成为被广大青少年关注、模仿并且崇拜的对象,本身已经具有了“偶像”的特点,诸如贴近青少年的心理特征、满足青少年情感认同等

① 医学心理指导编辑部:《“泛偶像”与“反偶像”时代,我们要能找到自我》,《医学心理指导》,2006年第3期,8页。

② 叶茂中:《非偶像时代已到来》,《新华航空》,2006年第9期,116页。

等。但同时,这些另类偶像又超出了“偶像”固有的范畴。他们既不青春也不貌美,既不富有也不才华,按照“偶像”的标准来衡量,似乎无法达到天王巨星的程度,但是他们所掀起的波澜和所拥有的崇拜者,却往往可以超过传统偶像人物。

他们的另类,在于他们出位的言语和行为。这些当下红极一时的另类偶像们,往往敢于打破传统规矩的束缚,以独特的言语、夸张的表演作为自己的招牌,通过网络等新媒体渠道宣传自己。他们颠覆了理想型偶像的高大全、假大空,掏出大众心中的真、小乃至庸常的一面,甚至以反讽、自嘲的面目出现。用一句话来概括,即“自我恶搞,疯狂作秀”。

煽情和善于鼓动人气、拉动选票亦是他们的另一大特征。在这个喜欢作秀的泛娱乐时代,只要你有表现的欲望,哪怕你是草根,就可以有机会走到人前。

另类偶像之一:芙蓉姐姐

芙蓉姐姐到底有什么特殊魅力?两个字——自恋。她在文字里总是表达她被众多追求者所困扰的苦恼,“一张妖媚十足的脸和一副性感万分的身材”,正是此女的自画像。而她三次高考和三次研究生考试,也被她的“险象环生”的经历所神话。芙蓉姐姐经典S形造型和舞姿,更是令人耳目一新。这位崛起于清华北大BBS,最后成名于天涯论坛的28岁大姑娘,正在利用网络无可比拟的繁殖能力成为众多学子和青年人的偶像。

细细回溯,芙蓉成名之旅如下:早在2002年9月初,芙蓉在北大未名BBS上发布了她第一篇文章《北大,你是我前世最深最美的痛》。此文成为“未名”十大热门话题头条。然而芙蓉姐姐在社会上走红却是2005年的事。2005年5月,有好事者将芙蓉姐姐的事迹从校园搬到了社会,从人气极旺的天涯BBS“娱乐八卦”版及其他各大BBS,社会上的人们知道了芙蓉姐姐。

从芙蓉姐姐由校园走上社会的同时,她开始引起传统媒体的注意。从6月初开始,每天有不下20家媒体对芙蓉做采访,芙蓉姐姐开始有选择性地接受“大媒体”的采访。



“芙蓉姐姐”表演舞蹈

就是这样一个“自恋”加“娱众”式的人物,一举成为娱乐明星。但有趣的是,尽管这场表演和观赏的热烈程度空前,但无论从相貌

身材,还是学识财富来说,“芙蓉姐姐”都可算作“无甚可取”。

我那妩媚性感的外形和冰清玉洁的气质,让我走到哪里都会被众人的目光无情地揪出来。我那张耐看的脸,再配上我火爆的身材,会让人流鼻血。

——芙蓉姐姐

另类偶像之二:红衣教主

红衣教主本名黄薪。从小生长在梨园之家,14岁开始演川剧,18岁下海经商,现为某公司董事长。

2005年5月22日,《超级女声》成都赛区海选现场,一袭红漆皮衣服出场的黄薪走到评委面前:“每个人都有自己的故乡,我热爱我的故乡——绵阳”。红衣女子开场白铿锵有力,接着立即进入演唱主体。“我的故乡并不美,低矮的草房苦涩的井水……”黄薪极富穿透力的第一句歌唱,就把评委们惊得目瞪口呆。接着,黄薪的演唱更加如入无人之境,不仅身体配合着节奏有力地晃动,还根据歌词特意设计了手部的姿势:时而五指张开模仿哗啦啦的水流,时而双臂交叉模仿低矮的草房,几个评委都看呆了。

随后,黄薪更加以一种大无畏的姿态和夸张的表演,特别是演出最后的“惊天一跪”征服了评委。于是,网上各大论坛里立刻出现大量有关她的照片与视频,众多网友纷纷组成后援团支持她。

她不仅敢于真实地把自己的缺点暴露出来,而且毫不顾及评

委与观众的感受。正如她自己所言“随性而为，高兴就好”。对于看多了太多风采照人、气质高雅的“星”的观众而言，黄薪的真实与平常，大胆与“随性而为”，反倒给人一种“另类”的感觉，使人眼前一亮，堪称另类偶像的杰出代表。

偶像探视 6 红衣教主列传

红衣教主，名黄薪，四川绵阳人氏。

少学川剧，未大成，因薪资微薄，乃与长者商之欲加薪未果，辞之，临行前慨然叹曰：大丈夫何愁无处为业乎？旁人听之，莫不服也！

乃闯荡江湖，卖春卷，当领班，披星戴月，风雨无阻。后又拜师于绵阳师范，闻鸡起舞、勤学苦读，遂学业小成，创办洋务，白手起家，竟至大富。

时恰逢礼部超女大赛，应者云集，新闻之，与左右云：吾当参加之。时人莫不诤之，有忠厚长者阻之曰：汝年届 36，歌舞荒废多年，如何与众美女争艳乎？徒惹笑尔！薪笑答：无他，唯娱乐也！乃赶制行头，驾千里驹，星夜奔赴京师也。

时考试已过多场，众考官无不昏昏欲睡，视美女如粪土，及至薪上场，红衣飘飘，众人精神为之一振，待其芳唇一开，立惊四座，声如金戈铁马，破空而来，至忘情处，众人皆倾倒也！

比赛刚果，而天下轰动，豪杰之士，无不仰慕，乃公然推其为红衣教主，数日之内，入教之徒百万，几成天下第一大帮也！

太史公曰：

吾观教主之为人，爆而不失其柔，率而不失其真，心胸磊落，刚直不阿，嬉笑怒骂，皆成文章。实令我等虚伪之士汗颜也！方其未功成名就而急流勇退，此进退自若、视名利如粪土，岂吾等委琐之市井小徒能料乎？虽留憾事，亦可知其度量之大也！

——谨以此文纪念红衣姐姐

红衣教主门下走狗红色力量

点评：

另类偶像所带来的，是一种全民娱乐精神。但是更深层次的原因，却是一种信仰缺失时代下浮躁心态的体现。另类除了可以说是个性张扬和自我表达以外，也可以说是自我搞怪，哗众取宠。但无论何种评价，有一点是值得肯定的，即在当今这个自我意识不再受压抑的时代，任何人都有自我展现的自由，只是如今这种自由有被滥用的趋势。越来越多的青少年开始以另类偶像为“榜样”，通过自我嘲讽、自我贬低等方式，以“我爱怎么着我愿意”等口号，仅仅为了吸引他人眼球，为了成名成星而做出种种言行出位的事情来，这是不应提倡的。

我的出发点，就是告诉大家，电视上的这些人就是一般的人，没有什么了不起，不用太在乎他们。

——蔡康永

7. 平民偶像

“另类偶像”之外,则是“平民偶像”当道。从“超级女声”到“梦想中国”,偶像已经不再是被别人“塑造”的,或者是让人“运作”出来,而是公众借助于现代通讯手段——短信等方式支持产生,这其中正孕育着一种平民偶像的精神,因为这些平民偶像都是普罗大众自己选出,可谓民心所向。

这其中,由湖南卫视举办的“超级女声”节目可谓是酝酿“平民偶像”的杰出代表。在该节目中,不分唱法、不论外形、不问地域,只要喜爱唱歌并年满16周岁的女性,均可报名参加。结果,在2005年,“超级女声”在经历过第一届的平淡期后,在中国掀起了一场前所未有的娱乐风暴:15万人参赛,至少54万人参与逐鹿,两亿多人收看,最高的电视广告报价,最热烈的媒体讨论,持续数月的“高烧不退”……有记者在2005年7月15日到20日对长春市近100名中小学生的调查中发现:95%的学生都知道“超级女声”这个节目,90%以上的学生在周五的时候守在电视机旁观看,50%的学生曾经给自己支持的选手用手机投票。这反映出“超级女声”不仅参赛选手绝大部分是青少年,而且参赛以外的选手支持

者队伍也是以青少年为主体。《重庆晨报》当日的新闻甚至这样写道：“记者在现场随机采访了100名女生，发现其中除10人是在读大学生、6人已参加工作、3人是由家长陪同前来还未上初中的小女生外，另外81人竟全是初中、高中（或职高）在校生。而前来参赛的大多数学生并未得到学校允许。绝大多数学生笑着向记者坦言，她们是逃课来报名的，少数学生则是以‘生病’为由请到假的”。这种热闹场面，比普通的“追星”有过之而无不及。

“超级女声”的火爆，正说明了“平民偶像”的产生有着广泛的群众基础，其最大的特点就是它具有广泛的大众性和参与性，不像其他的比赛节目，有太多繁琐的评选程序，有太多的标准和技术条件要求，总是让普通的人们感觉到“成星”的梦想是如此遥远，如此高不可攀。当普通女孩通过“想唱就唱，唱得响亮”一夜成为受万人追捧的明星式人物时，当偶像不再是高高在上的遥远梦想时，必然有更多的青少年投身到这场“造星”运动中，希望成为下一个“超女”，成为下一个“偶像”。

此外，对于那些没有参与比赛过程的青少年而言，“超级女声”节目又通过对大众传媒的成功运作和现代化的通讯手段的充分利用，比如设立大众评委，通过电视观众的短信投票，将选手逐轮淘汰，最终选出赛区冠军，从而使得更广大的青少年可以直接选出自己最喜爱，或者是自己心目中最理想的偶像代表。当一名偶像的产生完全取决于短信支持票数的时候，当人们发现自己不再是被动的接受者而成为积极的参与者的时候，当心中的偶像不再遥不

可及而是切切实实地从平民中诞生的时候,“偶像”便变相成为了平民的升华。正是这种“升华”后的身份,使得“平民偶像”走上前台,成为当下最流行的话题。

“平民偶像”能够成为今天这样的流行文化现象,原因是复杂的,但它的发展与其他流行风潮一样,也有其可以探究的内在规律。任何一种风行一时的社会行为,首先都是起始于个体的行为,然后再逐步发展成为一种集体性的群体行为,进而成为社会的时尚。以“超级女声”为例,该活动首先是在部分青少年中传播,后来经过媒体渲染性的报道,很多普通的青少年开始关注此事,接下来是他们的家长加入,最后是向社会普通人群扩散。当参赛者的参赛行为在得到社会的肯定和赞赏并且有人获得确实的回报之后,就会有更多的人加入进来,这时候就变成一种集体性的从众行为。

同时,“平民偶像”的风行也迎合了当今青少年特别是少女群体的心理特征。“平民偶像”的草根旗帜,以及它主宰舞台、改变命运、肯定自我、价值体验等核心内涵与青少年的善模仿、自我价值肯定、对新生事物的追逐、对成人社会的向往、盲目的从众性等心理特点充分吻合,而青少年的这些心理特点也构成了“平民偶像”走红的直接动因。

偶像崇拜 3 我的梦想就是做明星

2004 年的“超级女声”捧红了三个人,其中季军张含韵成了最大的赢家,除了签约天中文化,还出任 2005 年蒙牛酸酸乳的

产品代言人,在20亿包的蒙牛酸酸乳外包装上,都印有张含韵的头像。十六岁的张含韵,完成了同龄人不可企及的神话。

每个人都有梦想,有的人为了梦想会不停地追求,不放过一个机会,所以她成功了。

时代人物周刊:你小时候的梦想是什么?

张含韵:做明星。因为我喜欢跳舞和唱歌,从两岁就开始学舞蹈,后来又学古筝,从小就觉得明星很漂亮,身上有很多光芒,很羡慕他们。不过现在我不会像小时候那样天真地认为,只要做了明星什么都好,明星付出的辛苦与努力,与身上的光环是平等的。

时代人物周刊:想做明星,是不是因为你有很重的虚荣心?

张含韵:虚荣心每个人都有,我想做了明星,自己成功以后可以到全世界去旅游。

时代人物周刊:不做明星你也一样可以满世界跑啊?(注:张含韵有一个不错的家境,爸爸是生意人,独生女张含韵从小过着养尊处优的生活,包括出门从来都有保姆跟着。)

张含韵:如果不做明星,我只是一个小孩子,没有见过世面,跑出去我会觉得自己很卑微,成功了以后才有理由自己去玩。我为什么要依靠爸妈,自己总要长大成人。

时代人物周刊:为了你的明星梦,所以你决定去参加“超级女声”?

张含韵:最开始在湖南卫视上看到这个节目,觉得很有趣,身边很多朋友都看到了,都想参加,但她们没有太大的勇气和胆

量面对全国观众,万一出丑了、犯错了怎么办?我在学校一直是文艺方面比较出风头的人,去年还拿了演唱组的第一名,同学们很认同我的表演,给了我很多自信,就想去试试,跟别人比一比,我到底是一个什么程度。报名的时候好多人,有些女生很大胆,当场就秀,走到哪儿唱到哪儿,还有不少高手长得漂亮,唱得很棒,表演也不错,我都有点胆怯了,把妈妈的手捏得紧紧的,妈妈说别害怕,就当是锻炼吧。这个过程我记忆犹新,毕竟是人生的第一步。

时代人物周刊:“超级女声”改变了你的人生?

张含韵:没有这个节目,我可能还是一个普通的学生,在努力学习,考大学。现在离我的梦想更近了,我要做中国的“实力+偶像”的明星,唱歌感觉不错,演戏也很好玩,我要做综合型的艺人。

来源:《时代人物周刊》,2005年6月14日

平民偶像之一:孔庆翔

孔庆翔(William Hung),美国伯克利大学工程学系三年级学生,一个长着龅牙、唱歌走调、舞姿拙劣的21岁华裔青年。几乎是一夕之间,孔庆翔成为美国最具争议、最受瞩目的乐坛新人,他被冠以“走音男”、“另类偶像”、“新猫王”等称号,他的首张专辑比马友友的作品更热卖。



“美国偶像”现场上的
孔庆翔

事情得拉回到“美国偶像”(American Idol)这个全民选秀节目。当晚,孔庆翔选择了拉丁歌王瑞奇·马丁(Ricky Martin)的性感快歌《She Bangs》作为参赛曲目。他刚一开口,许多在电视机前观看这个节目的观众都差点从椅子上掉了下来;他不仅五音不全,而且台风相当滑稽,马丁诱人的摇臀动作变成了机械式的木偶摆动,台下3位评委似乎顿时被折磨得不成人形。

一名黑人评委不得不用一张白纸遮住自己的整个脸部,好让自己在白纸背后无所顾忌地狂笑;另一位男性评委则活像一只被打蔫的茄子,无精打采地瘫坐在椅子上;只有中间那位女性评委还显得比较仁慈,附和着孔庆翔的节拍耸着自己迷人的肩膀。

闹剧到此,孔庆翔本应在一片笑骂声中,灰溜溜地下台。一句话却改写了他的“星途”。故事发生了戏剧性的变化。那位瘫坐在椅子上、以尖酸刻薄出名的西蒙·克劳威尔评委终于无法忍受孔庆翔惨不忍睹、带着浓厚异域口音的英文演唱了,他粗暴地打断孔庆翔,并刻薄地批评道:“你不会唱、你不会跳,你还有什么话说?”正当观众都以为孔庆翔会羞愧得脱逃时,他却勇敢地回应:“我已尽力而为,我对此无悔。”

评委波拉马上称赞他说:“这是最好的态度。”孔庆翔则继续解释,他并没有接受过任何歌艺上的专业训练,而西蒙·克劳威尔马上讽刺说:“这真是令人非常意外!”

虽然知道自己已成为笑柄,但孔庆翔却丝毫不介意,还很有礼貌地答谢了评委,然后才拿起自己黄色的背包,不慌不忙地走出摄影棚。孔庆翔,最终以他的勇气、憨直、风度,赢得意外的全场掌声。

节目播出之后,孔庆翔得到了前所未有的轰动效应。凡是能够收看到这个节目的国家和地区,电视台与电台都在不断重复播放孔庆翔当晚的演唱。有人专门建起了他的网站,其访问量在一周内就超过了700万人次。多位女孩在网站上留言,表示要以身相许。

理所当然的,孔庆翔赢得了唱片及电视演出合约,开始了一条“另类偶像”之路,其处男大碟《Inspiration》也已推出。孔庆翔自此成为“最不可能出唱片却又出唱片的歌手”。

平民偶像之二：超女

“超级女声”是湖南卫视从 2004 年起主办的大众歌手选秀赛。此项赛事接受任何喜欢唱歌的女性个人或组合的报名。其颠覆传统的一些规则,使之成为很多中国人乃至海外人士的热门话题和文化事件,吸引了世界近 6 亿观众的眼球,被公认为中国有史以来最火爆的电视节目。超级女声极高的人气在中国电视节目界造成了很大的影响,引起其他媒体的仿效或责难,已经成为一种社会现象。

无论是 2005 年度还是 2006 年度,超级女声都在中国创造了极高的收视率。2005 年比赛期间,根据电视调查机构央视索福瑞发布的资料显示,超级女声播出时期,湖南卫视收视率排名居第二位(总收视率第一位为央视一套);超级女声节目也是同时段节目的收视率第一位。8 月 26 日总决赛的冠军得到 352 万的短信投票。前三甲一晚共获得约 900 万的选票。

曾经有歌这么唱:我想唱歌可是不敢唱,小声哼哼还得东张西望。如今,“超级女声”完全颠覆了那个时代的精神烙印,成为了无数少女心目中实现梦想的舞台,只要给予她们足够的表现空间,她们就可以让自由歌唱变成精神焕发、积极进取的奏鸣曲。

更加有趣的是,“超女”成为一种社会现象之后,在北京市通州区宋庄镇宋庄文化艺术节(2006 年 10 月 6 日至 10 月 16 日)期间,“超级女声”出身的偶像歌手李宇春与周笔畅被艺术家做成雕塑“超女纪念碑”,放置在公共雕塑展览处,就此引发一场轩然大

波。这尊石碑下方刻有“超女纪念碑”五字,上方刻有李宇春与周笔畅的全身人像;李宇春右手高高地握着玉米棒^①;周笔畅右手拿着麦克风,左手比出 V 字的胜利手势;两人都是一只脚跨步在前,姿态充满“文革气息”。有评论就此认为:人们只为死者建造纪念碑,但“超女”没死,艺术家却建造了纪念碑,这是一种对“超女现象”的极大讽刺。

将来,每个人都能当 15 分钟名人。

——波普艺术家安迪·沃霍尔

偶像探视 7 :易中天的流行和平民偶像

可以说,我们这个社会是盛产偶像的时代,看看韩国美女李英爱,瞧瞧超级女声李宇春,哪个不是我们少男少女甚至是中年男人女人的偶像。中国,历来不缺少偶像,在中国,偶像是文化经济流域的一股强大气流。偶像市场开放,的确带动了许多相关链接的市场经济,也肥了不少包装商的腰包。看偶像表演和捧偶像花钱,这本是周瑜打黄盖的事情,“一个愿打一个愿挨”,我们自认为无可厚非。

但细细地想一想,以前,我们中国社会对于中国古典文化所打造和强力树立起来的文化偶像,似乎很少,甚或没有。当易中

^① 李宇春的支持者被称为“玉米”,与“宇迷”谐音。

天走上央视《百家讲坛》，纵横交错地品起汉帝刘邦、西楚项羽、月下韩信时，我发现，社会上突然流行起了一种新的偶像——关于智慧的偶像。

这智慧的偶像，本身要有儒雅的气质，渊博的知识和不俗的谈吐。他们可以在一个人物的细微之处，点拨出人生的大道理；他们可以在一个故事的细节之处，看到历史的转折点；他们可以在嬉笑怒骂之中，让我们突然明白了许多人生的道理。他们的光芒藏在他们的敏锐的洞察力和多年学习而累积的知识中。可以说，没有丰富的知识和多年的研究，没有阅读丰富的书籍，要想成为一个谈吐非凡的智慧的偶像，是万万不能的。我们的歌星，可以是实力派、偶像派甚至是野兽派的，但关于智慧的偶像，它只有一种，就是实力派。没有知识的底蕴作为实力，你休想成为老百姓心目中的智慧偶像。

当易中天来到福州，我们看到的不是一场两场的演讲，而是看到了如今社会老百姓对知识的重新尊重和对智慧的敬仰。易中天的“流行”，与其说是一种文学的传播，不如说是一个平民偶像的建立。这个关于智慧偶像的产生，让我们的老百姓读更多的好书，了解更多的知识，让我们平民百姓对我们喜闻乐见的文化产生认同，是我们党号召“要始终代表中国先进文化的前进方向”的真实成效。

来源：《浙江工人日报》，2006年7月19日，

《易中天的流行和平民偶像》

点评：

平民偶像的流行，实在是因为老百姓越来越倾向于喜欢贴近自己生活，和自己处于同一轨道的偶像人物。因为很有可能，邻居家依然在上中学的女孩明天就会成为万人追捧的新偶像；而自己当年上学教书的教授也有可能摇身一变，成为学术明星。

但是必须要指出的是，平民偶像也有差别。有些是实力派的，以知识底蕴作为实力，是“老百姓心目中的智慧偶像”，而有些则完全是青春派的，有可能唱歌并不出色，跳舞也不专业，却以具有个人色彩的特征成功变身成为偶像。所以，就此意义而言，前者可以长久，而后者则会很快被更年轻、更张扬的“平民”所取代。

8. 透视粉丝

“粉丝”是英文 fans 的音译，原义是“热心的追随者”。“fan”是“运动、电影等的爱好者”的意思。所以，“film fan”是“影迷”的意思。也可以理解为“××迷”或者“××追星族”一类的意思。

因此，人们口头上说的“NBA 粉丝”可以理解为“NBA 迷”，“超女粉丝”可以理解为“超女迷”（超女粉丝们的详细描述，见图表

1.3),“刘翔的粉丝”可以理解为“刘翔的追星族”,“姚明的粉丝”可以理解为“姚明的追星族”。

图表 1.3 超女和她们的粉丝

粉丝爱称	粉 丝 描 述
玉米	2005 超女李宇春的粉丝名称,服装常为黄色。
凉粉	2005 超女张靓颖的粉丝名称,服装常为白色。
笔迷	2005 超女周笔畅的粉丝名称,服装常为绿色。
芝麻	2006 超女尚雯婕的粉丝名称,意为“芝麻开花节节(婕婕)高”。
维生素	2006 超女谭维维的粉丝名称。
栗子	2006 超女刘力扬的粉丝名称。
雪梨	2006 超女厉娜的粉丝名称。厉娜小名为小雪,梨为厉娜姓的谐音。
飞碟	2006 超女许飞的粉丝名称,意为飞 DEAR(亲爱的飞)。
32	芝麻对 2006 超女尚雯婕的昵称,意为“三儿”

从某种意义上讲,是电视选秀节目造就了内地粉丝的集体登台。因为有比赛才可以有对决。这对决既存在于选手与选手之间,也存在于粉丝与粉丝之间。

粉丝是一个庞大的群落,喜欢音乐、体育、时尚、游戏、影视的人群超过了 3 亿,其中愿意为音乐付钱的人数就超过了 1 亿,而非非常活跃的粉丝人群至少已经达到了 1 千万。根据一项调查显示,国内各种成规模的粉丝团已经有 2 000 个以上,比较活跃的也有 300 个以上,其中规模较小的粉丝团成员有数百人,而大的则在数

万人甚至十万人以上。

粉丝的主体主要是 20 世纪 70—90 年代出生的人群,年龄主要在 15—30 岁之间。他们爱好广泛、时尚,喜爱新事物,喜爱娱乐,喜爱自我表现,愿意与他人分享爱好并愿意为爱好付费。以 2005 年“超女”冠军李宇春为例,喜爱她的粉丝都被亲切地称作“玉米”。在所有的超女粉丝中,“玉米”无疑是最引人注目的一支队伍,在 2005 年超女决赛期间李宇春所获 3 528 308 张短信票数就足以让人印象深刻。

“玉米”们到底是些什么样的人?李宇春贴吧曾于 2005 年 9 月 21 日发起了一则玉米年龄调查帖,参与调查的“玉米”共有 928 人,最大的为 46 岁,最小的为 7 岁。50 年代出生的“玉米”约占调查人数的 3%,60 年代出生的“玉米”为 20%,70 年代出生的“玉米”约为 36%,80 年代出生的“玉米”约为 38%,90 年代出生的“玉米”约为 4%。由此可见,“玉米”以 70 年代和 80 年代出生的人群为主。

那么,这群占“玉米”总量一半以上的人群,究竟是做什么的呢?同样在李宇春贴吧中,2005 年 6 月 12 日有一则职业调查帖,参与调查的一万多名“玉米”中,农村无业人士占 2%,退休赋闲人士占 4%,学生占 37%,已工作的“玉米”占 57%。

而在“Google 趋势”中输入“李宇春”后会发现,中国成都和重庆,是关注李宇春最多的地方。四川成都是李宇春出生和成长的地方,更是超女比赛时的主场,自然比其他地方拥有更多的“玉米”。但不管是成都、重庆,还是其他地方,“玉米”中都存在着一个

奇怪的现象,那便是女多男少。据宝洁中国北京分公司的市场部工作人员透露,在佳洁士请李宇春来做广告之前曾做过一个市场调查,结果显示“玉米”的男女比例为1:9。

由此可见,李宇春的粉丝“玉米”是以女性的学生和上班族为主,分布在各个年龄阶段和社会群体之中。

当粉丝不仅仅只是一种生活状态,同时还意味着一种新关系的诞生。在所有的社会关系当中,粉丝关系也许是最奇特的一种。他们的纽带是共同的爱好,相互之间的交往也多数以网络为主,粉丝们乐于与别人分享自己掌握的资讯,在交往过程中,他们也会相互熟悉了解,从而形成各式各样的粉丝团。因为有共同爱好作为基础,素未谋面的粉丝之间也能很快建立起信任感和合作关系,他们之间的牢靠程度甚至会超过普通朋友和同事,这样的粉丝关系也保证了大多数粉丝团能够高效运转。

粉丝群体的壮大,得益于当今社会娱乐产业化的高速发展。在这个开放并且包容的社会中,再也没有统一标准化的榜样来指定大家去崇拜,娱乐界每天都有各种新鲜的偶像出炉,粉丝们无论有什么样的爱好,都可以在丰富的选择当中找到自己喜欢的那一个。这个时代的粉丝已经不再相信自己的偶像是完美无缺的,他们信奉的哲学是“与偶像一起成长”。他们甚至相信,自己不但可以为偶像做更多的事情,甚至可以影响到偶像的发展轨迹,所谓,一切在你,也在我。

偶像会老,但粉丝不会老,江山代有粉丝出,你方唱罢我登场。

从这个意义上讲,这个时代的粉丝是幸福的,对待偶像,他们没有任何负担,可以像崇拜伟人一样崇拜,也可以像消费商品一样消费。

最后,当粉丝成为这个时代最火爆的名词,当崇拜成为粉丝的专属,当粉丝愈发团结联系成为一个整体的时候,粉丝就已经不再是个体崇拜者的代名词,而是一个崇拜时代结构性的改变。目前,由经纪公司专门雇用为偶像呐喊加油的职业粉丝已经粉墨登场,粉丝经济也已经成为“拓荒者”掘金的宝库。人们越来越愿意将粉丝的热情转化为商品化、市场化的筹码。那么,可以预见的是,在不久的将来,不仅仅是粉丝经济当道,粉丝政治、粉丝管理等新名词也会成为新粉丝时代的流行词,职业粉丝 CEO、职业粉丝经理人等新职业也必然会成为年轻人向往的新新职业。同时也必然的是,这些新职业所依托的粉丝组织也会注册成为法人化的公司或者社团,不同的粉丝团体因为所崇拜的偶像不同,而展开各种支持偶像的竞争性的活动。这些“粉丝公司”、“粉丝社团”的使命已然不再仅仅是帮助分布在全国的粉丝购买演唱会门票,组织粉丝交流活动等等,他们更会和包装偶像的唱片公司或者经纪人公司合作,共同开发粉丝市场。就此,粉丝将会跨入一个“万紫千红、争奇斗艳”的新时代。

偶像探视 8 粉丝的分类

“笔头派”粉丝:会在公共论坛上为偶像吵得天翻地覆,却不太会去自己偶像的专门网站;会在网上写下一篇文章挺自

己的偶像,却没多大欲望去看偶像真身;会对自己偶像的作品评头论足,但对自己偶像的私生活、花边新闻兴趣寥寥。

“行动派”粉丝:行动能力超强,虽不会在网上发一篇一篇的美文,但只要是和偶像有关的活动必参加;买碟会买正版的,演唱会门票买最前排的,吃的喝的穿的都是偶像代言的;为偶像学钢琴、学韩语、学日语等等;随身口袋、皮包、钱包里夹着偶像的照片,上衣、裤子、书包、手机上挂着印有偶像头像的小挂件;只要听到哪个地方有偶像出现的风声,一定比记者更敬业地在第一时间赶到现场,并死守到底。

“智慧派”粉丝:为偶像建网站,广交江湖同道;开店面、结交赞助商、和偶像的经纪人打交道,为偶像能在演艺路上走得更远出谋划策;有组织、有纪律地发起种种活动:包车去机场接机,去演唱会为偶像呐喊,为偶像的新电影、新剧、新专辑做调查,集体签名;组织粉丝以偶像的名义为公益事业捐款;制定企划书、倡议书,集体向制片方呼吁,为偶像争取好的演出机会。

“骨灰级”粉丝:或为偶像一掷千金,买牧场、买树林、包飞机、包酒店、包旅游团,偶像飞到哪里跟到哪里;为和偶像住得更近,留学、搬家、移民;不为见到偶像,只求陪在偶像身边;几年如一日地为偶像写日记、写小说,呕心沥血,无怨无悔。

来源:《大学时代》,2005年第12期

《粉丝:在深情与狂热之间》

点评：

粉丝是什么？粉丝是一种立场、一种态度，一种对偶像一往情深，不计成本的付出。当我们看到越来越多的青少年转变成为“骨灰级”粉丝的同时，当我们看到部分偶像也出来为自己粉丝护短遮羞的时候，我们有没有想过，粉丝们强烈排他性的举动是否具有理性和批判性？郭敬明一本《梦里花落知多少》明明已被法院判处抄袭，然而很多盲目崇拜他的粉丝却依然为他辩护，甚至出现“三毛抄袭‘梦里花落知多少’书名”这样无知且荒谬的言论。在这其中，这些偶像们是不是也应该反省，我为粉丝做了什么呢？

粉丝是一个明星商业的保障，粉丝多是一个明星的福气。

有一天我做错事，当我自己觉得错时，那些依然继续盲目支持我并一本正经满口胡言的粉丝，将是我的羞愧。

——韩寒

9. 另类、平民偶像出现的原因

这是个消费引领一切的时代，这种消费不仅包括物质上的，更

有精神上的。消费原则强调的是娱乐性、商业性和消遣性。在这样的逻辑下,任何东西都存在着被拿来消费的危险,甚至包括人的尊严。“芙蓉姐姐”在网络迅速蹿红的背后,与其说满足了人们好奇的目光,不如说恰好迎合了某些人心中隐秘的需求。她近乎疯狂自恋般的自信,不仅让整个事件充满荒诞的喜剧成分,也同时包含了诸多真诚的因素,给人们带来了不可思议的快乐和关于“做梦和自信”的感动。

在这个另类偶像层出不穷的时代,有太多风采照人、气质高雅的“民星”和学富五车、雄韬伟略的“偶像”,他们固然值得仰望和崇拜;但是,这也是一个反偶像的时代,当正统的“偶像文化”被推到极致后,许多人产生“审美疲劳”,他们开始有意识地颠覆传统、告别英雄、躲避崇高。

偶像、榜样、楷模等等是作为“仿真”(Simulacra)的“超现实”(hyper-reality)而存在的。法国思想家鲍德里亚(Jean Baudrillard)说,现代人生活在这样一个“仿真的时代”:仿真品与真实的关系是仿真构造真实,或者说,被构造出来的仿真品就是真实,不再有超越它的另一个真实世界。在我们这个时代,仿真品不是现实,而是“超现实”。超现实是一种比现实还要更为现实、比美还要更美、比真还要更真的模拟。在一个超现实的世界里不存在任何抵达最终源泉、抵达原创现实的道路^①。

① 引自乔治·瑞泽尔:《后现代社会理论》,谢立中译,华夏出版社,2003年版,133页。

偶像,作为一种供他人崇拜、模仿的对象,在今天的社会中,就具备了“超现实”的特点,说得更极端一点,它就是一种超现实。我们往往为了使其显得伟大和崇高而对形形色色的榜样进行“包装”和“加工”。所以,偶像与超真实有着密不可分的联系。通俗点说,“明星是一种形象化的存在,但是,观众却把他认同为一种存在着的形象,即认为他是真实存在的表现”^①。

特定的时代产生特定的文化。在当今“大众文化”泛滥的时代,已经很难诞生出“精英文化”了。如果就此全盘否定“大众文化”的存在意义,实际上也就否定了当代文化所特有的智能、价值和意义。况且,“精英文化”就算再有价值,毕竟产生的时代不同,所以和当代社会的人们会有一些隔膜与距离。

大众文化泛滥的背后,隐藏着深刻的反智主义(anti-intellectualism)思潮。反智主义一词,因美国历史学家霍夫斯塔特(Richard Hofstadter)的《美国生活中的反智主义》一书而走红。该书1962年出版,1964年获普利策奖,如今美国媒体又有一股小小的霍夫斯塔特热,可见其影响依然存在。所谓反智主义,来源于社会普罗大众对于精英控制话语权的反抗,大众不希望被精英垄断一切话语权,试图摆脱控制,建立一套自娱自乐的游戏规则。

反智主义虽然是一个舶来词汇,但在中国的传统中并不缺乏演绎,甚至在特定的历史背景中演变成一场场政治灾难。古代社

^① 陈刚:《穿越现代性的苦难》,中国工人出版社,2002年版,103页。

会的“焚书坑儒”是一例,“文革”时期对文化和政治精英的迫害也是一例。

而今天大众文化中的“反智主义”,则作为对抗主流和精英的一种“亚文化”,搭上网络的快车,成为解构一切的重要武器。“芙蓉姐姐”的火爆,正是代表着中国的一种反智文化。她不怎么貌若天仙,而且没什么深刻内涵,但却替多数同样不怎么貌若天仙、同样没什么深刻内涵的普通大众实现了一个隐藏在内心的梦想。人们更愿意去听一个喋喋不休、超级自恋的女人的呓语,并从中找到快感和自信。这种方式,成千上万的少女们也通过“超级女声”在继续寻找中。

社会崇拜是一个转换器,它把许多平民推上了精英的宝座。

——朱大可

偶像探视 9 中国出现“职业粉丝”

在粉丝阵营里存在着另外一类人,这就是“职业粉丝”。他可能对台上的那个人一无所知,但这并不妨碍他充满专业精神地尖叫、欢呼,甚至哭泣。雇用职业粉丝的东家大多是经纪公司或者唱片公司,而雇一位职业粉丝的价格,一般在 100 元左右,同时根据“现场表现”还有不同程度的报酬差别:“喉咙嘶哑 50 元,泪流满面 100 元,如果选手晋级,再加奖金。”随着职业粉丝行业的蓬勃发展,在这门职业内部也逐渐分出了等级:初级的职业粉丝只负责举海报、喊名字,基本上只能算是体力活;中级的

粉丝会去热门网站发帖子,为明星制作个人网页和博客;最高级的粉丝与明星还有经纪公司都有紧密的联系,一道参与举办各种活动,向那些加入粉丝团的粉丝收取会费。

而他们自己的工资,很多时就来自于这些会费的盈余。甚至连一些职业写手也混进了职业粉丝的圈子:先凭出色的文笔在粉丝中建立名气,然后顺势寻找出版社出关于偶像的传记。在如今几千册就能保本的图书市场,这样的传记通常首印量就在一万以上,几乎稳赚不赔。

还有人干脆把“职业粉丝”当成一项事业来做。曾经出现过—个名为“粉丝网”的网站。入驻网站的粉丝俱乐部如果排名靠前,网站就会免费给他们的明星送上玫瑰花。2006年,苏有朋、周笔畅、陈坤这些排名前十位的明星—共得到了4万多枝玫瑰花。在其中—张照片上,陈坤站在5000枝玫瑰花丛中,笑得很开心。粉丝网的CEO王吉鹏说:“粉丝是娱乐市场的消费终端。在掌控这—终端后,我们将在明星广告市场、与明星有关的无线业务等方面拥有优势。”所以,谁都想争夺“粉丝”这块大大的蛋糕。甚至有的时候,连明星自己都不能免俗。吴彦祖自导自演的自传式小成本影片《四大天王》里,吴彦祖和几个朋友—起组成的乐队第—次去上海演出,人生地不熟,经纪人决定带几个职业粉丝过去撑场面,遭到了大家义正辞严的反对:“怎么能做假呢!”可是一回头,他们中的—个就忍不住偷偷打听:“多少钱—个?帮我另外雇四个吧。对的,单独的!”

而接下来的镜头,相信你也猜到了:乐队在台上高歌,台下

的粉丝高举荧光牌大声欢呼,那一位乐手的名字闪闪发光,格外闪亮。每个人都很高兴。毕竟,这是注意力经济的时代。

来源:英国《金融时报》2007年1月23、24日,

《中国的“粉丝经济”》

点评:

在这个粉丝们自愿为偶像送上大把金钱与热情的年代,许多闻所未闻的新兴职业,也就这么诞生了。职业粉丝的出现,可谓是偶像崇拜中的一种调侃和反讽。当热情的歌迷在舞台下痴迷呐喊的同时,他们可能没有意识到,可能他们身边同样热泪盈眶的粉丝只是经纪公司的雇佣者。这个时代,偶像是被包装出来的,粉丝也是被聘请出来的。在这场被操纵的新崇拜运动面前,还有多少真实可言呢?

10. “民星”^①崇拜分析

在这里,我更愿意使用“民星崇拜”来详细分析这股“另类偶

① 此处“民星”特指那些成名前未经过商业包装,诞生于普通民众中的名人。

像”和“平民偶像”的潮流。

进入 21 世纪之后,除了“三星崇拜”继续流行之外,伴随着互联网络的高速发展,以及美国“美国偶像”(American Idol)、“美国下一代模特”(American Next Top Model)等大众选秀节目的兴起,偶像制造越来越呈现出“人人都能成为偶像”的平民特征,“民星崇拜”就是在这股泛偶像浪潮中涌起的新现象。所谓“民星”,即指那些以自己独特的风格和魅力,通过网络等新媒体的运作,几乎是一夜成名的生活中的平民百姓。

就“民星崇拜”的个人特征来说,这类“民星”的共同点就是在出名前普遍默默无闻,而在出名后其社会影响力和受青少年欢迎的程度又大大超过很多传统意义上的“三星偶像”;他们出名的方式基本上都依靠个人打破传统的真实行为和表现,并且极具个性化的色彩;他们出名的渠道或者是通过诸如“超级女声”之类的平民选秀节目,或者是通过网络的传播力量,因此带有浓厚的草根性、平民性特质。比如说 2005 年超级女声的总冠军李宇春以及她所掀起的“李宇春现象”,就被美国《时代周刊》形容为“对传统社会性别规则的不在乎和率真的个性,以及她所代表的自信的独立性,已经成为国家的一个象征”。^①

就“民星崇拜”的性质来说,它本质上体现了青少年对“民星”人物的自我投射,是偶像崇拜中一种投射效应(projective effect)

① 摘自《时代周刊亚洲版》:《李宇春:因追求自我而受宠》,2005 年 10 月 10 日。

的表现。所谓投射效应,是指崇拜者将自我的某种梦想、欲望和缺憾投射到偶像身上的倾向。换句话说,当一个人痴迷于某个偶像在某方面的特质(如容貌、身材、才能、家庭背景、生活阅历等)和成功(如财富、社会地位、个人魅力)时,就会幻想自己的理想和梦幻已经通过偶像的这些特质得以实现。例如,打出“想唱就唱”口号的超级女声在短时间内就实现了一些普通女孩子的“明星梦”,毋宁说是给了青少年一个强烈暗示。崇拜“超女”的青少年们,不仅在她们身上看到了自己成为偶像的潜力,也看到了自己的明星梦想在这些“李宇春们”身上得以实现的路径。由此,“民星崇拜”可谓是一面镜子,照出了当下青少年心中的某种潜在欲望。

就“民星崇拜”的形成来说,它本质上是当今草根文化由下而上盛行的结果,代表着从“明星偶像”走向“民星偶像”的发展道路。“草根”因其平凡而具有顽强的生命力。“草根”看似散漫无羁,但却生生不息,绵绵不绝。“草根”赋有民众精神,草根性具有凝聚力,更具有强大的生命力和独立性。

正因为如此,我们不妨把“草根文化”理想作为“个人主义”的延伸。从20世纪90年代以来,“个人主义”开始觉醒。而现在,在网络的催化下,“个人主义”渐渐形成了自己的特点、自己的群落,并有了自己的文化,也就是当下所谓的“草根文化”。这种文化拒绝教条,强调自我,喜欢参与。草根们不喜欢权威式的说教,却喜欢说“我就喜欢”。草根们不喜欢某某知名艺术家,却喜欢草根明星。因为正是草根们的参与,“民星”们才能如此受到欢迎。换句

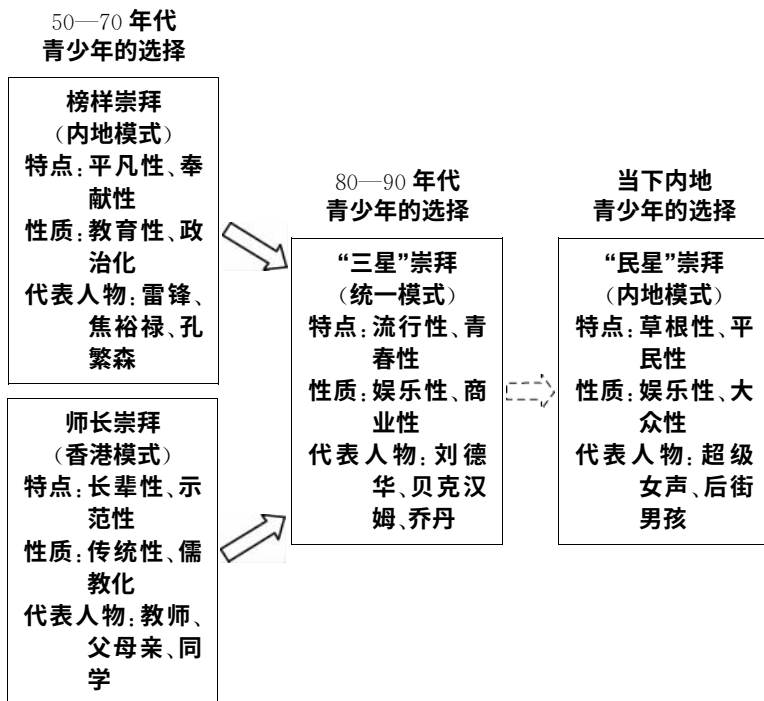
话说,这是草根们捧出来的明星,明星受到欢迎,草根们会觉得脸上有光。

在媒体和舆论的推动下,草根文化不仅成为当今一种“反精英”的青年文化的符号象征,从“明星偶像”走向“民星偶像”更是代表着一种“反明星”的时尚潮流。喜欢追赶时髦的青少年均不约而同地认可并追逐这种潮流,在崇拜“民星偶像”的同时,也表达出通过表现自己成为下一个“民星”的愿望,这正是笔者曾经提出过的偶像崇拜“卡拉 OK”境界。所谓“卡拉 OK”境界,即无论一个人是明星还是“民星”,只要他有令我们钦佩的特质,就可以成为青少年崇拜的对象;同样,如果我们身上具有令他人钦佩的一技之长,也可以当之无愧地成为他人的偶像。“卡拉 OK”境界,就是代表着今后青少年偶像崇拜中更广泛的参与性。从这层意义上说,无论是“泛偶像”、“反偶像”、“非偶像”,还是“另类偶像”、“平民偶像”,“民星偶像”成为当代青少年偶像崇拜的核心,毋宁说是迎合了青少年追求个性、敢于张扬自己的年龄特征。比如,有评论就曾指出“超级女声”节目所蕴含的“超女精神”,其最具特点的体现就是:在时下年轻一代缺少信仰的时候,“超女”给了她们激励,激励她们勇于拼搏、自强不息,让每一个有梦想的女孩有了一个施展拳脚的空间,并让她们在同一个竞争平台上不断地挑战自我,超越自我。

综合而言,随着时代的进步和社会的发展,当今社会的青少年偶像崇拜,越来越受社会环境,特别是大众媒体的支配。在本章前面亦已提到,青少年偶像崇拜行为,是对社会时代变迁的一种折

射,反映出每一个时代独有的气质和特色。在不同的社会条件下、不同的社会制度中,偶像崇拜必然会呈现出各种形态,因此才会出现“英雄崇拜”、“个体户崇拜”、“大款崇拜”、“港台明星崇拜”、“超女崇拜”等多种形态。然而,在这些名词的背后,又体现出了怎样一种偶像崇拜的代际差异呢?这种偶像崇拜的代际差异又是如何体现的?这些差异是如何通过历史的变迁形成的,又是如何对当代青少年的成长产生影响的?

图表 1.4 香港与内地偶像崇拜之代沟差异表现



我从 1999 年开始至今,在香港和中国内地进行了多次跨区域的比较调查研究,并在调查基础上提出了四种青少年偶像崇拜文化。具体地说,香港和中国内地的青少年偶像崇拜的代际变化基本上走了一条殊途同归的道路:内地上一代青少年的偶像崇拜基本上是一种“榜样崇拜”;香港上一代青少年的偶像崇拜基本上是一种“师长崇拜”;八九十年代的两地青少年偶像崇拜基本上都走“三星崇拜”的模式;而现今内地青少年的偶像崇拜基本上都遵循着“三星崇拜+民星崇拜”的模式(如图表 1.4)。

(1) “榜样崇拜”:内地上一代青少年偶像崇拜的核心

内地上一代青少年偶像崇拜的核心可谓“榜样崇拜”,它具有浓厚的思想教育色彩。特别是从 20 世纪 50 年代到 80 年代这段时期内,内地青少年所接触的偶像大多是政府树立起来的公众模范和榜样人物,他们当中有像董存瑞、黄继光、邱少云这样的战斗英雄,有像雷锋、王杰、焦裕禄这样的公众榜样,有像华罗庚、陈景润、蒋筑英这样的科学家,还有像保尔·柯察金和张海迪这样的人残志坚的残疾人士。作为公众榜样,这些人物的共同特点是形象平常、生活平凡、事迹突出、克己奉公并具有强烈的自我牺牲精神。他们之所以能够赢得他人的钦佩和崇拜,本质不在其外表特征突出或具有某种特殊才能,而在其生活事迹十分感人。这是与政府宣传部门的大力推广有直接关系的。由此,榜样教育包含着强烈的偶像特征,使两者之间达到了完美的协调统一,以其特有的方式

感染着青少年。



两位老人是毛泽东的崇拜者。

就“榜样崇拜”的性质而言,它基本上可谓一种以特质为核心的社会学习和依恋。具体地说,“榜样崇拜”提倡青少年以一种较为理性、实际和非情绪化的社会认知来看待其崇拜对象,对他们的内涵加以综合性认同和模仿。其结果,青少年会对其崇拜对象加以榜样性认同(model identification),理性地评估、接受那些值得自己崇拜的人物,进而产生某种聚焦效应。它还可促使青少年对其崇拜对象产生认同式依恋(identifactory attachment),这突出表

现为青少年对其崇拜人物的依恋是建立在想获得类似成功基础上。有调查表明,对社会名人的认同式依恋会推动青少年自我确认和励志,成为激发他们自我成长的动力。

就“榜样崇拜”的形成而言,它的出现主要是政府各级部门大力宣传的结果,具有很明确的政治取向性、教育性和组织性。具体地说,每一个榜样人物的出场,都事先经过政府宣传部门相当深入的形象包装和特质界定,再经过各层教育和青少年团体统一安排和指导,以使得每个青少年清楚地了解应该认同其榜样人物的什么方面。在这层意义上讲,内地的“榜样崇拜”的形成主要是教育作用的结果。

在“榜样崇拜”的推广宣传当中,雷锋的情况最成功,也最具代表性。雷锋原本是东北某部队的一名汽车兵,生前曾做过许多助人为乐的事情。在他因公伤去世后,这些事件被人整理出来,加以系统地宣传和介绍,成为了那个时代年轻人学习的榜样。为有效地树立这一公众榜样,毛泽东、刘少奇、周恩来、朱德这些最高一级的国家领导人都出面为其题词,使学雷锋的运动在内地一再大规模展开。从60年代到80年代间,雷锋一直是内地青少年思想认同的突出对象。“做新时代的活雷锋”,也一直是那一时代青少年自我成长和人格塑造的参照指标。

进入90年代,在主旋律和精品战略的倡导下,时代英雄又再一次成为一个主要开掘的文化资源。孟繁华在《众神的狂欢——当代中国的文化冲突问题》里这样表述:“在没有英雄的年代,人们一方面渴望英雄主义的风采再现,为庸常的生活注入新的想象;另



雷锋是中国内地最有号召力的青少年学习的榜样

一方面,对英雄的传奇性期待以及当代英雄颂歌的平庸,又难以满足人们的要求。”^①雷锋,就是在这样的背景下又一次被塑造成宣传的焦点。1997年,主旋律电影《离开雷锋的日子》上映。这部投资仅380万元的小成本电影,票房破纪录地冲破了3000万元,一时引发媒体大众的齐声惊呼,报纸兴奋得甚至用了这样的标题:《〈离开雷锋的日子〉叫好叫座》,《主旋律为何如此动听》^②来描述当时的盛景。从社会潜在的期待来说,人们对雷锋精神确实是怀念的,作为一种集体记忆,雷锋已经成为了一个时代、一种风气的象征。有人为此撰文分析说:

① 孟繁华:《众神的狂欢——当代中国的文化冲突问题》,今日中国出版社,1997年版,99页。

② 见《文艺报》1997年3月8日。

雷锋无疑是三分之一世纪以来最著名的中国人之一。当又一个又一个人物一种又一种“精神”纷至沓来又相继离去之后,只有雷锋依旧带着他那善良的微笑在每一个春天降临,³⁴ 年如期不爽,没有第二个人可以做到,这应该说是一个奇迹。当有人把这归结为“权力意志”时,他们忽略了:为什么其他的“意志”都先后销声匿迹了呢?我们经历过天天读天天讲的岁月,也曾生活在一个“英雄辈出”的时候,为什么只有雷锋经风沐雨音容不改呢?20年来,知识界、民间以及官方几乎对政治、经济、文化生活方面的所有问题都提出了质疑和挑战,论其严峻、敏感和尖锐都远远超过“雷锋”,并且很多都已被扬弃或修正,只有雷锋以他朴素平静的姿态不动声色地成功卫冕^①。

2003年3月5日,毛泽东题词“向雷锋同志学习”40周年的纪念日,国内多家媒体又联合发起“寻找雷锋”的大型活动,号召将雷锋精神的火炬传承下去。由此可见,上一辈青少年榜样崇拜的主体“雷锋”还将会在今后很长的一段时间内被继续发扬光大。

偶像崇拜4:20世纪中国十大文化偶像评选

由新浪网与国内17家强势媒体共同推出的大型公众调查:20世纪文化偶像评选活动于2003年6月20日落下帷幕。本次活动综合统计出了十大文化偶像排名,他们分别是鲁迅(57 259

① 吴士安:《和雷锋在一起的日子》,载《文艺报》1997年3月22日。

票)、金庸(42 462 票)、钱钟书(30 912 票)、巴金(25 337 票)、老舍(25 220 票)、钱学森(24 126 票)、张国荣(23 371 票)、雷锋(23 138 票)、梅兰芳(22 492 票)、王菲(17 915 票)。

鲁迅:新文化运动的主将,现代文学开山人物。终其一生,用生命来战斗以唤起民众。在他去世时,为之送葬者人数极巨、规模极大,其身蒙有“民族魂”之旗。

金庸:他一手写明报社评,一手写新派武侠小说,他对于历史的见解至为深刻透彻,所著《鹿鼎记》、《笑傲江湖》等著作风行华人世界。

钱钟书:博闻强识,中西会通,为知识与智能萃于一身的典范。其《管锥编》、《谈艺录》造诣不凡,小说《围城》流传更广,开哲理派小说之先河。

巴金:二十世纪三四十年代,有无数热血青年因为阅读了巴金的《激流三部曲》而走上革命的道路,“文革”后他又因为要“说真话”的《随想录》而赢得人民的崇敬。

老舍:小说深刻地反映了老北京市民阶层的喜怒哀乐,话剧《茶馆》更是戏剧史上的一块丰碑。

钱学森:为了新中国的科学事业,钱学森放弃了在美国优厚的工作待遇。在他和其他爱国科学家的参与之下,我国的国防科技事业突飞猛进。

张国荣:他的演艺生涯因为他的性取向、他的私生活等因素变得

扑朔迷离。但是我们无法否认他在众多影片中超凡脱俗的表演,以及他独特的歌声。

雷 锋:雷锋堪称是共产主义新型人格的代表。他所承载的“全心全意为人民服务”的精神是集体主义精神在新时期的发展。

梅兰芳:享誉世界的京剧艺术大师。他一生塑造了无数美丽的舞台形象,他的表演生动地体现了中国传统艺术讲究的和谐、温柔敦厚、含蓄蕴藉的审美精神。

王 菲:她赢得了歌坛天后的荣誉,却一贯低调,沉默寡言。歌迷喜欢她的歌、她在影片中的表演,但更多人喜欢的是她自由达观的人生态度。

摘自《南方都市报》2003年6月20日

(2) “师长崇拜”:香港上一代青少年偶像崇拜的核心

香港上一代青少年偶像崇拜的核心可谓“师长崇拜”,这主要是对教师和父母长辈的崇拜。就“师长崇拜”的个人特征来说,香港中年人年轻时的偶像多以父母、教师为主,以政治家和演艺界名人为辅。以我曾对香港 140 名在职人士的一项调查表明,香港被访者年轻时最钦佩的人物类型首推教师,而对父母亲的崇拜也排在前五名之内。香港也曾作过调查,上一代青少年最钦佩人物前十名排名中,教师、父亲、母亲分别名列第 1、第 3 和第 4 位。

就“师长崇拜”的性质来说,它可谓是传统儒教思想中“孝敬父母”、“尊长爱幼”及“师道尊严”等思想的延续。在九七香港回归之前的很长一段时期内,香港由于对殖民文化的排斥,传统文化得以延续并壮大。由此,教师、父亲、母亲、兄长、姐姐和周围的年长朋友都会自然成为那个时期青少年的偶像。在这层意义上讲,香港的“师长崇拜”主要是传统文化作用的表现。

就“师长崇拜”的形成来说,香港上一代青少年之所以相当程度地选择教师和父母为其崇拜对象,一方面当与香港社会和学校教育中敦厚的儒教传统有关,另一方面也与香港社会上一代青少年成长中,没有得到明确的偶像或榜样推介有关。具体地说,在上一代人的成长过程中,香港青少年的偶像崇拜基本是处于自然选择状态,政府教育部门和相关社会团体都没有明确地向他们推介过什么特殊的偶像或榜样人物来加以认同,而且在那个时期,偶像与榜样的界限也不像今天这么突出、明显,教师和家人都可以成为青少年最崇拜的人。由此,那个时代的青少年选择什么崇拜对象,完全是家庭、学校和社会影响的综合作用所致。在这种环境下,传统的儒教思想就家庭和师生关系的影响即可发挥更大的作用。

(3) “三星崇拜”:当今内地、香港青少年偶像崇拜的核心

20世纪80年代中期以来,随着高科技和大众媒介的不断发展,流行文化日益深入人心,“三星”人物也越来越占据青少年偶像崇拜的市场,成为他们精神和情感世界的中心。有报告说,对“三

星”的追逐占据了许多香港中学生的课余时间^①。在内地,随着改革开放的不断深入,青少年的偶像市场日益多元化、娱乐化和商业化。他们也越来越被港台和世界各地的“三星”人物所吸引,成为他们的追逐者。

就“三星崇拜”的个人特征来说,他们通常具有年轻貌美、个性突出、充满青春活力、相当富有、甚至反叛性强等特点。而从实际情况来看,“三星崇拜”多具有“流行性”、“青春性”和“情感性”等特点,虽其偶像崇拜当中包涵一定的价值内容,但主要内容是对偶像外部形象的欣赏与模仿。青少年偶像崇拜的对象往往都具有鲜明的,能够同青少年心理倾向相共鸣的外部形象特征。由此,刘德华、黎明、乔丹、赵薇等人会成为当今青少年迷恋的偶像,绝非偶然。

就“三星崇拜”的性质来说,它本质上是一种以人物为核心的社会学习和依恋。即,它以一种颇为直观的、非理性的、神秘化和神圣化的社会认知来看待偶像人物,对他们实施直接性模仿、全盘性接受和沉湎式依恋。它可使青少年产生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。换言之,“三星崇拜”的形成过程本质上是个体对崇拜人物不断理想化、浪漫化和绝对化的过程。在此意义上,“三星崇拜”的

① Wong, S. W. & Ma, K. (1997). *A survey on the patterns of Canto-pop appreciation in Hong Kong*. Dept. of Applied Social Studies, City University of Hong Kong.

追逐也是某种光环效应的结果。它形成了一种夸大的心理倾向,把偶像看得好得不得了,而导致盲目信赖、崇尚的一种复杂的心理结构。由此,偶像在其崇拜者心目中是神圣不可侵犯的,任何人攻击和侵犯其崇拜对象的行为,也等于对他们本人的攻击,是不能容忍的,他们会尽全力来维护其偶像的尊严。

就“三星崇拜”的形成来说,它本质上是当今社会大量的新闻炒作和商业包装的结果,因而具有很大的商业性和功利性。换言之,每个明星人物的推出和宣传都包含着巨大的媒介和商业利益在里面。每个明星人物的生存与发展通过媒介和包装公司的推广,再通过其迷恋者的不断追逐与奉献来扩展生存空间。由此,明星与其迷恋者之间形成了鱼和水的关系,他们相互依赖,密不可分,而联接他们之间的桥梁就是有关其明星的各类商品。在这层意义上讲,当今的“三星崇拜”的形成主要是商业化作用的结果。



披头士乐队抵达香港时,欣喜若狂的歌迷

最后,值得特别强调的是,“榜样崇拜”与“三星崇拜”之间有两点本质不同:(1)“榜样崇拜”本质上是以教育和政治利益为出发点的,而“三星崇拜”本质上是以经济和市场利益为出发点的;(2)“榜样崇拜”本质上是政府推荐给青少年的,有很大的教育性,而“三星崇拜”本质上是青少年自己的选择,有很大的娱乐性。

当今社会的青少年偶像崇拜,越来越受社会环境,特别是大众媒体的支配。在此基础上,无论是内地的“榜样崇拜”,还是香港的“师长崇拜”,都殊途同归,被“三星崇拜”的巨大洪流所席卷,一统天下。这突出表明,在当今社会,大众媒体的深刻影响及其背后的巨大经济利益已使青少年偶像崇拜这样一个阶段性心理学现象,日趋商业化、娱乐化和功利化。青少年大多视歌星、影星和体坛明星之“三星人物”为其绝对的精神偶像,他们欣赏的多是其表面形象,缺乏对其深刻内涵的认同基础。在此意义上讲,对青少年偶像崇拜代沟变化的研究也是对整个社会变迁的研究。偶像和榜样,这两个原本十分接近的概念,越来越被拉开距离,越来越成为对立的关系。具体地说,偶像的形象越来越被神圣化、神秘化,而榜样的形象越来越被平常化、平凡化。例如,大陆学者薛晓阳就指出^①,内地的某些中学生坦言,他们现在不需要榜样,而需要偶像。这是对内地多年来实施的“榜样崇拜”的最大挑战。

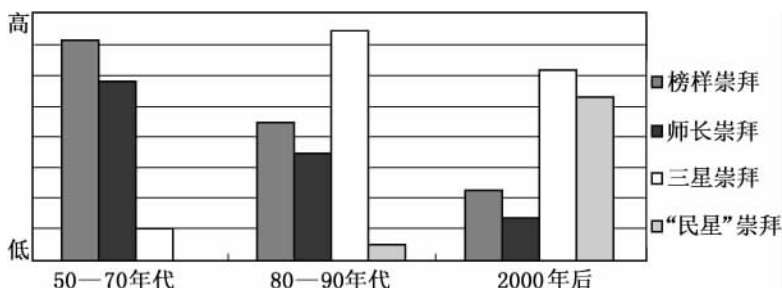
综上所述,无论是内地的“榜样崇拜”,还是香港的“师长崇

^① 薛晓阳:《偶像教育,教育理论的新概念》,《教育评论》,1997年第1期,22—25页。

10. “民星”崇拜分析

拜”，都殊途同归，被“三星崇拜”的巨大洪流所席卷，一统天下，并且在内地发展出“民星崇拜”的新趋势（见图表 1.5）。

图表 1.5 青少年偶像崇拜变迁差异示意图



偶像崇拜 5 我的偶像

香港城市大学青年研究室的黄成荣博士曾经这样回忆自己青少年时期偶像崇拜的行为^①：

在我年少的时候，我很喜欢将偶像的数据剪下来，贴在一本画册上。还记得，我的偶像有功夫巨星李小龙、摔跤手马兰奴、铁金刚⁰⁰⁷ 康纳利及卡通人物蝙蝠侠。每当报章上有上述电影或人士的报导，我都会将资料剪下，重复欣赏一番。

可能你已经发觉我的偶像都与动作主角有关。由于我自小喜欢功夫，又常常看电视，当看到这些节目时，幻想自己化身为英雄人物，心里有一种超然的能力感。

^① 岳晓东、黄成荣：《生命教育之偶像崇拜探讨》，香港城市大学青年研究室，2005年。

2003年,由全国17家主流媒体联合推出的“20世纪十大文化偶像”评选活动中,出现了“鲁迅与张国荣齐飞,巴金共周星驰一色”的有趣现象:鲁迅、巴金与张国荣、周星驰同登20世纪十大文化偶像的大榜。在评选活动中,争议最多集中在“怎么能把鲁迅、巴金这样的文学巨匠和张国荣、周星驰这样的娱乐明星相提并论”,而这种问题的提出,正是偶像崇拜代际差异的突出体现。上一辈的人推崇“精英文化”,他们认为,文化偶像应该是指在某一领域的佼佼者,在生活中是一个有道德、有操守、高尚的人,是人们学习的楷模;深受“大众文化”影响的年轻一代则认为电影表演艺术和流行音乐都应该归于文化的范畴之内,代表着21世纪的新兴文化。张国荣和周星驰在自己的领域内都做得非常出色,同属华人艺人中的佼佼者,因此完全有理由入选榜单。

诚如内地学者何宇红指出的那样^①,不同时代的人们在自己的心目中有不同的崇拜对象,不同年龄层的人们崇拜对象也各有不同。而年长的一代,即便和今天青少年们“择偶”的方式有着千差万别的区别,他们也都在年少时追逐理想和偶像人物。

因为,归根到底,没有偶像的一代是可悲的,可是有了偶像的一代又是可叹的。青少年的追逐和投入,就这样在不断循环上演,偶像明星也就在这样的崇拜中新人换旧人,从而共同谱写出了一

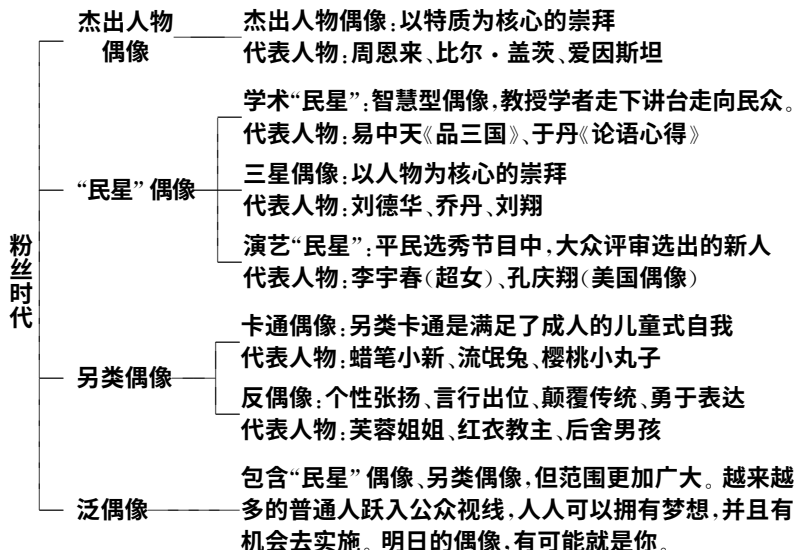
① 何宇红:《崇拜心理的历史根源及现状分析》,《湛江师范学院学报》,1994年第2期,105—111页。

10. “民星”崇拜分析

一个新崇拜时代。

最后,当偶像由最原始的偶人本义发展至今天另类偶像、平民偶像“飞满天”的时代,我们有必要在此对偶像的不同概念和外延做一个概括和界定,以帮助广大青少年对自己所崇拜的对象有更清楚的认识,也帮助教育工作者可以有的放矢地倾听孩子们的心声:现代传统意义上的偶像包含什么?明星偶像中为什么要区分学术明星和演艺明星?另类偶像中为什么不仅仅只有芙蓉姐姐,而且也包括了卡通漫画甚至网络游戏中出现的虚拟偶像?有人提倡我们已经迈入泛偶像时代,泛偶像又和反偶像、另类偶像、非偶像之间存在着什么区别?在此,我愿意用下图将上述问题一一作出解答:

图表 1.6 粉丝时代的偶像



图表 1.6 为我们这个缤纷多彩的时代所出现的偶像们进行了一个全盘式的概括和总结。早在 2002 年的时候,我就曾经提出过偶像崇拜将会出现一个“大同世界”^①,即“我学人人,人人学我”,我们每个人都可以成为他人崇拜的偶像或榜样。现在看来,这个“偶像大同世界”已经到来。偶像已经不再只是崇高的代名词,偶像也不再意味着需要芸芸众生的致意或者致敬。“全民皆偶”的悄然来临,暗合了社会思想更加活跃的节奏,也挠到了大众迫切需要新刺激的痒处,大众得到的是一个偶像频出的惊喜,偶像制造的话语权终于告别了所谓的高度和权威,回归其最质朴的方式,那就是“粉丝就是我,我也是偶像”的新崇拜时代。

偶像探视 10 :鲁迅——韩国知识分子的偶像

“在场的一个朋友告诉鲁迅先生我来自韩国,非常想见他一面。鲁迅先生听完后,再次握住了我的手,此时我感到鲁迅先生已经是一个熟稔的朋友。听到鲁迅先生在上海逝世的噩耗,我抹去泪水,拿起笔来写下失去师长的悲痛。作为朝鲜人,何止我一人拿起笔来悼念鲁迅先生?”写下这段文字的是韩国青年诗人李陆史。二十世纪二三十年代,韩国还被日本占领,一些不堪受辱的韩国文人流亡到了中国。这期间,很多韩国青年知识分子与鲁迅建立了深厚的友谊,这其中就包括李陆史。

① 岳晓东、张宙桥:《青少年明星崇拜与杰出人物崇拜:香港与内地 1998—2001 年的研究与思考》,《青年研究学报》,2002 年第 2 期,179—191 页。

10. “民星”崇拜分析

1931年,李陆史来到中国开展独立运动。第二年,他进入国民政府军事委员会为韩国军人举办的干部训练班学习,之后他往来于韩国和中国并从事文学创作。1932年6月,在人权保障同盟副主席杨杏佛的葬礼上,李陆史与鲁迅第一次相见。鲁迅谦逊的为人、深刻的思想使李陆史很受感动。1936年鲁迅去世,李陆史撰写了《鲁迅悼文》,并介绍了鲁迅的生平及其文学世界,记录了他本人和鲁迅交往的情况。《鲁迅悼文》生动地描绘了4年前他在葬礼上偶然遇到鲁迅并与之握手的情景。虽然只是短暂的相见,但他对鲁迅的仰慕之情溢于言表。后来,李陆史被日本宪兵逮捕,1944年1月在北京监狱壮烈牺牲。

像李陆史一样对鲁迅怀有崇拜之情可以说是当时韩国知识分子“鲁迅观”的真实写照。鲁迅,这个名字第一次被介绍到韩国是在1920年。这一年,韩国小说家梁白华在《开辟》杂志连载了他翻译的《以胡适为中心的中国文学》,文中称鲁迅是大有前途的作家。20世纪20年代,鲁迅的作品开始传到韩国。其中,影响最大的是韩国人柳树人翻译的《狂人日记》,这是外国人翻译鲁迅小说最早的一篇。

对于当时被日本帝国主义侵占家园的韩国人来说,以作品为“匕首和投枪”的鲁迅无疑是他们寻找希望和出路最好的精神寄托。作为深刻的思想家,鲁迅对现实的解剖和对历史的洞察很容易引起韩国人的共鸣。鲁迅对日本帝国主义和中国封建主

义的犀利批判,让韩国文人感同身受。因为,他们有着与中国人民相似的文化基础,也有着相似的民族命运。鲁迅精神激发了韩国文人对日本殖民者的反抗。

来源:《环球时报》,2005年12月27日,
《20年代鲁迅震撼韩国文坛,成知识分子偶像》

点评:

郁达夫曾经在纪念鲁迅逝世时著文说:“一个没有伟大人物出现的民族,是可怜的生物之群;有了伟大的人物而不知尊敬的民族,是没有希望的奴隶之邦。”这些年来,“挑战”或攻讦鲁迅的人可谓多矣,有家出版社甚至出了一本厚厚的书,书名就是《谁在挑战鲁迅》。然而可以肯定的是,尽管时代在变,尽管年轻的一代越来越远离传统,但对类似鲁迅这样民族脊梁之崇拜爱戴,是不会改变的。

岳博士论偶像

- ❖ “偶像”就是制造出来的,从古至今均不例外。
- ❖ 当今偶像,其性质已不再代表神明和权威,而主要代表了利益和利润。
- ❖ 远古的偶像是拟人化了的神;而今的偶像是神化了的人。
- ❖ 偶像崇拜的变迁,是人们思想行为和社会时代变迁的共同

反映。

- ❖ 偶像崇拜变迁的原因来自于“大众文化”的变迁影响。
- ❖ 我们已经进入一个反偶像的时代,正统的“偶像文化”被有意识地颠覆,我们告别英雄、躲避崇高。
- ❖ 偶像已经不再是被别人“塑造”的,而是公众以自我喜好为标准选择出来的,这其中正孕育着一种平民偶像的精神。
- ❖ 现代的粉丝们已经不再相信自己的偶像是完美无缺的,他们信奉的哲学是“与偶像一起成长”。
- ❖ 无论是“泛偶像”、“反偶像”,还是“非偶像”,“民星偶像”成为当代青少年偶像崇拜的核心,迎合了青少年追求个性、敢于张扬自己的年龄特征。
- ❖ 没有偶像的一代是可悲的,可是有了偶像的一代又是可叹的。

第二章

什么是偶像崇拜

什么是偶像崇拜——

偶像崇拜就是我们的一种真切而急迫的渴望

题 记

一天,欣突然问我:“你这么爱刘德华,可他却不知道你的存在,你不难过吗?”其实我也为这个问题伤心过无数次。可我始终认为,纵使 he 不知道我的存在,纵然我对他的爱得不到回报,我也不会后悔,永远不会!猛然间,我想起了一句不知在哪本杂志上看到的一句话:“隔着距离看,朦胧才是美。”我禁不住潸然泪下,电台正在播放张惠妹的一首《爱到不能收》,愿这首歌能随着电波传到远方的刘德华那里,但愿他能够感应到我对他的爱,永远,永远……

——摘自《心有星星结》

上述这段话道出了追星族的一个共同烦恼——爱无回报难自拔。

不知始自何时,一个偶像的出现,犹如天空中浮过一道彩虹,突然占据了少男少女的整个情怀。于是乎,什么“爱意绵绵,情思切切”,“天地悠悠,有情相守”,“天长地久有时尽,此恨绵绵无决期”,“你是风来我是沙,缠缠绵绵绕天涯”之类的句子不再是文学描述,而是实实在在的生活体验。但是,爱也温馨,情也真切,不可改变的事实是这一切都是单相思,独厢愿。于是,痴男痴女们千万次会问:远在天边的你,知道我为你付出的这一切吗?

那么,爱无报,情无应,为什么还要“我心依旧,爱无止境”呢?
痴情男女们就是不明白自己是中了什么邪,怎么这样自讨苦吃还
心甘情愿?

11. 什么是崇拜

要了解偶像崇拜,必须首先理解什么是崇拜。

什么是崇拜呢?18世纪法国资产阶级启蒙运动的旗手,被誉为“思想之王”、“法兰西最优秀的诗人”的伏尔泰^①,当他以84岁高龄从法国东部的费尔奈来到巴黎时,他被当作一个神灵英雄式的人物而受到欢迎和礼遇。所有的人都无限地崇敬他,地位高的人甚至把自己装扮成酒馆的侍者来欢迎他。女士们从伏尔泰的皮毛大衣上拔下一两根毛,当作圣物来保存。在当时整个法国,没有任何最高、最美、最高贵的人物不感到伏尔泰这个人更高大、更神明、更高尚。

从法国人对伏尔泰的崇敬中,可以体味到崇拜给人们带来的力量。

① 伏尔泰(Voltaire, 1694年11月21日—1778年5月30日),法国启蒙时代思想家、哲学家、作家,被尊为“法兰西思想之父”。

按照《辞海》的解释,“崇拜”一词可以阐意为“尊崇钦佩之至”。其他权威性词典中,对崇拜的解释也大体相同。《汉语大词典》这样解释:“尊重拜授;尊崇奉拜;尊重敬佩”;《中文大辞典》对崇拜的解释是:“尊敬也”。

“崇拜”一词在英文中是 worship,特指在宗教仪式中所信奉上帝的敬仰和尊崇。这个词在神学范畴中的正式表述是 Cult。Cult 来源于拉丁文 *Cultus*,原意是礼拜、祭祀等宗教活动,转意为崇拜,德国哲学家黑格尔^①(Hegel)在谈到崇拜这种现象时,阐发了一个很深刻的思想,这就是:崇拜的过程是自我人格放弃的过程。在崇拜中,现实的自我被神抹煞了,劳动者为了使神对自己有好感,把自己看成是依附于神的。他认为,崇拜仪式是一个共同的活动或事情,也可以说是每个人都要参加的个别的事情或劳动,这种劳动的目的是为了神的光荣^②。崇拜的概念直到后来,才在逐步发展过程中扩展到了宗教以外的领域,比如偶像崇拜、英雄崇拜等等。

苏国红在《妒忌及其负作用的抑制与转化》一文中这样解释现代意义上的崇拜概念:“人在‘现实’与‘理想现实’之间的不平衡状态就是崇拜”,更进一步的,“崇拜与被崇拜者之间,一般都具有不可比性,崇拜者能够清醒地看到两者之间的差距。崇拜中表达了

① 格奥尔格·威廉·弗里德里希·黑格尔(Georg Wilhelm Friedrich Hegel, 1770年8月27日—1831年11月14日),德国哲学家。

② 黑格尔:《精神现象学》(下卷),贺麟、王玖兴译,商务出版社,1979年版,204—208页。

人渴望、羡慕、敬佩、赞美欣赏的情感,体现了希望成功,追求完美的心态”^①。罗晓珍对崇拜也下了类似的定义:“崇拜是崇拜者对被崇拜者怀有的一种尊敬、钦佩的情感和心态,一般来说是在两者之间有在不可比的情况下发生的,反映了崇拜者希望成功和追求完美的渴望。”^②

崇拜到了极致往往走向痴迷,尤其对于这些心智尚不成熟的青少年,一些所谓的先锋姿态恰好挠到了当今青少年价值观的痒处。有报道说,太原一中学少数中学生模仿 F4 的行为,被师生们称为“春秋五霸”;大连一女孩儿因为母亲批评自己的偶像,没有给自己买偶像的 CD,这个平日里的优秀学生甚至不惜以自己如花的生命为崇拜而殉葬。孩子的母亲到现在也不明白“崇拜到底是怎么回事,心里到底是什么状态?”

偶像探视 11 李白的“粉丝”崇拜者

李白是唐代诗坛上的一颗巨星,被历代文人称为“诗仙”,杜甫的诗句“笔落惊风雨,诗成泣鬼神”,就是对李白诗歌成就的十分形象的概括,除此之外杜甫的《赠李白》(秋来相顾尚飘蓬,未就丹砂愧葛洪。痛饮狂歌空度日,飞扬跋扈为谁雄),是在他与李白交往的早期写就的。短短 28 个字,写尽了李白的精神、

① 引自祥贵:《崇拜心理学》,大众文艺出版社,2000 年版,4 页。

② 罗晓珍:《关于当前我国青少年偶像崇拜的理性认识》,华中师范大学硕士学位论文论文,2004 年。

神态、性格和嗜好，是一幅形神兼备的“诗仙”李白的生动画像。

魏万。又名魏颢。与李白同时代，是李白崇拜敬慕者，“长卿慕蔺久，子猷意已深，平生风云人，暗合江海心”（魏颢《金陵酬翰林谪仙子》），魏颢称李白为“翰林谪仙子”，说他自己就像司马相如慕蔺相如之为人，王子猷忆戴安道之意深一样长久地倾慕着李白，认为李白平生行事为人，颇与自己“暗合”。为了能见到心目中的“谪仙”，他“自嵩、宋沿吴相访，数千里不遇，乘兴游台、越，经永嘉，观谢公石门，后于广陵相见”（李白《送王屋山人魏万还王屋》）。在交通极不发达的唐朝，花了半年多时间，走了数千里冤枉路，终于见了偶像一面，这份死心塌地，让今天满大街抢手机的“玉米”和“凉粉”们汗颜。

杜甫和李白见过数面，后来写了很多想念李白的文章，甚至说他“世人皆欲杀，吾意独怜才。”对李白的崇拜和景仰，更是溢于言表，跃然诗中。

韩愈写过一首《调张籍》诗：“李、杜文章在，光焰万丈长，不知群儿愚，那用故谤伤。蚍蜉撼大树，可笑不自量。”显然，他对李白是十分尊崇的。

到了宋代，欧阳修更喜爱李白，而王安石更喜爱杜甫，曾因此有过争论。

明代，提倡诗必盛唐的前后七子，诗学杜甫，而对李白同样赞赏备至，李攀龙、王世贞、谢榛对此都有所论述。

四大才子中，力求摆脱复古束缚的祝允明、唐寅，非常推崇李白。

看来李白早已成为历史长河中的一颗璀璨之星！诗人和读书人的偶像！

部分摘编自：《新世纪周刊》，2006 年第 30 期，《粉丝考》

点评：

崇拜是种力量，是种热情，是种疯狂，可以让人放弃所有，痴迷地投入到一场追逐偶像的运动中。当偶像在崇拜者心目中占据着无法被取代的地位时，还有什么可以阻止崇拜者那已经失控的心灵呢？所以，无论是法国的伏尔泰，还是古代的李白，抑或是现今的超女，崇拜是人类亘古不变的永恒主题。

12. 中国的民间崇拜

中国的民间崇拜包括以下三个方面：一是对存在于自然界的自然物和自然现象的崇拜；二是对人的灵魂信仰转化而成的祖先崇拜；三是对附会以超自然力的实有人物神化或半神化的崇拜。中国的民间崇拜可以说离不开中国的民间信仰。中国古代的民间信仰经历了东汉佛教的传入和同期产生的道教的影响，还继承了儒家的圣贤崇拜思想。许多有关人物的神异传说渐渐在民间沉积

为特定的信仰,甚至把许多毫不相干的穿凿附会之说强加于某人身上然后予以崇拜。

在中国民间信仰中,这样的崇拜大致有三种:一是神人,二是仙人,三是圣人。

神人崇拜

在中国古代的神话传说中有许多被神化了的历史人物、地方人物,这些人物不仅在民间传说中拥有神奇的功绩,而且还被民间供奉或祭祀,享受民间的膜拜。在这些被民间崇拜的神人中,有神化了的古代思想家、哲学家,如春秋时期的老子李耳;有神化了的高僧高道,如十八罗汉、布袋和尚、济公、王灵官;有神化了的古代忠臣名将,如关圣帝君、二郎神杨戩。此外,也有为民间做出重大善事而被神化的海神天妃妈祖、水神李冰父子、门神秦琼、尉迟恭,另有行业神的酒神杜康、茶神陆羽、工匠神鲁班、纺织神黄道婆、艺神柳敬亭、医药神扁鹊,以及保护一方水土的各地城隍,也往往是当地公认的善贤者神化的。

由道教鼻祖老子李耳神化为太上老君,甚至被道教遵奉为“太清道德元尊”,被唐高宗册封为“太上玄元皇帝”,奉祀于太清宫成为略低于玉清元始天尊和上清灵宝天尊的大神。这是神化人物崇拜的最有代表性的神了。

这种神人崇拜是中国民间信仰中万灵崇拜的独具特色部分,是把对超自然力的幻想崇拜附会在固定人物身上的一种世俗信仰。

仙人崇拜

道教形成以后,服气炼丹,追求不死,最后炼化成仙的思想在中国民间传播开来,最终形成一种对仙人的崇拜,最著名的大概就是“八仙过海”的民间传说了。仙化与神化有其相同与不同之处。相同处是这些仙人或神人的原型本体是人,都是实有其人,他们也都赋予了超自然力的灵异。但是,神人与仙人有重要的区别,那就是神人的神化过程是在该人物死后被附会成神灵的,而仙人的仙化过程则是该人物有生之年即得道修炼,最后羽化成仙。

根据《神仙传》这部东晋道家葛洪所撰写的名著解释:“仙人者,或竦身入云,无翅而飞;或驾龙乘云,上造天阶;或化为鸟兽,游浮青云;或潜行江海,翱翔名山;或食元气;或茹芝草;或出入而人不识,或隐其身而莫之见。面身异骨,体有奇毛。率好深僻,不交流俗。”唐末五代的名道杜光庭在《墉城集仙录》中,将仙分为“九品”:一为上仙,二为次仙,三为太上真人,四为飞天真人,五为灵仙,六为真人,七为灵人,八为飞仙,九为仙人。这种等级排列,对于民间信仰而言是无关紧要的,只要他们的原型是人,就都称为仙人。

值得注意的是,对仙人的崇拜和战国中期流行的神化方术之说密不可分。人们在现实生活的苦难中为了逃避、解脱便产生了强烈的不食人间烟火、寻求世外桃源的愿望。长生不老、凌空神游,都是为仙道的主要内容。民间的仙道信仰,是一种基于个人信仰的崇拜,所依据的主要是各种奇异怪诞的神仙传说。这也正是所有受崇拜人物都有一个或多个仙化了的传说世代流传,同时也

是他们的尊像被人们供奉于仙宫神殿里享受香火的原因。

圣人崇拜

中国民间信仰中对于人物的崇拜,最为直接的就是对于圣化了的人物的供奉与崇拜。所谓圣化,即对这些人物崇拜依据既不是死后显现神灵,也不是长生不死显示仙技,而是其人在世时,表现了大德、大智、大勇,其文治武功为世人敬仰、敬慕,并把他们推举至神位,赋予一定的神性。民间崇拜大圣大贤,主要崇拜他们为国为民建立的功德,通过祭祀的制度、方式和手段,表达民众对他们的爱戴。因此,圣人崇拜是民间崇拜中最贴近历史生活真实的崇拜形式。

与前面的神人崇拜、仙人崇拜相比较,民间信仰中的圣人崇拜基本都是以儒家思想为根基,表现为对品德节操等方面精神上的崇尚、敬仰,而对神人、仙人的崇拜,除了敬畏之外,主要是对神仙有功利方面的具体诉求。因此,民间对大圣大贤的崇拜更多是用传统的庙祀形式表达对圣人贤人的追念,是民间崇拜的独特形式。

另一方面,在民间信仰中,对所有庙祀圣贤都赋予了地方或族群保护神的神灵职能。比如,仓颉被历代胥吏奉为文书案牘行业保护神;岳飞崇拜,早在宋代就被奉为太学守土之神,道家又把他附会为因果报应的速报之神,甚至有的还附会为财神、门神;屈原崇拜也于明代附会为江渚护神。一些圣贤也常被民间尊为土地神,更有一些圣贤被民间广为崇拜。如关羽很早便被附会为大显

神通的神人或仙真了。另外,许多圣贤的遗迹,也多被赋予传奇色彩,如包公祠的“廉井”水,贪官不敢喝,李太白祠的捉月台被附会为李太白飞升成仙处。

偶像探视 12 中国行业神崇拜

行业神又称行业守护神,行业保护神,是从业者供奉的用来保佑自己和本行业利益,并与行业特征有一定关联的神灵。行业神崇拜是人类信仰史中的一个过程,是民间信仰的一种类型。

神是人造的,行业神是从业者根据自己的需要和一定的标准,从自己所知的材料中选择某一对象制造出来的。所选对象包括人和神。由人变为行业神,是将人神化,使之具有神的特征;由其他神变为行业神,则是神性、神的职司的转换。前者如木匠所奉鲁班,茶叶商所奉陆羽,皆由血肉之躯的凡人被神化为行业神;后者如厨业所奉灶神,梨园业所奉二郎神,皆由民间一般神祇转变为行业神。不论奉某对象为祖师神,还是单纯保护神,都是有一定根据或理由的。

原始宗教自然崇拜的遗风对行业神的形成有一定影响,表现为行业神中有一些神是自然神或渊源于自然崇拜的神。

自然神指自然物本身及其拟人形态。行业神中的自然神主要是动物神和天象神。动物神,如当铺奉老鼠为号神(耗神),猎人奉老虎为山神,戏班、妓院、巫师奉5种动物为五大仙,农民奉害虫为神虫,献县农家奉一种形如布囊的虫子为青苗神。天象

神,如北京农园所奉“三皇十四配”中有太阳星,内江柑业供奉太阳神,解州池盐业供奉盐风神等。

行业神在从业者的心目中是行业的佑护者和救星,他们相信所奉之神能保佑自己消灾纳福,并相信自己所获得的成功是神佑的结果。某些行业对祖师的崇拜能起到激发和增强从业者敬业精神的作用。由于祖师爷在从业者心中占有崇高地位,从业者认为行业技艺是祖师爷留下的,“玩艺(技艺)丢了,对不起祖师爷”,所以特别珍重“祖师遗业”,并努力继承和发扬。

来源:李乔:《中国行业神崇拜:中国民众造神运动研究》

1990 年版,中国华侨出版公司

点评:

崇拜神灵的产生,来自于古代人民对大自然的敬畏。自然界是喜怒无常的,有时赐予,有时剥夺。古时候的人们希求得到更多、更大的赐予,避免或减少对自己的剥夺,唯一的办法,就是拜倒在自然的面前,将其神化,无可奈何、可怜巴巴地祈求自己所创造的自然神灵。自然界的一切现象、事物都成了他们祈求的对象——神灵。

自然崇拜与人的社会存在着密切关系,古时候的人因其生活环境不同而具有不同的自然崇拜对象及活动形式,具有近山者拜山、靠水者敬水等地域及气候特色,反映出人们祈求风调雨顺、人畜平安、丰产富足的实际需要。

13. 偶像崇拜

偶像崇拜是人类社会性的一种体现,任何民族、社会都存在着这种文化现象,只是他们所崇拜的偶像形式、程度与时间的延续性上存在着区别。

对偶像的崇拜始于原始的图腾崇拜。图腾崇拜是人类原始社会最早的一种宗教信仰现象。“图腾”一词源于印第安语“totem”,意为“它的亲属”,“它的标记”。在原始人信仰中,认为本氏族人都源于某种特定的物种,大多数情况下,被认为与某种动物具有亲缘关系,于是,图腾信仰便与祖先崇拜发生了关系,在许多图腾神话中,认为自己的祖先就来源于某种动物或植物,或是与某种动物或植物发生过亲缘关系,于是某种动、植物便成了这个民族最古老的祖先。例如,“天命玄鸟,降而生商”(《史记·殷本纪》),玄鸟便成为商族的图腾。因此,更确切地说,图腾崇拜是对祖先的崇拜。虽然制成的土木偶像敬拜与原始图腾崇拜形式不同,由图腾物像改换为天帝、六宗、山川、群神,其实质在性质和精神上并无大的分别。轩辕至尧舜都行“类(敬)于帝,禋(祭)于六宗,望于山川,辨(遍)于群神”的祭拜活动(《史记·五帝本纪》),《礼记·祭法》也有“有天下者祭百神,

诸侯在其地则祭之，亡其地则不祭”的说法。可见，早期的崇拜带有宗教和神化的特质。中文“崇拜”一词，始见于《南齐书》卷二，是在讲到左仆射的职权范围时，有“临轩崇拜”一项，显然是指对帝王的崇拜。所以，后期的崇拜主体，是由那些江山轮流坐的帝王将相担当的。

在这其中，随着人格化神的出现，偶像崇拜越来越成为人类自我意识的产物，并时常表现为狂热、盲从、缺乏独立自主精神，片面强调个体的作用并加以神化。特别是在当今社会的青少年偶像崇拜中，其狂热性和盲从性也尤为突出。这一方面可补偿青少年自我确认过程中因脱离对父母的依赖而产生的情感真空，另一方面也可使青少年对其偶像人物想入非非，产生某种超现实的情感体验，并沉湎于对某种远离现实生活的人格形象和生活方式的梦幻当中。

崇拜心理是一种特殊的心理学现象，它原始自人类对大自然神威的崇拜。随着人格化神的出现，人类的崇拜心理发生了质的变化。偶像崇拜越来越成为人类自我意识的产物，是伴随意识觉醒和认识发展出现的观念形态。它体现了人类对自我和环境的理解和体验，并影响和制约着人类的情感、意志和行为。在心理机制上，它时常表现为情感失控、情绪狂热、缺乏正常的独立自主精神，片面强调个体的作用并加以神化。

心理学认为，偶像崇拜是个人对其喜好人物的社会认同和情感依恋。奥地利著名心理分析学家弗洛伊德(Freud)^①认为偶像

① Freud, S. (1925). Three contributions the sexual theory. *Nervous and Mental Disease Monograph Series*, 7, 226. New York: Farrar, Strass & Giroux.

崇拜是青少年性发展的标准方向,因为青少年增强的欲望冲动不能只指向父母及同辈人,也需指向像偶像这类较远的人。美国心理学家弗洛姆(Fromm)^①认为偶像崇拜是一种对幻想中杰出人物的依恋,这种幻想常被过分地强化或理想化了。美国著名发展心理学家艾里克森(Erikson)^②则将偶像崇拜理解为个体将儿童时期对父母之养育式依恋转移到青少年时期对异性的浪漫式依恋的一种表现。就青少年时期的心理变化而言,偶像崇拜可以是青少年自我确认的重要手段。青少年需要从对不同杰出人物的认同和依恋中肯定自我的价值^③。青少年从自我迷茫和自我确认的拖延状态中走出来,时常需要经历一些冒险,也不接受任何说教和过早的自我确认。在这当中,对一些成年或同龄的偶像认同可使青少年寻求更高的价值并为进入成年角色做好准备。

社会学认为,偶像崇拜是个人对暗示的一种响应^④。社会互动理论(social interaction theory)把个体在接受暗示后对社会情境中某一个人或团体行为学习的过程称为模仿。模仿的关键不在于暗示的性质,而在于能否对此暗示做出相类似的反应。在这当中,偶像崇拜可以看作是对社会文化日益标准式、快捷式的大众文

① Fromm, A. (1967). *Ability to love*. New York: Farrar, Strass & Giroux.

② Erikson, E. (1968). *Identity: youth and crisis*. New York: W. W. Norton & Company.

③ Blos, P. (1967). The second individuation process of adolescence. *Psychoanalytic Study of the Child*, 22, 162—186.

④ 谢宏忠:《偶像崇拜与青少年社会化》,《青年研究》,2001年第6期,20—22页。

化之回应。西方许多文化学家都对大众文化做过概括。理查德·汉弥尔顿曾把大众文化的特征归纳为：“普及的、短暂的、易忘的、低廉的、大量生产的、年轻化的、浮华的、性感的、欺骗性的、有魅力的、大企业式的。”^①在大众文化的催生下，偶像成为了个体主动模仿的对象。对于青少年群体来说，这样的模仿行为填补了他们在社会化过程中的情感空虚。一方面，青少年需要寻找情感、理想可以寄托的对象；另一方面，大众文化总在恰到好处的时候塑造出这一对象，虚幻的如文艺、影视作品人物，真实的则是生活中颇具影响力的名人、权威。2005年风靡全国的“超级女声”活动票选的总冠军李宇春，与其说她以其率真的性格、独特的舞台风格赢得了万千拥戴者的痴心崇拜，毋宁说这是契合了青少年群体的模仿心理。

通过以上叙述可知，偶像崇拜始于原始图腾崇拜，经历了从图腾物像到天帝神灵再到帝王的崇拜过程，属于宗教学的内容。而当代偶像崇拜，早已不再取其宗教学的含义，崇拜也不再与任何宗教仪式有关。特别是在本书中，偶像特指青少年所认同并欣赏的人物，崇拜则是崇拜对象所激起的崇拜者的心理行为反应。可以这样认为，现在的偶像崇拜，是对古代偶像崇拜的一种现代形式的转换与延伸，并且崇拜的方式也早由以往的土、木、石、金属制成偶像膜拜转为媒体刊载书画、播放录像录音及大街小巷张贴广告画、

^① 引自丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡等译，北京三联书店，1992年版，120页。

室内挂明星像和各种签名留念等现代形式,从而形成一种广泛性的
的大众普及化明星式的偶像崇拜,表现出新的特征。

偶像探视 13 名人们的偶像崇拜

一、柴可夫斯基崇拜托尔斯泰

柴可夫斯基在第一次见到托尔斯泰后,就激动地写了如下的文字:

“1886年7月1日,我第一次去见托尔斯泰,心里惶惑不安,觉得十分害怕。我想,他只要瞧我一眼,就会把我心灵深处的秘密看透。在他面前,人绝不可能把自己心底里的邪念藏起来瞒过他。他会像一个医生检查病人的伤口那样,知道哪些部位最敏感。如果他仁慈(他该是仁慈的),便不去触摸这些部位,只用神情表示他什么都知道了;如果他无情呢,他就会要用手指头从最痛楚的地方戳进去。总之不管哪种情况,我都觉得可怕——不过他没有这样做。”

“这位最会透视人生的作家跟人相处的时候,显得单纯、直率而诚恳,一点也没有那种我原先害怕的‘洞察一切’的样子。无需‘提防’伤人,因为他压根儿不伤人。很明显,他不是要把我当作‘标本’来研究,而是只想跟我谈谈音乐。他对音乐极感兴趣。”

“……托尔斯泰坐在我旁边,听我弹奏我的第一部四重奏中的行板。我看见,眼泪从他面颊上流下来。在我此生中,作为一

个作曲家,我的奢望许是再也得不到比这更大的满足了。”^①

二、李泽厚崇拜鲁迅、冰心和母亲

学者李泽厚在谈及他青年时崇拜的偶像时,曾经这样说:

“之所以酷爱鲁迅、冰心和母亲,是因为鲁迅叫我冷静地、批判地、愤怒地对待世界;冰心以纯真的爱和童心的美给我以慰藉与温暖。而母亲讲的‘只问耕耘’的话语和她艰苦奋斗的榜样,则教我以求不求功名富贵、不怕环境困苦,一定要排除万难去追求真理的决心和意志。”^②

三、郭沫若的偶像崇拜情结

诗人郭沫若在《我是个偶像崇拜者》诗里面曾经呼喊道:

我是个偶像的崇拜者哟!

我崇拜太阳,崇拜山岳,崇拜海洋;

我崇拜水,崇拜火,崇拜火山,崇拜伟大的江河;

我崇拜生,崇拜死,崇拜光明,崇拜黑夜;

我崇拜苏伊士,巴拿马,万里长城,金字塔;

我崇拜创造的精神,崇拜力,崇拜血,崇拜心脏;

我崇拜炸弹,崇拜悲哀,崇拜破坏;

我崇拜偶像破坏者,崇拜我!

我又是偶像破坏者哟!

① 引自王星凡:《男人一生要做的50件事》,哈尔滨出版社,2004年版。

② 李泽厚:《走我自己的路》,安徽文艺出版社,1994年版,13页。

点评:

崇拜现象是普遍的,不仅广大青少年朋友有自己喜欢的明星,这些明星本身也有自己崇拜的对象。并且,值得特别说明的是,很多今日的明星,在尚未成名之前,正是以自己所崇拜的偶像为自己奋斗的目标,鞭策自己努力做到最好,进而成就今日的辉煌的。

14. 偶像崇拜与个人崇拜的区别

值得特别说明的是,偶像崇拜并不等同于个人崇拜。偶像崇拜在英文里的表达为 idol worship,或者叫 idolatry。idolatry 一词作对神像、幻象、偶像的崇拜解,其本义来自于古希腊语 *eidololatria*,这个复合词由 *eidolon* 和 *latreia* 两个单词构成,分别指代“形象、人物”和“崇拜”之意。由此,偶像崇拜并不拘泥于对某一个具体人物的崇拜,它也可以指代对人物形象或者思想的推崇。而个人崇拜在英文里的表达为 personality cult,德文是 *Person Kult*,俄文是 *KyJИбT JлNHHOCTH*。个人崇拜通常被用作贬义词,特指对单独一个在世领导人的夸大的过度崇拜,并且不表示对已经逝世的人的崇拜。这个词只出现在政治领域中,特别是发

生在那些刚刚独立的国家或在经历了革命后的国家内。国家领导人被人民冠以“解放者”或“救世主”的荣誉,人民大众把领导人提高到神化的地位,对领导人的赞扬和歌颂充斥各种媒体,并把他们的语录、书籍或演讲奉为真理。最著名的个人崇拜事例发生在苏联,对斯大林的个人崇拜开创了这类先河。小说家乔治·奥威尔在他著名的政治讽刺小说《1984》里刻画的“老大哥(Big Brother)”形象即是来自于斯大林的原型。

在我国,毛泽东曾经在 1958 年 3 月的成都会议上提出了“两种崇拜”的观点。他这样说:“个人崇拜有两种,一种是正确的。如对马克思、恩格斯、列宁、斯大林正确的东西,我们必须崇拜,永远崇拜,不崇拜不得了……一个班必须崇拜班长,不崇拜不得了;另一种是不正确的崇拜,不加分析,盲目服从,这就不对了。反对个人崇拜的目的也有两种,一种是反对不正确的崇拜,一种是反对崇拜别人,要求崇拜自己。”^①不幸的是,毛泽东本人也继斯大林之后,成为“正确的个人崇拜”的代表。“文化大革命”时期,对毛泽东的个人崇拜成为席卷全国的社会思潮,整个社会生活和人们的思想、活动,都被要求无限地突出一个人。毛泽东因此被推上了神坛,被贴上了“伟大的导师、伟大的领袖、伟大的统帅、伟大的舵手”等标签。在这种狂热的崇拜中,人们虔诚地把美好愿望寄托到崇

① 毛泽东:《在成都会议上的讲话》,1958 年 3 月 10 日,收录在《建国以来毛泽东文稿》第七册,中央文献出版社,1989 年版,108—125 页。

拜的对象身上时,实际上也就窒息了自己的创造精神和独立意识。



“文革”时期,对毛泽东的个人崇拜达到顶峰。

孙春山在他的著作《中国的个人崇拜——表现、危害、根源及克服的途径》里,做了这样的论述^①:

个人崇拜是对个人的神化,是对个人作用的夸大,这一点无论发生在哪一种社会形态中,譬如讲,在奴隶社会中,在封建社会中,在资本主义社会中,崇拜客体一般而言,都是剥削阶级的当权者。因而,十分清楚,崇拜客体 and 崇拜主体中的绝大多数人即广大人民群众,在阶级属性上有根本的不同,在阶级立场和阶级利益上也是根本对立的,在阶级感情上更是水火不相容的。崇拜客体 and 崇拜主

^① 孙春山:《中国的个人崇拜——表现、危害、根源及克服的途径》,河南人民出版社,1993年版,141页。

体之间的关系,诸如奴隶主和奴隶阶级、封建君主和农民阶级,其间都是剥削和被剥削、压迫和被压迫、统治和被统治的敌对关系。

由此可见,个人崇拜是一种异化的偶像崇拜,更多的倾向于政治领域,比偶像崇拜具有更多的盲从和非理性思维。

偶像探视 14 被操纵的个人崇拜

“政治崇拜是意识形态煽动的结果,文化崇拜是知识崇拜的延续,而娱乐崇拜是市场策划和操纵的结果。”著名文化批评家、同济大学哲学系教授朱大可说,“这是不同社会之树所结成的果子。”

在朱大可看来,发生在中国各个时期的崇拜运动,从来都是一种被操纵的运动。“你会看到,中国社会的崇拜是线性的和单一的,也就是用一种崇拜去替换另一种崇拜。”

对毛泽东的个人崇拜历史并不遥远,当年,毛泽东在天安门城楼上接见红卫兵的一刻,仍然不可磨灭地留在父辈们的脑海中,“毛主席万岁”的呼喊声,仿佛还没有消失,被凝固在 1966 年。这一年,在全世界的范围内,亦掀起了一场空前的崇拜毛泽东热潮:在法国巴黎五月革命的街头,狂热学生高举毛泽东画像向防暴警察投掷石块和汽油弹,引发法国 20 世纪最大一场反政府运动;在美国纽约的嬉皮游行中,毛主席语录成为取代《圣经》的信仰象征。至今,这一革命小红本,仍是世界上发行数量仅次于《圣经》的出版物。

人们把毛泽东推向了神坛,这位领袖的画像,如今在中国民

间,亦与佛祖、关公画像一样,成为祈运求福的象征物品。

对毛泽东的崇拜热潮,是一场不亚于树立孔圣地位的造神运动。而与毛泽东同一时代的另一政治人物林彪的命运,则恰好诠释了如此政治崇拜,亦不过发轫于一场受人操纵的运动而已。

曾几何时,作为毛泽东“最亲密的战友”林彪,曾在当时中国人所熟悉的“早请示、晚汇报”活动中也被尊为圣人。人们甚至在一日三餐前,也要恭祝这位共产党的副主席“永远健康”。

但一次政变未遂便令其跌下神坛,成为叛党叛国的历史罪人。

至20世纪70年代末,“文革”结束与毛泽东的辞世,使对其偶像崇拜的热潮亦与这场空前的浩劫一样,影响逐渐退去。填补人们信仰空洞的则是与“知识就是力量”及“实事求是”的口号相随的知识精英。

资料来源:《新世纪周刊》2006年第30期

《粉丝:被操纵的崇拜运动》

点评:

过分地推崇领袖人物,无限地夸大领袖个人的作用,对领袖个人的信任和依赖,超出对集体的信任和对群众的信赖,把一切功劳归于领袖个人,把一切希望寄托在领袖个人身上,这就是个人崇拜。

个人崇拜往往把领袖奉为“绝对权威”,使领袖偶像化,颠倒个人和组织、个人和集体的关系,使领袖处于组织之上;歪曲领

袖和群众的关系,不是要求领袖代表群众,忠于人民,而是要求人民忠于领袖个人。

个人崇拜的危害要远远大于偶像崇拜,现今年轻人崇拜青春偶像,虽然又哭又喊挺起劲,但多数一过青春期就“落花流水春去也”,并不值得担心。但如若出现一场个人崇拜运动,情况则不同了,很有可能重蹈“文革”的覆辙。

15. 偶像崇拜与榜样学习的区别

“榜样”一词在《新编新华字典》里解释为“值得学习或模仿之人”^①,英文中称为 Role Model,又进一步区分为正面榜样(positive role model)和负面榜样(negative role model)。前者指一个人的行为方式、价值观等对他人具有正面的影响,而后者则指这种影响是负面的。通常意义上说来,提到榜样的时候,均指正面的榜样,因此它不包含任何神圣的意思。

一般成年人的偶像和榜样结构,颇类似于一个底大顶小的金

^① 王同亿主编:《新编新华字典》,海南出版社,1993年版,23页。

字塔(见图表 2.1):最底层为生活中形形色色的纯榜样人物,他们大多是平凡之人,却以其某些非凡之处而令人敬佩;上一层是相当数目的偶像型榜样人物,他们也是凡人,却具有某些特殊的气质和精神令人敬佩;再上一层是一定数目的榜样型偶像人物,他们是社会名人,多以其特殊的气质和成就来感召他人;最顶层是少数纯偶像人物,他们具有非凡的气质和魅力,可深深地影响他人的一生。

图表 2.1 成人之偶像与榜样的金字塔结构



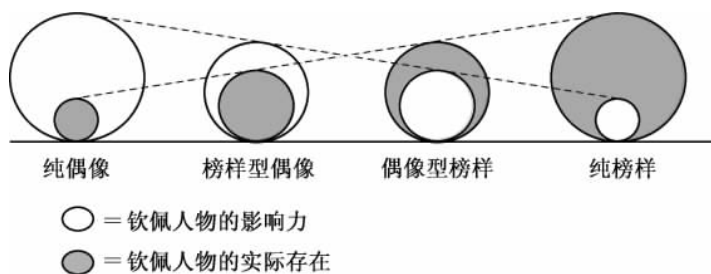
这个金字塔结构突出表现了人们可以从各种人身上吸取生活的智慧和动力,而不是非要定位于某几个突出人物身上的特点。此可谓“人人为我师,我为人人师”之理。

而在青少年偶像崇拜中,榜样与偶像同样密不可分。作为偶像的近义词,榜样也可以对青少年的成长产生深远的影响。一般说来,偶像在青少年自我发展中只是个过渡性现象,颇具戏剧性和幻想性效果;而榜样则更具实用性、现实性和替代性功能,其作用与年龄和性别无特别关系。

在青少年时期,由于他们渴望个性的独立及情感替代人物的

出现,他们往往过分关注少数纯偶像人物的言行举止,视他们为自己的“绝对英雄”和精神支柱。这种光环效应的结果,可导致部分青少年无限夸大少数“看得见,摸不着”之明星人物对自己的影响,而大大忽略那些对自我成长起直接指导作用之身边人物的作用。它使偶像人物的影响力大大超过其实际存在,也使榜样人物的实际存在远远不能与其影响相匹配(见图表 2.2)。这种青少年钦佩人物影响力与其实际存在之间的对比关系,导致了青少年对偶像人物的存在想入非非而对榜样人物的存在视而不见。

图表 2.2 青少年钦佩人物之影响力与实际存在反差图



那么,偶像与榜样之间到底存在着什么样的分别呢?

笔者认为,偶像与榜样间存在一种理想化与现实化、浪漫化与理性化、绝对化与相对化的对立关系:偶像一般是一种理想化、完美化、非凡化和浪漫化的形象,而榜样则是一种现实化、世俗化、功利化和平凡化的形象^①。这三组对立的观念形成了一个六边形模

^① 岳晓东:《青少年偶像崇拜与榜样学习之异同分析:一个六边形模型和两种社会学习和依恋模式的提出》,《青年研究学报》,1999年第4期,137—152页。

型(见图表 2.3),其具体描述如下:

理想化

偶像崇拜的一个突出特点是理想化,即对依恋对象的特质加以强化(enhancing)和理想化(idealising)。这种理想化的社会认知会使青少年把其偶像及其特质想象得完美无瑕;

浪漫化

偶像崇拜的另一突出特征是浪漫化,即对偶像产生浪漫的幻想(illusory romance)和依恋(attachment)。这种浪漫情怀会使青少年沉湎于对其偶像的种种情爱遐想,以此梦幻自己的爱情生活;

绝对化

偶像崇拜的第三个特点是绝对化,即对崇拜偶像投以绝对的信任(absolute faith)。它会使青少年对其偶像采取一种近似狂热的追逐和迷恋,以至于把他们看成是世上最完美的人物;

现实化

榜样学习的一个突出特点就是现实化,即对榜样的特质做现实性评估(realistic assessment)。它会使青少年积极认同那些可具模仿价值的人物,进而使其榜样认同深具世俗性和平常性;

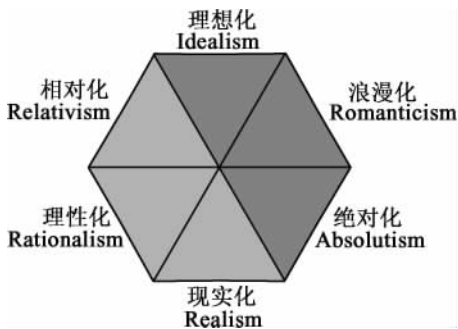
理性化

榜样学习的另一个特征是理性化,即对榜样的特质做理性的(rational)和功利性(instrumental)评估。它会使青少年不盲目认同,模仿那些与个人能力和志愿不相吻合的榜样特质,进而使其榜样认同深具针对性和功利性;

相对化

榜样学习的第三个特征是相对化,即对榜样的认识不极端化,而是相对性地看待那些值得自己学习的人物(relative faith)。它会使青少年较为冷静、客观地认同自己所喜爱的榜样,不盲目地模仿他们,并能认清他们的优缺点和特长。

图表 2.3 偶像崇拜与榜样学习的六边形模型



为了验证这一六边形模型,笔者在香港和南京的青少年中做了一项抽样调查,共调查了香港的 167 名高中生、110 名大学生和南京的 224 名高中生、325 名大学生。

调查结果表明^①,理想化与现实化、浪漫化与理性化、绝对化与相对化之间的确存在着预期的差异,其中理想化与现实化,浪漫化与理性化之差异更具统计显著性。此外,浪漫化和绝对化对于

^① 岳晓东:《青少年偶像崇拜与榜样学习之异同分析》,《青年研究学报》,1999 年第 4 期,137—152 页。

选择偶像比选择榜样重要得多,现实化、理性化和相对化对于选择榜样更重要。

在榜样学习的理论当中,有两种理论占主导地位:精神分析理论和社会学习理论。以弗洛伊德为代表的精神分析理论认为对适当的父母性人物的认同对于儿童的自我发展很重要,儿童不断地模仿并认同父母的态度和价值,会有助于其个性的发展。还有心理学家认为,榜样可以作为一个可靠的基础来推动青少年对自我的探索 and 认识,缺乏这样一个可靠的基础,青少年则可能会出现种种忧虑、恐慌,并做出种种不成熟的自我表现。以班图拉(Bandura)为代表的社会学习理论则强调模仿和榜样学习在帮助人们获得适当社会技巧的重要性。许多研究表明,当儿童认同适合的人物时,榜样的积极作用就增强了。而替代学习(vicarious learning)也能使人们通过观察他人的行为是否受到强化或惩罚来调节自我的行为。榜样学习被证明在教授学生掌握新技巧和行为时特别有效。

如 Schunk 和 Hanson 发现^①,对于那些怀疑自己学习能力且学习成绩较差的学生,一个行之有效的办法就是让他们与那些成绩欠佳但通过不断努力而最终掌握知识的学生在一起。而就青少年自我确认来讲,对一些著名人物的认同可促进年轻人的自我思

① Schunk, D. & Hanson, A., (1985), Peer models: Influence on children's self-efficacy and achievement, *Journal of Educational Psychology*, 77(3), 313.

考和励志。在这种意义上说,班图拉把认同(identification)等同于模仿(imitation),但也有其他的心理学家认为认同比模仿更能促进青少年的个性发展。

偶像崇拜和榜样学习的共同处在于对偶像或榜样的社会学习和依恋(social learning and attachment),其中包含了对崇拜对象的心理认同(identification)、行为模仿(imitation)和情感依恋(attachment)三个要素。所不同的是,这一社会学习和依恋可因青少年对其所崇拜对象之社会认知的取向不同,而导致两种不同的结果(见图表 2.4):一种是以人物为核心(person-focused),另一种是以特质为核心(attributes-focused)。下面分别加以叙述。

以人物为核心的偶像崇拜

在这一模式中(见图表 2.4),青少年一般将其对偶像的崇拜定位在某个特殊人物身上(如某个著名歌星、影星和运动明星)。由此,青少年容易对其人采取一种颇为直觉的、情绪化和极端化的社会学习和依恋。这主要包括:

(1) 直接性模仿

直接性模仿(direct modeling)是班图拉之社会学习理论的重要概念之一,它表现为个体对其认同人物之思想行为的直接模仿。在社会学习和依恋中,它可表现为青少年对其崇拜对象在人生观、言行举止乃至服饰发型上的直接模仿。如歌迷对美国著名歌星猫王(Elvis Presley)、杰克逊(Michael Jackson)、麦当娜(Madonna)

图表 2.4 青少年偶像崇拜与榜样学习的差异流程图



和英国已故王妃黛安娜(Dianna)等人在服装、发型、化妆品及日常动作的迷恋和追逐。

(2) 全盘性接受

全盘性接受(total acceptance)指青少年在偶像崇拜中,不加选择地认同其行为表现和价值观。即当一个人喜欢上某个偶像时,他会喜欢他(她)身上的所有品质,无论这些品质是否值得他喜欢,并甘心为他(她)而排斥对其他偶像的社会认同和依恋。如香港和世界有些地区的追星族常会为维护自己的偶像而不惜对其对立的歌迷、影迷和球迷们出言不恭甚至动武。

(3) 沉湎式依恋

沉湎式依恋(preoccupied attachment)指当事人对他人的依恋是建立在对自我的负面评估(a negative self-working model)和**无用感**(a deep-seated sense of unworthiness)之上的。据研究表明,沉湎式依恋之人很容易对他人产生依赖、敬仰之情,并以此作为自信心的指标^①。在偶像崇拜中,许多人常会对其偶像产生一种**自贬式依恋**。它具体表现为一个人越是敬仰一个偶像,就越感到自己渺小和无能。如每当有传闻某个著名歌星和影星亡故或误传亡故时,就会使某些歌/影迷痛不欲生,甚至要自杀。

这种社会学习和依恋很容易使青少年对其崇拜对象加以偶像

^① Bartholomew, K., and Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of four category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 226—244.

神化(idol mystification),并产生某种光环效应,其根源在于偶像社会认知中的理想化、浪漫化和绝对化的综合作用。其结果,它可导致青少年对其崇拜对象产生偶像迷恋(idol valuation)。这突出表现为:

① 浪漫式依恋

浪漫式依恋(romantic attachment)指青少年对偶像的依恋是以浪漫情怀为基础的,它突出表现为对崇拜对象的迷恋中充满了情爱甚至是性爱的幻想。香港和世界各地的偶像调查表明,对异性名人的浪漫性依恋是青少年偶像崇拜的一个基本特征,而且女性的浪漫式依恋一般高过男性,年龄越小就越爱听情歌^①。

② 高明星消费

明星消费(high investment)是青少年偶像崇拜的一个直接指标。青少年无论是直接地参与事关自己偶像的活动(如音乐会、演唱会、电影、体育比赛、演讲等活动),还是间接地消费事关自己偶像的物品(如唱片、录像带、图书、衣物、相册簿、歌/影迷会等),都需要大量的开销。有调查表明,有些香港青少年在自己偶像身上花费的开销可占他们零花钱的60%以上。

③ 低自我信念

低自我信念(low self efficacy)与高偶像崇拜似紧密相联。过

① Cheung, C. K. & Yue, X. D. (2000). Idol worshipping for vain glory, illusory romance or intellectual learning: A study in Nanjing and Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 8, 299—317.

高地评估他人的价值,理想化其对个人的影响都势必会使当事人降低对自我的信念和信心。根据学者的研究表明,香港中学生中的追星族与非追星族比较起来,前者的自信心水准要低于后者^①。

④ 浪漫幻想

对自己喜欢的异性偶像产生浪漫幻想(illusory romance)也是青少年偶像崇拜中的常见现象。把异性偶像当作一般的梦中情人到久久地加以痴迷,浪漫情怀可以是偶像崇拜的巨大动力。有研究表明,浪漫幻想是青少年偶像崇拜的主要动机之一。

⑤ 虚荣满足

偶像崇拜中获取自我虚荣心的满足(vain glory)也可是青少年偶像崇拜的动力。无论是想像自己能像崇拜对象那样的富有和出名,还是梦幻自己可以成为偶像的密友,对偶像的虚荣心都可推动青少年从事其追星族活动。有研究表明,虚荣满足可以是青少年偶像崇拜的重要动力。

⑥ 自我迷茫

自我迷茫(identity diffusion)指对自我的认识含混不清。当一个青少年沉湎于对某(些)个偶像的热烈的梦幻和追逐当中,很难想像他会积极追逐自我的变化和成长。所以,自我迷茫在很大程度上也与抬高别人,贬低自我有关。

① Yeung, Y. Y. (1995). *Adolescent idolatry behavior: An exploratory study*. Unpublished postgraduate diploma thesis, Department of Applied Social Studies, City University of Hong Kong.

总之,以人物为核心的社会学习和依恋可导致对偶像/榜样的一种直观的、非理性的、神秘化的和神圣化的社会认知,它可致使青少年因过分迷恋偶像的外表因素而对个人的自我成长带来某些消极的影响。

偶像崇拜 6 为爱疯狂 我的偶像

我有许多偶像,包括现实的与屏幕上的(也就是不真实的),他们在我的生活中都显得很重要。

先说现实的罢!其实他们也算不上称“偶像”,只是他们给我一种很好的感觉,譬如他们的长相,当然这是次要的,主要的是他们的心理及做人的原则方面给我一种动力。我最爱的偶像,毛巧芬老师,我跟她认识已有三年了,在认识她后的第二个半年开始,我就特崇拜她。她温柔,平易近人,对别人的关爱,待人真挚,这些都深深地打动了。记得每当我成功以后,她就会鼓励我;而当我失败了,她不像有些教师那样抛弃我。她会安慰我,告诉我,不要把失败看得太重,兴趣是最好的老师。平时她也教我一些所谓的为人之道,让我受益匪浅。去年我曾告诉她:“你是我的偶像!”而现在想来,这个称号有点降低她的身份,因为她是真实的,她是我的老师,也是我的朋友,是我的良师益友。其他的嘛,则有我哥温浩,我表姐吴芳芳等,他们都是我的亲人。亲人是一定要深爱的,他们坚强刚毅的人生态度及乐观主义精神令我更爱他们,他们有惊人的力量,让我向他们看齐。现实的

东西是多么的美好啊！

屏幕上的偶像无非是些电影明星,但我的偶像少得有点例外,只有两个——黄磊、刘若英。现在我要先介绍一下:黄磊,演员、歌手、导演、编剧、北京电影学院表演系的讲师。我想他所兼的职务就足以迷倒众生,当然,我佩服他也不是看他头顶上光环有多大,而是他有先天性心脏病,但他努力工作,他的为人也很好(听媒体阐述),我非常敬佩。再看看刘若英,台湾的大腕,演员、歌手、作者。她是一个非常另类的女生,她的个性,对人生的各种观点,都让我很佩服。

我的偶像,很重要。他们的一切都时时刻刻地感动着我,让我永远倾向成功,倾向做一个勇敢而快乐的人。我爱他们！

来源:《我的似水年华》博客,作者 1988 年生,
正处于青春最美丽时光。

以特质为核心的偶像崇拜

在这一模式中(见图表 2.4),青少年一般将其崇拜定位在某些成功人士的特质上面(如对成功人士之人格特征和自我励志精神的认同)。由此,青少年易于对其崇拜对象采取一种较为理性、实用和非情绪化的社会认同和依恋。这主要包括:

(1) 综合性模仿

综合性模仿(synthesized modeling)是班图拉之社会学习理

论的另一重要概念。它表现为个体对其榜样之思想行为采取综合性模仿。在社会学习和依恋当中,它表现为对崇拜对象之内涵因素的综合性认同和模仿。如美国微软公司的创始人比尔·盖茨(Bill Gates)和香港著名商人李嘉诚对许多大陆和香港的青少年来讲,是事业成功和奋力拼搏的典范。他们对这类社会名人的认同和依恋主要体现在其人格因素上。

(2) 选择性接受

选择性接受(selective acceptance)指青少年在对其崇拜对象的社会学习和依恋上,有选择地认同其行为表现和价值观。由此,当青少年认同某个崇拜对象时,他不会盲目地喜欢他身上所有品质,也不会将其作用凌驾在其他偶像之上。如香港有的青少年在欣赏四大天王的才艺时,会采取就事论事的方法,分别欣赏其各自最突出的歌曲,而并非要认定其中某个人去排斥其他三人。

(3) 稳固式依恋

稳固式依恋(secure attachment)指当事人对他人的依恋是建立在对自我的正面评估和人际关系自如感(an internalized sense of self-worth and comfort with intimacy in close relationships)之上的。据研究表明,稳固式依恋式之人虽愿意与他人交往,却不会因此降低对自我的信念^①。在对崇拜对象的社会学习和依恋中,

^① Bartholomew, K., and Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of four category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 226—244.

青少年不会因敬仰他人就贬低自我。相反,它会推动当事人努力去向自己敬佩的人物看齐,把他当作自我成长的一个永久性指标。

这种社会学习和依恋很容易使青少年对其崇拜对象加以榜样认同(model identification),并产生某种聚焦效应。这种榜样认同的根源在于榜样社会认知中的现实化、理性化和相对化的综合作用。其结果,青少年可通过偶像/榜样认同而促进其自我成长(self actualization)。这突出表现为:

① 认同式依恋

认同式依恋(identificatory attachment)指青少年对偶像的依恋是以思想认同为基础的,它突出表现为青少年对某个崇拜人物的依恋中充满了想获得类似成功的愿望。有调查表明,对社会名人的认同式依恋会推动青少年的自我确认和励志,在这当中,男性的认同式依恋一般高过女性^①。

② 低明星消费

低明星消费(low investment)是青少年理性化看待崇拜对象的一个直接表现。由于青少年看重的是偶像的内涵和特质,而非其表面形象,所以直接或间接地参与或消费事关自己崇拜对象的活动或物品并非重要,重要的是从其人的特质认同中汲取自我成长的养分。

^① Adams-Price, C., and Greene, A. L. (1990). Secondary attachment and adolescent self-concept. *Sex Roles*, 22, 187—198.

③ 高自我信念

由于青少年理性地看待了自己的崇拜对象,所以他不会过高地评估其人的成就,理想化其生存价值。而是实事求是地看待他人的成就和自我的潜力,不丧失对自我的信念(high self efficacy)。

④ 自我励志

自我励志(self inspiration)是偶像崇拜正面影响的表现,也是榜样特质认同的直接体现。青少年通过对杰出人士之成功因素的认同,激发自我成长的动力,是偶像崇拜之理性化、成熟化之突出表现。

⑤ 个人成长

个人成长(personal growth)是榜样特质认同的另一直接体现。青少年可以从不同的偶像中汲取自我成长的养分,进而不断地完善自我。有研究表明,追逐自我成长是成熟的偶像崇拜的重要指标。

⑥ 自我达成

自我达成(identity achievement)指完成了对自我的确认,并清楚地了解自己的人生目标。在偶像崇拜中,完成上述之各项指标,可大力推动青少年对自我的确认,使不同偶像的出现成为青少年自我成长路途中一个个路标。

总之,以特质为核心的社会学习和依恋可导致对崇拜对象的一种理性的、功利性的、实事求是的社会认知,它可使青少年积极认同崇拜对象的内涵因素,从而促进个人的自我成长。

偶像探视 15 :少年偶像

雷锋这个名字对于当今的中学生来讲,虽说是听说过,却可能相当平常化了。但对于六七十年代成长起来的青少年们,雷锋的名声要响过眼下任何一位走红的明星。他是那个时代的超级偶像,是人们共同崇拜的对象。那么,是什么力量曾使雷锋那样的深入人心?而在群“星”灿烂的今天,雷锋还有什么可值得我们崇拜的?

首先,我们应知道雷锋的魅力在哪里?概括说来,他的魅力就在于其以助人为乐,做好事不留名。换言之,雷锋精神之可贵,就在于他既有一副热心肠,也有一颗平常心。所以,在那个年代,年轻人以雷锋为榜样,会学到什么?人们会学到默默地奉献,会学到不计个人得失,会学到追求平凡中的伟大。因此,只要你认同这些特质,你就接受了雷锋,雷锋也就活在你心中了。

其次,雷锋作为一个超级偶像,是个再平凡不过的人物了。他长相平凡,个头矮小,既无任何歌喉演技,也无今日明星的绚丽风姿。正因为如此,雷锋离我们每个人很近,他不过是大家求善行为的典型化罢了。雷锋未曾照过任何青春佳照,当年人们最常见的画像是他头戴棉帽,手握步枪的木刻像。也因为如此,人们不会对他产生任何浪漫化或理想化的幻想,这更使得雷锋身上散发出一股朴实无华的光彩,令人为之倾倒。

其实,雷锋的这些特质,放在任何年代,任何文化,任何国度

中,都会值得人们效仿。由此,“雷锋现象”的出现绝非偶然,他本质上反映出人们积德行善,寻求自我完善的意向。特别是在建国初年的岁月里,人们迫切需要通过一个典型人物的言行来表现出每个人对建设新中国的高涨热情。而雷锋的一句“我要把有限的生命,投入到无限的为人民服务中去……”的确曾激励了不少人。

就心理学而言,雷锋的性格中明显有着“利他性人格”的特征(即凡事能多从他人的角度看问题,甚愿帮助人)，“雷锋现象”的出现也是一种“社会学习”的有效体现(即通过模仿他人的行为来塑造自我)。人们通过认同或模仿雷锋的良好社会行为和品德,可不断完善自我的人格成长。在这点上讲,雷锋的所作所为是任何人都有可能做到的,学习雷锋只是学习其善德善举,而非一定要把雷锋本人看得多么高大。

因此,昔日的崇拜雷锋是一种以特质为核心的社会学习,其要点不在对偶像外部形象的欣赏和模仿,而在对偶像的内部特征的认同。所以人们不会也没有必要神化雷锋的形象。相比之下,今日的偶像崇拜则多是一种以人物为核心的社会学习,它主要关注偶像的外部形象和特征,而不太关注其内部特征。因此人们很容易在不知不觉中神化其偶像的形象。

换句话说,人们当初崇拜雷锋,可以追逐平凡中的伟大。而今日人们崇拜明星,很难追逐到伟大中的平凡了。这当是以特质为核心的社会学习和以人物为核心的社会学习的最大区别。

最后,我想说,在我个人的中小学生涯里(1966—1977),单全国性的“学雷锋运动”就开展了三次,每一次我都参与了。那年头,学雷锋就是去做好事:什么到火车站帮助旅客扶老携幼,搬运行李;到孤寡人家中劈柴担水,打扫房屋;到低年级班上帮助同学补习功课,复习考试等,我都干过。那年头干活累时,只要想起雷锋劲头就来了,因为雷锋干活总是劲头十足的。而干这些义务活,最大的鼓励莫过于被评上“学雷锋标兵”。即使是被评上“学雷锋标兵”,也没有什么可张扬的,因为雷锋做好事从不张扬。

这就是雷锋给我们那个年代年轻人的力量。

摘自:岳晓东:《少年我心》,2007年版,上海人民出版社

点评:

在我成长的年代中,是没有当今那种青春偶像供大家崇拜的。大家都以雷锋为榜样,学习他助人为乐,做好事不留名的奉献精神。这样的偶像模仿,曾使我们一代人都力图安于平淡,乐于助人。这也是雷锋精神让我们那个时代的年轻人的价值内化。其实,学习雷锋并非一定要忘我,而是学习不要去急于表现自我。

我恍然大悟。我内心其实经历过一次追寻和崇拜的生命,但我没有注意到,而世界已经变得简单或者更像它本身了。

——张楚

16. 偶像崇拜的分类

偶像崇拜的核心问题是心理认同,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。在这当中,采取什么样的崇拜方式会对个人的心理认同和社群发展带来迥然不同的结果。

偶像崇拜一般包括政治偶像崇拜(political idol worship)、宗教偶像崇拜(religious idol worship)、名人偶像崇拜(celebrity idol worship)。前两者一般指代那些在政治领域和宗教领域受人尊崇、膜拜的人物,后者指代那些明星和名人,也正是本书讨论的主题。

有学者把偶像崇拜划分为两个分支:社会英模崇拜和明星崇拜^①。所谓社会英模崇拜,是指对那些在社会生活中以牺牲个人利益来维护集体利益和社会利益,从而做出无私奉献的人物的钦佩和推崇;而明星崇拜,则指对那些在社会生活中通过特殊天赋和激烈竞争,从而在文娱和体育领域取得斐然成就的人物的钦佩和

^① 肖仲辉:《关于我国社会英模崇拜和明星崇拜之异同的理性思考》,《四川行政学院学报》,2006年第1期,64—66页。

追捧。两者崇拜同属于偶像崇拜的范畴,但又呈现出不同的价值取向。无私奉献和利他趋向贯穿于英雄崇拜的全过程,而在明星崇拜中,人们追求的只是财富和声誉。

根据前面明星偶像和杰出人物偶像的划分,偶像崇拜也可以相应地分类为明星崇拜(star worship)和杰出人物崇拜(luminary worship)两种,分别代表了不同的动机取向,其差别可谓一个重娱乐消费,一个重意识形态;一个重形象特征,一个重人格特征;一个重偶像敬仰,一个重榜样学习。

明星崇拜是一种较为感性的、直观的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(appearance features)(如容貌、身材、性感等)、流行性特征(popular features)(如服装、动作、发型等)和名利性特征(fame and status features)(如财富、知名度、生活方式等),并从中获得最大的精神享受。明星崇拜会促使人们多以偶像的外在特征来决定其取舍,把偶像视作心目中的完美人物,甚至是梦中情人。在这当中,明星偶像是被完全商业化的人,他们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。所以,明星崇拜最终导致对商品的崇拜,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。而就其心理机制而言,明星崇拜也易使青少年对偶像形成一种幻觉依恋(illusory attachment)或者光环效应(halo effect)。所谓幻觉依恋是指青少年对所崇拜的偶像产生的一种浪漫幻想,这种浪漫情怀会使青少年沉湎于对其偶像的种种情爱遐想,以此梦幻自己

的爱情生活。而光环效应则指个人在敬仰他人过程中所形成的夸大了的社会认知。这种社会认知会使人对其偶像形成一种强烈的心理定势,自然或不自然地为他们赋上积极的、美妙的、甚至是理想的光环。在这种光环的笼罩下,不仅对方外貌、心灵上的不足被忽略,甚至会人为地被赋予很多美好的品质。这种认知本质上就是一个制造神话的过程,就好比在偶像的身上镀上一层又一层的金粉,使其愈加金光灿烂、光彩照人。在明星崇拜中,这种幻觉迷恋或光环时常又会被过分的强化或理想化,从而导致崇拜者对偶像一种盲目和狂热的追逐。

明星崇拜中的最高层次是一种极端的明星崇拜方式,这一层次对明星的崇拜可以说已经到了痴迷和疯狂的程度,他们已经将自己全身心的激情都倾注在了自己所崇拜的明星身上。在某种程度上说,他们似乎已没有了自己本身的爱好,而是完全以自己心目中偶像的爱好为爱好。在吃、穿、住、行上刻意模仿,还要牺牲自己的学习、工作和家庭生活为代价,来追随和维护自己心目中的偶像。更有甚者,甚至于可以因明星而自杀,也会因明星而去杀人。比如在国外,因主演《被告》、《沉默的羔羊》而两获奥斯卡影后称号的朱迪·福斯特,曾经名噪一时。富家公子辛克利深为福斯特所打动,便一直狂热地崇拜她,追求她,并向她求爱,遭拒绝后,辛克利不但没有死心,却想出了以刺杀总统来感动福斯特的怪招。1981年,经过精心策划,辛克利终于在总统里根参加一次活动后上汽车时,射出了他向福斯特表白爱情的子弹。里根大难不死,辛

克利则因这一枪而成为超级追星族的极端变态人物。

杰出人物崇拜则是一种较为理性的、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(dispositional features)(如性格、为人等)、气质性特征(temperamental features)(如举止、风度等)和成就性特征(achievement features)(如事业、谋略等),并从中获取最大的精神享受。杰出人物的吸引力是其人格感召力,而崇拜杰出人物会导致人们对自我的挑战和完善。所以,就其心理机制而言,杰出人物崇拜易使青少年对偶像产生一种心理认同,它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。

对杰出人物崇拜在古今中外都不乏鲜明事例。青年毛泽东曾极为崇拜华盛顿、林肯等。他曾经从同学那里借了一本《世界英雄豪杰传》,反复阅读,还在书上画了许多圈圈点点,写了许多批语。圈得最密的是华盛顿、拿破仑、彼得大帝、惠灵顿、罗梭、孟德斯鸠和林肯等人的传记。还书时,毛泽东对同学说:“中国也要有这样的人物”^①。1978年诺贝尔奖的获得者女科学家雅姿在高中时期,就把居里夫人作为自己的偶像,时常鼓励自己要做一名像居里夫人一样的科学家,从而走上了科学研究之路^②。

① 金冲及主编:《毛泽东传》,中央文献出版社,1996年版。

② 吴静吉:《青年人生之四个大梦》,华龄出版社,1996年版。

区分这两种偶像崇拜模式可令人更好地了解青少年偶像崇拜的动机及其与个人心理与社群发展的关系。例如,据笔者以往所做的一项针对香港和内地青少年对纯偶像、偶像型榜样、榜样型偶像和纯榜样四类人物选择和认同的差异调查表明^①,青少年越是欣赏诸如“三星人物”的纯偶像,对其偶像的形象性、流行性和名利性特征的期望就越高;而青少年越是欣赏诸如著名政治家、科学家、文学家、教育家、企业家等榜样型偶像,对其偶像的成就性、才识性和美德性特征的期望就越高。这说明,偶像欣赏中的取向不同,会导致不同的偶像期望值。

在此基础上,笔者又提出了两种偶像崇拜模式:表层性偶像崇拜(superficial appreciation)和实质性偶像崇拜(substantial appreciation)。其中前者将偶像理想化、浪漫化和绝对化,突出欣赏其形象魅力特征,如容貌、身材、动作、财富、知名度、生活方式等。由此,乔丹是其崇拜者心目中的完美的象征,甚至是梦中情人;而后者则将偶像相对化、理性化和平凡化,突出欣赏其人格魅力性特征,如性格、为人、举止、风度、成就、谋略等。由此,乔丹会成为其崇拜者心目中成功的象征,甚至是模仿的对象。它会导致对偶像认知的“聚焦效应”(Focusing Effect),对偶像的特征做具体分析,以客观、理性地看待偶像的价值。所谓聚焦效应,可谓是和光环效

^① 岳晓东:《香港和内地青少年对四类偶像和榜样人物之选择和认同差异分析》,《青年研究学报》,2000年第2期,152—167页。

应相互对应的,它指人们对他人的社会认知,不仅以对某人的表面印象来判断,更是推论其本质,实事求是地看待偶像的价值,既不美化,也不丑化。这两种偶像崇拜取向,一个重表,一个重里,一个重欣赏,一个重认同,直接影响到青少年的偶像认同与依恋程度。

一般说来,青少年在最初崇拜偶像时,往往会采取表层性欣赏的方式。但欣赏一个偶像的外部特征,充其量只能给人带来美的享受及模仿,却不能促进一个人的自我成长。而认同一个偶像的内在特质,会推动一个人去积极辨别偶像身上那些有利于个人成长的特征,从而把偶像所代表的精神内化为自我成长的动力,这实质上就是将偶像演变为可以学习的榜样。所以一个偶像崇拜的理想化过程,应该是一个由表及里,由欣赏到认同的发展过程。

偶像探视 16 疯狂的明星崇拜

“玉米”见偶像,喜极泪汪汪

“北海玉米这边集合!”“桂林玉米穿上队服!”……12月6日下午,超女史上最有影响力的代表人物李宇春因宣传新专辑从北京飞抵南宁,数百名广西“玉米”手持横幅、海报和气球集合机场,共同迎接偶像,掀起一股接机狂潮。从听到北京航班降落的广播那一刻起,接机大厅便一片尖叫喧嚣。李宇春从电梯下来走到大门的短短几分钟,更有部分“玉米”在与偶像擦肩而过时激动到不能自持,当场放声大哭。

“玉米”阵容吓坏同机旅客

接机的几百名“玉米”分别来自全区各地,其中桂林的几十名“玉米”最辛苦,他们上午吃过早饭便从桂林出发,包车赶了5个小时的路程才到达南宁机场。而人数最多的南宁“玉米”则于当天下午3时30分准时在银河饭店门口集合,浩浩荡荡包了两部大巴前往机场。

机场负责安保工作的小林看着大厅内黑压压的人群对记者说,他工作几年以来,是第一次看到这样大规模的民间自发组织的“接机”阵容,尽管他本人不是李宇春的歌迷,但认定她一定是“超级巨星”。记者发现,庞大的“玉米团”有几个领队,她们在与机场警察进行短暂的商量后,马上拿起扩音话筒要求“玉米”们安静,并迅速将几百名“玉米”排成整齐的“夹道方阵”。下午5时16分,从北京飞来的航班抵达后,一些和李宇春同机的旅客先走出来,一不留神就走进声势浩大的接机阵容中,这时候,“小葱小葱我爱你,广西玉米欢迎你”的口号响彻整个大厅,一些不明就里的旅客明显被吓坏,赶紧“突出重围”逃了出去。

“她真的太帅了!”

记者发现前往机场的“玉米”们以女性居多,最大的有40多岁,最小的是一对才5岁的双胞胎女孩。李宇春穿着黑色外套、戴着墨镜出现在行李传输带旁时,她也略微为眼前歌迷的热情

景象感到意外。只见她马上摘下了墨镜,笑容满面走进早就为她准备好的“夹道方阵”中,不停挥动双手。一些歌迷由于太过激动不停跺脚、跳跃,霎时间还有部分“玉米”忍不住放声大哭。当记者上前询问她们落泪的原因时,那些“玉米”们显得还有点语无伦次,只是拼命说:“太帅了,她真的太帅了!”

柳州“玉米”买来奇石赠偶像

“玉米”小黄来自柳州,她告诉记者说,现在在机场看到的只是一部分“玉米”代表而已,12月7日下午在梦之岛水晶城的专辑签售,将有“更大规模的玉米”出现。比如柳州的一个小分队,这次就来了30多号人,花1800元钱包下了一辆豪华大巴来南宁。原来他们想住在李宇春下榻的酒店,但是房价太昂贵就放弃了,选择了旁边的一家酒店集体住下来。小黄说,虽然这次来了很多各地的“玉米”,但是柳州的“玉米”为偶像带来了最特别的礼物,是一个正反两面都是鱼形状的奇石。“春春是双鱼星座嘛,所以我们费尽心机找到这块漂亮的石头,当做礼物送给她”。黄小姐还告诉记者,“玉米”们其实很齐心,很团结,同时也很清醒,并不盲目。比如这次柳州的“玉米”领队早在网上发出通告,在学校上课的“玉米”这次一律不许请假出来。

来源:《新世纪周刊》2006年第30期

《粉丝:被操纵的崇拜运动》

点评：

超女大概是偶像崇拜中一个里程碑,或者说是分水岭。因为在超女之前,青少年的崇拜更多的是以个体疯狂的形式出现,但是超女之后,当青少年看到自己亲手投票选出的女孩子一夜成为自己新偶像时,就产生了好像是自己朋友、自己家人的亲切感觉。由此,偶像崇拜升华为集体共有的行动,崇拜者自发地组织在一起,产生出一种有集体意识的群体性疯狂。



“玉米”见偶像,喜极泪汪汪

17. 偶像化与榜样化

如同偶像与榜样是两个不同的概念一样,偶像化与榜样化也不尽相同。其中偶像化突出表现为对偶像人物的敬仰、顺从、维护等行为,它可满足个人对偶像人物的认同、依恋、祈求等心理需求;榜样化则突出表现为个人对榜样人物的思想认同和言行模仿等行为,它可满足当事人的对榜样人物的认同、模仿、自我激励等心理需求。

由此,笔者有两点基本的假设:(一)所有的崇拜对象都同时具有偶像功能和榜样功能;(二)对崇拜对象的理想化、浪漫化、绝对化认知导致偶像化,对崇拜对象的现实化、理性化、相对化认知导致榜样化。

具体地说,如果青少年以人物为核心的依恋和社会学习方式来接受其崇拜对象,则他们很有可能被理想化或神化,成为高不可攀的人物,结果使其偶像功能无限扩大,榜样功能无限缩小;如果青少年以特质为核心的依恋和社会学习的方式来看待其崇拜对象,则他们很有可能被榜样化或生活化,成为自我成长的坐标人物,结果使其榜样功能无限扩大,偶像功能无限缩小。

就社会心理学而言,偶像化是对崇拜对象的夸张(augmentation)或拔高了的社会认知,它培养的个人是对权威人物的全盘接受乃至顺从。偶像化可以由社会或媒体的宣传来完成(如对某一榜样人物的树立),可以由商业包装或炒作来完成(如对某一歌星/影星的推介),可以由家长的灌输来完成(如对某一家长喜爱人物的接受),也可以个人自发地来完成(如对某个偶像的特别垂青),凡此种种都强化了对崇拜对象的某种认知倾向(如其道德特征、人格特征、形象特征、才能特征等),终而导致某种心理定势或“情人眼里出西施”的效应。相反,榜样化是对敬佩人物的榜样功能的突出认同,它培养的是个人对权威人物的理性判断及社会学习,榜样化可以通过教育过程来完成,但更多的靠个人的努力来实现。

区分偶像化与榜样化的概念可以使我们看到:对崇拜人物的认知取向不同,会导致截然不同的接受后果。如果采取以人物为核心的认知方式,则会强化对崇拜对象的偶像化;如果采取以特质为核心的认知方式,则会强化对崇拜人物的榜样化。

偶像探视 17 陈鲁豫 我要做一档奥普拉式的节目

陈鲁豫,凤凰卫视的著名主持人,主持访谈类节目《鲁豫有约》,深受观众的喜爱,那么,她所崇拜的偶像是谁呢?

“我也要做一个奥普拉式的节目,也带好多观众,也每天都播。”这是陈鲁豫 1995 年初次到美国后的一个梦想。

奥普拉·温弗瑞(Oprah Winfrey)是一位美国尽人皆知的人

物,一位打动人心的“脱口秀女王”,同时也是一位具有传奇人生和颇受争议的美国黑人女性。

从2002年开始的每周《鲁豫有约》播出两年后,鲁豫重新拾起10年前的想法:做一个“奥普拉式的日播访谈节目”。2004年6月12日,凤凰卫视中国内地节目宣布了节目的改版计划:《鲁豫有约》搬进演播室,每场300个观众,每天一期。那天是陈鲁豫的生日。

记者:奥普拉·温弗瑞是你的职业榜样,奥普拉被西方人看成是心灵女王,你现在怎么看她?你对她的热爱有过变化吗?

陈鲁豫:有变化。最开始看她我纯粹就是一个观众,她在电视上,看到她我就想,哎呀,有一天我要是能做这样一个节目就太好了。那时奥普拉是我的梦想,我渴望有一天能像她一样在电视上跟人交流。但其实我们之间没有可比性。她的一举一动我会关注。但是我更愿意在心里关注。如果她是我的榜样,我会放在心里,偷偷的,我不愿意让别人知道。我的性格是在做成一件事情以前,不愿让别人知道,别人知道以后会让我有走气的感觉。奥普拉一直是我关注的,我知道她在南非开了一个女子学校。

记者:以奥普拉做标准,你觉得达到她的状态很难吗?

陈鲁豫:我会关注她,会希望像她那样。但是我又会觉得,她那个目标太高了,她的标准是我们难以达到的。因为中国跟美国的电视生态不一样,市场也不一样。再有就是我想,有一天要是像她那么成功了,未必幸福。我觉得像她那么成功,需要很高的情商,才有可能保证自己至少过得不太痛苦,她可能属于情

商比较高的人,她至少看起来我觉得过得还挺幸福,但我总怀疑一个人那么成功以后能不能幸福,我觉得很难。我一方面觉得到不了她那个程度很沮丧,再一想到了那个程度反而不幸福,到不了心里也很释然。

记者:奥普拉是不可模仿的吗?能模仿的只能是形式,不能是精髓吗?

陈鲁豫:谁都是不可模仿的,而且你要是去模仿一个人是很傻的事情,我觉得做我自己就好了,人不可能成为另外一个人。我做电视的标准就是,观众看了以后觉得还挺好看的,或者刚刚那个地方挺有意思,挺感动的。我觉得每个人看到节目以后他会有自己的感受。我们不能代替任何人去感受,如果非要说我的职业理想,那我希望也许能成为职业寿命比较长的一个主持人。

摘编自:《南方周末》,2007年2月1日,

《陈鲁豫:“让你的嘉宾爱上你”》

点评:

偶像和榜样是可以互相转化的。一些偶像人物,在某些人眼里,就只是外表出众、光芒四射的偶像,但在另外一部分人眼里,就是勇于进取、突破自我的榜样级人物。在陈鲁豫的眼里,奥普拉并不是光彩熠熠的明星主持人,而是启发她做“中国奥普拉”的心灵榜样,这,不得不值得我们认真反思,我崇拜的他(她),到底是我的偶像,还是我的榜样?

偶像崇拜 7 政协委员抨击超女

全国政协常委兼科教文卫体委员会主任刘忠德表示要弘扬高雅艺术,并指称超女、超男活动是对艺术的玷污。他同时表示,有远见的艺术家,应该意识到文化的重要性,而高雅艺术比通俗艺术更需要国家的支持。

超女让人在笑声里受毒害

华夏时报:很多人看超女觉得很过瘾,你是怎么看的?

刘忠德:观众怀着一种扭曲的心理在看这个节目,这对于一个国家一个民族多可怕!观众是在用扭曲的心理、不健康的状态看这个节目。开窗开门新鲜空气进来,肯定也有苍蝇蚊子进来,这没什么大惊小怪,完全可以理解。问题是我们对这些苍蝇蚊子是什么态度。不能让我们的年轻人在娱乐和笑声当中受到毒害。

华夏时报:超女现象背后隐藏着什么?

刘忠德:超女这种娱乐背后隐藏着对青少年的毒害。可以看一看现在对超女关注的年轻人,他们的思想状态是什么、他们向往的是什么,看一看观众是抱着什么心态在看这个节目,就可以知道,在不知不觉的娱乐声中让人受到毒害。文化部有责任免除这种毒害。对这种节目有必要加强管理。

不应允许超女现象存在

华夏时报:你对超女有什么具体的看法和举措?

刘忠德:作为政府文化艺术有关管理部门来讲,不应该允许

超女这类东西存在。因为娱乐节目也有导向的问题。从我们有关部门来讲,不应该允许这种现象存在。就是娱乐节目,为了我们民族、国家的未来,也有一个导向的问题。你看现在各地的青少年都被害了。参加超女的被害了,看这个节目的也被害了,我就这么一个看法。

华夏时报:超女这样的节目,会不会接下去就被停掉?

刘忠德:广电总局有个文件,已经不应该让这样的活动再继续下去。关键是执行文件的延续性,都是说了不算数,超女照样在弄。就像刚下完不让电视插播广告的文件,但电视还是照样在插播。

来源:《华夏时报》,2006年4月25日,
《全国政协常委称超女让年轻人在娱乐中受到毒害》

18. 偶像榜样化与榜样偶像化

榜样偶像化(model idolization)指青少年对生活中值得模仿的榜样加以偶像化。榜样偶像化通常包括对榜样的言行举止加以神圣化和神秘化。榜样偶像化通常是个人选择和商业化包装的互动结果,任何偶像都是被神化了的榜样。

偶像榜样化(idol emulation)指青少年对崇拜偶像的模仿学习倾向。换言之,偶像榜样化也指青少年不将偶像神供,而是将其当作个人成长的学习榜样的意向。据笔者等人的研究表明,偶像榜样化是促进青少年正面接受偶像的最佳途径。它会提高青少年的自我成就感,也会加强青少年的心理及社群发展。

为验证上述偶像榜样化与榜样偶像化的理念,我最近做了一项有关刘德华的实验研究。在此次实验中,我提供了两种信息:成就与魅力。成就包括刘德华的个人奋斗、事业沉浮及成功人格特质的信息,后者包括刘德华的个人财富、声望及事业辉煌的信息。我的研究分别在香港和深圳的中学进行,共取得香港中学生样本1 651名,内地中学生样本773名。

研究发现,两地被试者对刘德华所取得的成就的崇拜均超过了对其魅力的崇拜。另外,当我向学生们展示刘德华的成就时,两地学生都增加了对他的好感;香港学生表现出更多的崇拜意向,并有向他学习的动力与想法;内地学生则对刘德华的亲密感大大增加。而当我展示刘德华的魅力信息时,两地学生效仿刘德华的意愿都明显降低,与偶像的亲密感也不如前。

从这项实验中可以看出,去掉了光环的刘德华比浑身闪光的刘德华更加可爱,因为青年人从其身上找到了自我成长的动力。这一发现不仅证明给予青少年不同信息的启动可以改变人们对偶像的认知,也证明成就信息的启动效应较魅力信息的启动效应更为明显。它突出表明,天王巨星可以通过揭示其个人奋斗与事业成就的

一面来强化青少年的榜样学习意向。这不但可以拉近偶像与其歌迷/影迷的心理距离,也可使青少年变偶像崇拜为理性思考的过程。

总之,关注于成功人物的内心世界,以他们为榜样,学习他们的理念、气质、性格,方是对偶像的正确态度。

榜样的力量是无穷的。

——毛泽东

图表 2.5 榜样偶像化过程



偶像探视 18 夏青 我的偶像与榜样

不记得从哪场比赛开始,“超级女声”的票变得异常的紧张,一个很久没有联系,远在河北的同行打电话来说一定要为他弄两张票,他 15 岁的女儿非要看“超级女声”不可。可怜天下父母心,做我们这行的都知道,这个时候去麻烦人是最开不了口的,唉!辗转好几个人终于弄到两张入场券,父女俩也在直播的那天早晨赶到了长沙,本想安排他们到长沙的旅游景点转转,可是女儿却提出要求,要先去为自己的偶像做个宣传牌!看得出女孩的执著,也因为评委的身份在这样的時候不方便跟父女俩有太多的交流,也就随他们自己安排行程,匆匆跟父女俩道别,不记得小女孩的偶像是这些超级女声中的哪一个了,倒是父亲的一句感叹至今还时常从我脑子里头蹦出来:我们那个年代“哪”有偶像?只有榜样!

在之前我无意中翻看杂志,看到曾是我们这一代人榜样的“张海迪”有过这样的表达:我们那个年代“没”有偶像只有榜样。记得我读到它时着实激动了一番,在那一刻觉得有一种笃定:超级女声应该成为现在孩子们的榜样,而不是偶像!可是当我猛然间听到一个不远千里陪同女儿追逐偶像来到长沙的爸爸发出一字之差的感慨的时候,忽然间觉得有一种顿悟。

为什么不可以是偶像?

翻看《现代汉语词典》看其中给出的“偶像”和“榜样”的定义,确如我们对“偶像”和“榜样”的常规判断:“偶像”,一种为人

所崇拜、供奉的雕塑，一种不加批判而盲目加以崇拜的对象，是人心中具有某种神秘力量的象征物。“榜样”，值得学习的人或事物。

当超级女声们凭借美妙的歌声以及过人的勇气和胆识战胜自我登上这个舞台的时候，她们的个性在节目的雕琢下已经幻化成了一种神秘的力量，经过一个设计相对完整的电视节目环节不断打磨的超级女声们，背后的光环已经愈发明显。作为偶像，阳光、积极、向上、勤奋、善良的她们是优质的！哪怕是孩子们对她们有些盲从都不用担心。精神的力量是巨大的，它是我们寻找现实生活中的榜样的动力。回头想想朋友那句感叹，再问问自己：

我年少时的偶像是谁？没有！

谁曾是我的榜样？有无数！

所以我成长起来了，成长得还算对得起父母、老师为我选择的榜样。但是我的内心不无遗憾，因为年少时候大环境的教导使得我们那一代人大多不敢有偶像，所以我也没能体验过因为对偶像的崇拜而点燃的对未来狂热的猜想，没有为梦想偶像而自觉选择的榜样。

没有选择永远是被动而缺乏创造力的，虽然也会有成绩。偶像梦想现实也许都只是一步之遥，何不让生活多些绚丽的色彩，美妙的音符？！相信成长的原动力吧，榜样是过程的必须，偶像不会让人迷失方向。

来源：《南方都市报》，2005年8月24日，《偶像 & 榜样》

点评：

在“超级女声”评委夏青的眼里,这些被塑造出来的超女们成功完成了一次偶像榜样化的蜕变,“作为偶像,阳光、积极、向上、勤奋、善良的她们是优质的”。虽然不可否认的是,超女的疯狂曾一度爆出诸如万名学生逃课报名、少女离家出走为参加比赛的负面新闻,但更多关于超女的故事,其实都是感动人心灵的“丑小鸭变天鹅”的故事。这些普通女孩子,如果不付出汗水,甚至是泪水,也无法成就舞台上的辉煌。所以,从这个角度出发,疯狂崇拜超女的“粉丝”们,是不是也应该更多地把崇拜的焦点集中在她们奋发前进的可爱一面呢?

19. 偶像崇拜的心理作用

概括说来,偶像崇拜有三大心理作用:投射作用、认同作用、补偿作用。下面分别加以详述。

(1) 偶像崇拜的投射作用

偶像崇拜的投射作用(projective effect)指崇拜者将自我的某种梦想、欲望和缺憾投射到偶像身上的倾向。换句话说,当一个人

不能完全实现其生活理想和梦幻时,痴迷于某个偶像在这些方面的特质(如容貌、身材、才能、家庭背景、生活阅历等)和成功(如财富、社会地位、个人魅力)就可以聊以自慰了。所以,偶像崇拜可谓是一面镜子,照出了崇拜者心中的某种潜在欲望。

小燕子的扮演者赵薇是前几年两岸三地走红的影星。人们如此痴迷小燕子,除了因为她人长得漂亮,在红透大江南北的电视剧《还珠格格》中表演出色外,还为了什么?作为一位心理学家,我的答案是:小燕子实是一面镜子,对她的喜爱本质上照出了影迷心中的某种梦幻和缺憾。

这得从小燕子的神话魔力说起:她本是一位民间义女,因特殊的机缘结识了流落民间的紫薇。此后,她便在紫薇帮助下千里寻父,团圆相认,再历经磨难为紫薇和自己觅到了如意郎君,整一个东方版的“灰姑娘”故事。在此当中,小燕子给人的形象是率直仗义、敢作敢为、无拘无束、没遮没掩的。所以,这样一位义女,充满活力,又天不怕,地不怕的,每临危难时都会有神人相助,这怎会不令人向往?小燕子的神话魔力就在于此了。

那么,痴迷小燕子映出了追星族什么心理呢?这其实是人们对小燕子神话魔力的自我投射,是一种偶像崇拜的投射效应的表现。具体地说,一个人在生活当中缺憾什么,梦幻什么,他就会特别喜欢小燕子身上什么。例如,长相不大中看的人会特别喜欢小燕子的模样,圆不了明星梦的人会特别看重小燕子是个大明星;期望有贵人相助的人会特别喜欢小燕子是个侠女;家庭不和的人会

特别羡慕小燕子有个幸福家庭;性格内向的人会特别喜欢小燕子生性活泼大方;为人懦弱的人会特别欣赏小燕子敢作敢为;生活感到枯燥的人会特别钦佩小燕子能独闯天下,浪迹天涯;找不到如意女友的人会特别喜欢小燕子相貌清纯,举止可爱;缺乏家庭温暖的人会特别感觉小燕子像个大姐姐似的……

凡此种种,人们呼唤小燕子,在很大程度上其实是在呼唤对自我的某种梦幻的满足和缺憾的补偿。而当人们不能在现实生活上获得这种自我梦幻和缺憾的满足时,痴迷小燕子的屏幕形象也就可以令人自慰了。这大概是“小燕子情结”的核心了,这也大概是为什么会有那么多人为见小燕子一面而不惜站立八九个小时。

但是大家都很清楚,生活中的自我梦幻和缺憾是要靠自己的努力来改变的,期盼任何神灵的相助是靠不住的。这就如同还珠格格的名分和婚嫁是靠自己的努力挣出来的,而不能靠运气来赐予。因此,一个人痴迷小燕子,如果是为了激励自我,改变命运,完善人格,则小燕子就成了自我成长的福星。相反,如果一个人痴迷小燕子,是为了悲叹自我的渺小和人生的不公,那小燕子就真成了自我成长的灾星了。小燕子之成为自我成长的动力或阻碍,全看个人怎么看小燕子的价值了。

1999年10月4日,有人写信给香港《东方日报》留言信箱栏目,责怪赵薇前日令众多影迷失望。其实,赵薇是不当责怪的,她在盛名之下,很多事情已经身不由己了。真正当责怪的还是那些影迷自己,谁叫他们那么死心眼来的。

最后顺便提一句,清朝 267 年(1644—1911),只有一个汉女做过格格,她就是顺治年间的孔四贞小姐(定南王孔有德之女)。可她后来也因丈夫孙延龄随吴三桂反叛朝廷而被夺去名分。琼瑶想象力丰富,从乾隆六下江南中编出一曲美丽动人的爱情故事,让两个汉女成为格格,又威震朝廷。这拍成电视连续剧,让万千观众看得如痴如醉的,其实本来就是没有的事儿,干吗那么当真!

偶像崇拜 8 :开心就够了

首先,我得承认自己也特别喜欢听歌。曾记得有次出门打的,车上的收音机里正播放着童安格的一支歌,我听得如痴如醉。到了目的地后,司机见我没有下车的意思,就只好将车继续往前开。等童安格唱完了我方才回过神来,谁知这个时候车子已经超过我要去的地方三四公里了……哎,为了听支歌,我居然要多付出将近一倍的车费!

但不知为什么我却没能成为童安格的“粉丝”,自然,也没能成为“超女”们的“粉丝”。或许是我们这一代人经受的教育不同,当年批判“追星族”的一些文章和言论我至今还记得十分清楚。何况在那个就连平时没事的时候情不自禁地哼几句邓丽君所唱的歌词都生怕别人听到的时代,我即使喜欢听童安格唱歌也不敢公然地表白自己就是他的“追星族”。

时代不同了,当然不能去要求比我们年轻的人就一定非要像我们那样去生活。正如前不久一家周刊所说:爱到极致,粉气

逼人,在偶像平民化时代,每个人都可能有自己的“粉丝”,也都可能成为别人的“粉丝”。“粉丝”正在通过大众传播平台,纠集起来,成为独特的组织和力量。

从某种意义上来说,正是电视选秀节目造就了“粉丝”们的辉煌。有比赛才会有对决,这对决既存在于选手与选手之间,也存在于“粉丝”与“粉丝”之间。为了能够使自己开心,既不违背法律和妨碍他人的生活,在偶像拼尽浑身解数尽情狂秀的同时为什么不好好地去秀上一把咧?

的确,开心就够了!

我很遗憾自己已经错过了成为一名“粉丝”的年龄。同时,我也很庆幸自己最终没能成为一名“粉丝”。我自然不可能有自己的“粉丝”,也不想成为别人的“粉丝”。要我冒着大太阳去街上为心里喜欢的那个人拉票,我的确还难做到。而且,我也做不好那些举着标语牌大喊大叫的事情,别看就是简单喊叫,其实,那是特别需要勇气的。

我要说明的是:虽然我没勇气,但我并不反对那些具有喊叫勇气的人的行为,我甚至常常会在电视机前为那些人的精神感动。我成不了“粉丝”,也不会去反对别人成为“粉丝”。

摘自《长沙晚报》2006年9月3日

(2) 偶像崇拜的认同作用

偶像崇拜的认同作用(identification effect)指崇拜者接受偶像之言行及自身价值。偶像可给人树立生活的榜样,产生无穷的幻想和

生活激情；偶像的言行，也可给人们以极大的力量，使人加以努力地体会和实践。由此，人们崇拜某个偶像人物，本质上是要认同其事业成功的基础或其人格上的魅力，以获取个人成长的养分。

眼下全世界最走红的偶像之一当数美国微软公司的创始人比尔·盖茨了。他当初是计算机界的神童，现在是计算机界的教皇。他的微软市值相当于整个香港的股市，也是西班牙一年的国民总产值。他使人们懂得什么叫“富可敌国”，也亲身体验到什么叫“树大招风”。据说，他现在最大的苦恼是怎样在有生之年将绝大部分的家当都捐出去，以尽早摘去“世界首富”的桂冠。

面对比尔·盖茨的巨大成就，人们无疑会对他产生无限的崇拜心理。但怎样认同他所代表的价值，看待他所取得的成功，可能会对一个人的自我成长和自信心确立带来截然不同的效果。如果人们看到的是盖茨是如何的聪明绝顶，如何的强悍精干，如何的鸿运不断，如何的富可敌国，那么人们势必会把盖茨看成一个超级偶像。其结果，盖茨便成为人们心中的一尊神，他高高在上，永远令人望尘莫及！相反，如果人们看到的是盖茨是如何的坚忍不拔，如何的善于创新，如何的吃苦耐劳，如何的谦虚谨慎，那么人们就会更多地从他身上汲取自我成长的养分，进而追逐像他那样的事业成功。由此，盖茨便成为一个超级榜样，他会激发人们自我奋斗的决心。

据美国最近的一个心理学报告称，在 500 名 15 至 45 岁的抽样男性当中，有不少男性患有“盖茨崇拜综合征”，其突出表现为：

面对盖茨会深感自卑自怜,埋怨自己没出息,不能像盖茨那样去创一番惊天动地的事业,有人甚至会去饮酒解闷。这些人一方面会因梦幻变成第二个盖茨而疯狂地工作,不顾家人和亲朋好友;另一方面却因永远赶不上盖茨深感气馁,情绪大起大落。这使他们活得很累,也活得很沮丧。

这种现象的出现,本质上就是因为这些人把盖茨看成了超级偶像,以至于令人备感窒息和无用。而如果这些人能够认同盖茨的创业精神,而不是非要去追逐他的名声和财富,相信他们自我感受会好得多,至少不会去以酒消愁。而从心理学上讲,当人们无比崇拜某个名人时,就会导致一种认知上的“光环效应”,结果把那人的一切都看得神乎其神,高大无比。相反,当人们只是看重某个名人的个别特征时,就会导致一种认知上的“聚焦效应”,从而实事求是地看待那人的价值。“光环效应”和“聚焦效应”的对比,是无限扩大和无限集中的对比,也是增强自卑和增强自信的对比。

由此,比尔·盖茨到底是人们心目中的超级偶像,还是超级榜样,这可能是“仁者见仁,智者见智”的事了。但有一点应当是明确的:崇拜盖茨不应增强人的自卑,而应增强人的自信。崇拜盖茨是如此,崇拜世间任何其他的偶像也是如此。其实,盖茨能有今天的成就,主要有两条原因:一是他勇于创新,不断挑战自我;二是他能够吃苦耐劳,不畏险阻。盖茨在哈佛大学读书时,曾有两件事传为美谈。一件事是他为及早开创个人的事业而毅然从哈佛退学,这已经广为人知。另一件事是他曾有过三天两夜没有离开计算机房

的记录(那时候学生只有在计算机房才能用计算机),这还鲜为人知。我在哈佛大学读书时,也曾有过类似的经历。一日,计算机房的一位主管与我聊起在此地熬夜的哈佛前辈们时,提起了盖茨当年创下的记录,并要我记住这个名字。“那小子,没见过他那么能拼命的人,将来一定会大有出息的”。至今,我还清楚地记得那个主管说话时不断摇头的样子。这是我第一次听说比尔·盖茨这个名字,我记住了它。

现在,比尔·盖茨已是一个响彻云霄的名字。但对我来说,他永远是我刻苦耐劳的榜样。而在盖茨面前,我是不会感到自卑的,至少我完成了在哈佛的学业,拿到了博士学位,而他却及早从哈佛退了学,什么学位都没拿到。

但我仍然要向盖茨致敬!

偶像崇拜 9 我们的追星往事

谁都会有过自己的偶像,谁都曾为之痴迷过,就像我和我的死党爱德华,中学时曾经那么狂热地喜欢过刘德华……

爱德华对刘德华的痴迷已经到了一种宗教意志般的程度,他甚至连《旺角卡门》结尾中刘倒地后煽情的抽搐动作都能学得惟妙惟肖。他的房间贴满了大大小小的偶像明星海报。每次去他家,无论坐在哪个角度,都难以逃脱刘德华酷酷的眼神追视,感觉就像是被摄像头监控似的。

有一次周末我们到他家聚会,爱德华也用省下早餐钱买来

的一次性漂染剂把头发弄成了偶像那样的半花白。兄弟们见了都说他真的像他的偶像人物。

虽然知道抽烟不好,但刘德华皱眉歪嘴叼烟的表情动作则是一致公认的超酷版本。这个动作一直被我们潜心模仿,但最终也只有爱德华学会了这一招,并以此在他心仪已久的女孩面前卖弄。

摘自王凯:《我们的追星往事》,《新青年》,

2004年第4期,6页。

(3) 偶像崇拜的补偿作用

偶像崇拜的补偿作用(compensation effect)指崇拜者通过敬仰和崇拜某个偶像来获取自我感受和与人交往上的满足。据我的研究表明,青少年通过崇拜某个歌星、影星或体坛明星可令其在自信心、自我概念、自我确认及人际交往等方面获得不同程度的满足感和成就感。这种补偿作用可大大强化青少年偶像崇拜的欲望。

“乔丹是‘篮球飞人’,他勇于拼搏,永不言败,很强调团队精神。他把每一次比赛都当成了人生的挑战,有着超人的震撼力和领导力。他带领芝加哥公牛队六次获得全美篮球联赛冠军,彻底改变了人们对篮球的认识,他象征了美国精神……”

“乔丹是我见到过的最英俊的男人,虽然他是个黑人。他高

大、威猛、充满了活力和男性的魅力。他的眉宇间流露着刚毅,笑容中展示着自信。他在篮球场上的每一个动作都是那样的优美、漂亮。特别是他飞身投篮时的动作,简直令人陶醉万分……”

以上所言是两个中学生对美国篮球巨星乔丹的赞美之词。它们都道出了人们对乔丹的无比敬佩,也从不同侧面勾画出乔丹的魅力。一般说来,青少年在最初的偶像崇拜时,往往会采取表层性欣赏的方式。毕竟一个偶像人物的选择,其外部特征和表现是人们最直观、最初级的选择标准,这恰如“一见钟情”的道理。但欣赏一个偶像的外部特征,充其量只能给人带来美的享受及其模仿,却不能促进一个人的自我成长。而认同一个偶像的内在特质,会推动一个人去积极辨别偶像身上那些有利于个人成长的特征,从而把偶像所代表的精神内化为自我成长的动力。

其实,任何一个偶像崇拜的过程,都是一种兴趣、智力,甚至是情感的消费。既然是一种消费,就不能不讲究“经济效益”。在此当中,我们除了会从偶像崇拜中获得某种感官上和精神上的“回报”外,还应获得什么其他的“回报”?这个问题只有偶像崇拜的消费者自己心里最清楚。如果他(她)对此不清楚,就可能造成个人兴趣和情感消费上的巨大浪费。难道不是这样吗?

再回过头来看乔丹,他之所以成为全世界的“万人迷”,除了与其长相英俊、球技出色有关外,还与他在球场内外永远保持一股谦虚谨慎、勇于拼搏的精神有关。例如,1997年芝加哥公牛队在与

犹他爵士队的总决赛中,比分一直落后于对方。然而,就在最后的一分钟内,双方的比分开始拉近,但公牛队一直还差二分。可就在最后的三秒钟内,乔丹奇迹般地从对手卡尔·马龙手中抢过一个球,漂亮地绕过他人,投进了一个三分球,惊得马龙目瞪口呆,也引起了全场长时间的雷鸣般掌声和喝彩声。可有谁知道,在此之前,乔丹不巧患了急性肠胃炎,比赛前一天还躺在床上打点滴,并一天一夜没有吃东西了。可一上场,乔丹就像换了个人似的。他奋力拼搏,积极组织进攻,一场比赛中独得三十八分。而当他在最后一秒钟内投进那决定乾坤的三分球后,便一头瘫在队友的怀中……

这样的乔丹,能不让人敬佩吗?!

偶像崇拜 10 爱杀列侬

1980 年 8 月,沉寂了多年的列侬与大野洋子开始录制他们最著名的专辑《双重梦幻》(Double Fantasy)。他们雄心勃勃地计划从日本启程向西经过欧洲到纽约,向世界推出这部专辑。但是,他们没能实现这个愿望。1980 年 12 月 8 日晚 10 点 49 分,列侬在他的公寓前被枪杀,倒在血泊之中。洋子惊恐万分地目睹了这悲惨的一幕。

凶手是一位列侬的疯狂歌迷,他对列侬的崇拜几近失去理性的地步。他很快落网并被判处 20 年监禁。但法律的公正却无法弥补失去列侬的损失,这是全世界的巨大缺憾。列侬无与

伦比的智慧、优美动人的歌声永远地失去了,更重要的是,失去了一位人类灵魂的开拓者,像他这样的天才我们此生再难拥有。

列侬是甲壳虫乐队的核心人物,也是四个披头士中最有艺术才华和思想深度的人。他在乐队中的核心地位不仅体现在音乐创作上的主导作用,也体现在对其他人的生活的影响上。列侬和妻子辛西亚的感情一直很好,并生有一子朱利安,然而自从他邂逅日本先锋派女艺术家大野洋子之后,他的情感世界乃至艺术之路都发生了巨变。

甲壳虫乐队在 60 年代末解散后,列侬与大野洋子曾进行了一系列惊世骇俗的先锋艺术探索,一时为人侧目。与此同时,他们在社会政治活动中还做出了一系列大胆行动,一时被美国政府列为不受欢迎的人。1975 年,他们的孩子出世使列侬感觉到自己“像帝国大厦一样高大”,从此他潜心在家养子,过起了与世无争的日子。直到 1980 年重新出山后迅速被刺。

《双重梦幻》专辑获得了 1981 年度葛莱美最佳专辑奖。大野洋子怀抱幼子西恩代替亡夫上台领奖,她泪流满面,百感交集,在场的人们无不为之动容。

列侬之死标志着 70 年代的结束。

来源:《人民网》,2004 年 12 月 8 日,

《历史上的今天——列侬被崇拜狂杀害》

偶像探视 19 我的偶像崇拜经历

我年少时第一个偶像是雷锋。

雷锋以助人为乐而名满天下,是当年所有年轻人的榜样。在我十年的中小学生涯里,单全国性的学雷锋运动就开展了三次,每一次我都积极参与了。那年头,学雷锋就是去做好事。什么到火车站帮助旅客扶老携幼,搬运行李;到孤寡老人家劈柴担水,打扫房屋;到低年级班上帮助同学补习功课,复习考试等,我们都干过。干这些义务活,最大的鼓励莫过于被评上“学雷锋标兵”。所以,干活累时想起雷锋劲头就来了。

这就是偶像给我们那个时代年轻人的力量。

比起现在时兴的青春偶像,雷锋要平易近人许多。只要你在做帮助人的事情,雷锋就活在你心中了。雷锋从未照过什么明星像,人们最常见的画像是他头戴棉帽,手握步枪的木刻像,全无当今明星画像的绚丽风姿。雷锋就是这样一个平常的人,可他身上散发出一股朴实无华的人格光彩。

我的第二个偶像是居里夫人。

这是我家人为我提供的偶像。我们家很早就有一本居里夫人的连环画册,那是属于我父亲的书,不许我随便翻动。每次翻看时,父亲都要教诲我一番居里夫人是怎样勤奋治学,不计名利的。渐渐地,那个深眼窝、高鼻梁的西洋女子便成为我心目中的偶像。我曾梦幻自己也像她那样学有建树,成为科学巨匠,造福人类。

我父亲还时常给我讲一句很有偶像煽动力的话：“当你学习感到困难和没有兴趣的时候，想一想居里夫人就会有劲头了。”初时，这句话确曾使我振奋、激动过。但后来，随着对英语兴趣的增加，我对理科课程不再像以前那般投入了，居里夫人也渐渐离我远去，成为一般的崇拜对象。

我的第三个偶像是院子里的一个大孩子。

这是我自己找到的偶像。他长我好几岁，十分勤奋好学，虽下乡插队，仍不间断学习。后来他被北京外国语学院（现北京外国语大学）招去学俄语。于是，他便成为我学习的榜样，我日夜都想能像他那样通过自学外语回北京去读书。

曾几何时，我每天学英语时都会想起他，心里有无数的话想同他讲，想拜他做大哥哥，带我去逛北京城。虽然比起雷锋和居里夫人，他本是一个可以看得见，摸得着的人物，但在我最崇拜他的那段日子里，我一直没有见过他。多年后，一个偶然的时机我终于见到了他。可那时我已经心静如水，全无当初那份激动的感觉。因为我已经成熟了。

再后来，我心目中不再有一个超越他人的偶像人物。我开始敬仰一大批有才华、有成就、有个性的人物，这当中既有像居里夫人、爱因斯坦这些造福人类，创造历史的非凡人物，也有像雷锋那样无私奉献的平凡人物。在此当中，我感到自己的情感在升华，自己的人格在完善。

我的偶像认同经历了一个由接受他人推荐的偶像人物，到

选择自己的偶像人物,再到推翻专一的偶像人物的发展过程。换言之,我经过了一个由相信他人到相信自己的转化过程。

以雷锋为榜样,我学到了什么?我学到了默默地奉献,那样你就能在平凡的工作中做出不平凡的事业来。你还会安于平淡,不会计较你的付出有多少回报。现在想来,雷锋精神之可贵,就在于他有一颗平常心。

以居里夫人为榜样,我学到了什么?我学到了勤奋和坚定不移。虽然我最终没有能成为居里夫人那样的科学巨匠,但她那对科学事业的执著追求深深地扎根于我的心田。

以那位大哥哥为榜样,我学到了什么?我学会了希望。他在十分艰难的环境下还坚持学习,靠的是什麼?靠的是对未来的希望,尽管那个希望可能是十分渺茫的。而这正是我当时最需要的精神食粮。

心目中不再有单一的偶像,我懂得了什麼?我懂得了自立的可贵。我开始相信自我,鞭策自我,开发自我,塑造自我。我开始明白,任何一个偶像人物都只能是成长中的一种过渡,到头来人还是要靠自己的双手去创造人生。

所以,年轻人的成长过程中不可没有偶像人物。这既是一个事实,又是一种力量,家长应该因势利导、巧加利用才是。但年轻人也不可过分沉溺于某个偶像人物。

说到底,人是为自己的感觉而活,不是为他人的感觉而活。你说是吧?

人生最大的能量来自于对自我的信任与开发。

摘自岳晓东《少年我心》，上海人民出版社，2007 年版

点评：

在我的青少年期，我所崇拜的这三个人都曾给我以力量，我在敬仰他们的过程中，逐渐形成了自己的志向和追求，也实现了我的部分梦想。他们每个人对我所起过的激励作用，让我难以忘怀。没有他们，我就不完全是今天的我，但我最终还是从他们的影子中走了出来，去塑造自我的形象。

这便是我少年偶像历程中的收获。

20.

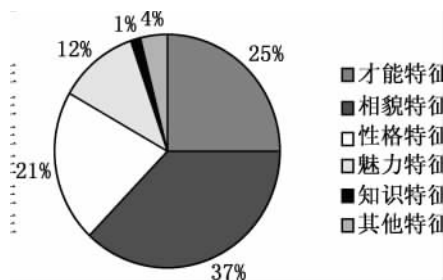
F4 演唱会调查

笔者趁 F4 于 2002 年 12 月 18—22 日举办 F4 Fantasy 演唱会期间，在红磡体育馆现场采访了 265 名香港的青少年，其中男生 44 名（16.6%），女生 221 名（83.4%），平均年龄 15.35 岁（SD=2.14）。采访由经过训练的香港城市大学应用社会科学系的学生来完成。他们在演唱会开始之前，以随机抽样的方式采访现场等候入馆的青少年观众（根据入馆先后，对每隔两个次序的青少年进行采访）。

研究之采访问卷是特别设计的,它分三个部分:第一部分调查对 F4 每个成员的态度,它共有 4 道题,其中涉及喜欢或不喜欢 F4 成员的具体理由;第二部分调查对 F4 组合的喜欢动机,它要求受访者按重要性排列下列喜欢 F4 的理由:相貌好、有性格/个性、有演艺才华(演技好、唱歌好、跳舞好)、有学识、有品德/修养、有钱、有成就、身材好、人气旺等 9 条理由,以 1 代表最重要,9 代表最不重要;第三部分调查对 F4 的崇拜动机,它共有 10 道题,涉及心理认同、浪漫幻想、才能欣赏、容貌欣赏等方面的内容,并以 Likert 1—5 点的方式加以评分(1=最不同意,5=最同意)。

对于采访第一部分的调查结果,笔者将受访者喜欢 F4 的所有理由分为五大类:相貌特征(如:靓仔、有型)、才能特征(如:会演戏、唱歌、作曲)、魅力特征(如:得意、可爱)、性格特征(如:孝顺、勤力、有上进心)及知识特征(如:有上进心、学历高),然后以百分比图表的形式加以展示。对于第二、三部分的调查结果,笔者对其平均值做统计分析(t-test),再以图示(如图表 2.6)。

图表 2.6 青少年喜欢 F4 的理由



在受访的 265 名香港青少年当中,周渝民最受青睐,相貌特征最受关注,F4 的演艺才能普遍被认为次等重要,女生明显较男生更认同 F4。这些发现说明,受访的青少年对于 F4 的关注或崇拜的确以相貌特征和才能特征为主导,它在女生中表现得更为突出。这些发现充分验证了青少年“明星崇拜”之形象性和流行性特征。换言之,受访青少年对 F4 的崇拜基本是表层性欣赏,而非实质性欣赏。然而,欣赏一个偶像的外部特征,充其量只能给人带来美的享受及其模仿,却不能促进一个人的自我成长。而认同一个偶像的内在特质,会推动一个人去积极辨别偶像身上那些有利于个人成长的特征,把偶像所代表的精神内化为自我成长的动力。所以,



F4 因电视剧《流星花园》风靡一时

本研究结果再次提醒我们,香港青少年宜从不同层面来看待偶像的价值,提高对偶像认同的批判意识。只有这样才能化偶像崇拜为榜样学习,终而在偶像的感召力下促进自我的奋斗与成长。

本研究还表明,受访者并不看重 F4 的财富、名气、富豪生活等特征,这似乎说明受访者对 F4 的认同与崇拜并非在名利方面。若真如此的话,则表明受访青少年的偶像崇拜方式颇为成熟,因为许多青少年追星就是为了追求明星的名利和风采。

偶像探视 20 张国荣跳楼前写的遗书真迹

Depression !!
多谢各位朋友
多谢李烈菲教授
呢一年未好容易
不能再忍受
多谢唐浩
多谢家人
多谢肥姐
我一生人无憾 憾事
为何会这样???

Depression(沮丧、抑郁)。多谢各位朋友,多谢麦列菲菲教授呢。一年来好辛苦,不能再忍受,多谢唐唐,多谢家人,多谢肥姐。我一生人无做坏事,为何会这样?

下款署名: Leslie

点评:

青少年在疯狂追星,崇拜自己偶像的同时,是否知道每一个光鲜的偶像背后,他们个人所承载的演艺压力和生活痛苦呢?偶像也是人,也有喜怒哀乐。因此,一个积极且健康的偶像崇拜,不仅仅包含对于自身所带来的激励作用,同时也包含对偶像明星的尊重和理解,而不是因为疯狂喜爱而做出对偶像种种不理智行为。

岳博士论偶像崇拜

- ❖ 崇拜的过程是自我人格放弃的过程,也因此会导致崇拜者走向痴迷。
- ❖ 崇拜是一种力量,是一种热情,是一种疯狂。
- ❖ 偶像崇拜是普遍的,即便是偶像本身,在未成名前也有自己所崇敬的对象。
- ❖ 偶像与榜样间存在一种理想化与现实化、浪漫化与理性化、绝对化与相对化的对立关系:偶像一般是一种理想化、完美化、非

凡化和浪漫化的形象,而榜样则是一种现实化、世俗化、功利化和平凡化的形象。

- ✧ 以人物为核心的崇拜指青少年将其对偶像的崇拜定位在某个特殊明星的外在。由此,青少年容易对其人采取一种颇为直觉的、情绪化和极端化的社会学习和依恋。
- ✧ 以特质为核心指青少年将其崇拜定位在某些成功人士的特质上面。由此,青少年易于对其崇拜对象采取一种较为理性、实用和非情绪化的社会认同和依恋。
- ✧ 偶像化表现为对偶像人物的敬仰、顺从、维护等行为,它可满足个人对偶像人物的认同、依恋、祈求等心理需求。
- ✧ 榜样化突出表现为个人对榜样人物的思想认同和言行模仿等行为,它可满足当事人的对榜样人物的认同、模仿、自我激励等心理需求。
- ✧ 偶像和榜样是可以互相转化的,因此,超女也可以成为感动广大青少年成长的榜样。
- ✧ 落花流水春去也,青少年最终会从偶像崇拜中走出,去塑造自我的形象。

第三章

什么是青少年偶像崇拜

什么是青少年偶像崇拜——

青少年偶像崇拜是青少年心理发展的必要过程,心理矛盾运动的产物。

题 记

见到你的时候/为什么不敢跟你点头/不见你的时候/影子常在心头

不知道我是否爱着你/每天也在想你

不知道你心中可有我/谁来告诉我

这首诗是一位初中生为她心爱的偶像周杰伦写的小诗,她对周杰伦的爱慕之情在诗里得到了充分的倾诉和表现。谁可以告诉她,她的这种爱慕之心代表了一种什么样的阶段性特征呢?

你是一幅凝重的油画,斑斓的色彩未流于肤浅,你是深沉的;

你是一曲流行的民间情歌,有博大的情怀容纳古今的情愫,你是多情的;

可你不是一个虚无的梦,是实实在在的雷雨倾泻着你的真诚;

甚至你不是一首浪漫的诗,缪斯遗弃的孩子,却受到智慧女神的钟爱。

这是一个名叫妞妞的女孩写给大陆影星姜文的话。这些话写得情真意切,它突出说明一个问题:青春偶像崇拜好似一个美丽的神话传说,它会随着当事人对其偶像的痴迷而变得更加美丽。

21. 青少年偶像崇拜的普遍性

青少年是“追星”的年龄，他们正处于由儿童向成人过渡的青春期，有着既不同于儿童，也不同于成人的心理活动内容，需要通过在不同偶像的认同和依恋来确定自我价值，寻求自我发展。在这层意义上讲，偶像崇拜作为一种特殊的心理行为，是青少年时期心理矛盾运动的产物，有其必然性和过渡性的一面，也有其非理性和盲目性的一面。下面就是一些追星族的表现：

有一个女孩从看《少林寺》开始迷李连杰，为他写日记，写了整整10年。1990年她见到了心中的偶像，把这本日记交给了他。自此李连杰提到自己的影迷必定会说起她。

李亚鹏拍《海滩》的时候，有个高中小女孩发着高烧追到剧组，在李亚鹏再三劝说下才被剧组人员送了回去。

乔丹到北京为运动鞋做代言，有一男生在他面前长跪不起，直喊“I LOVE YOU”！而《天龙八部》里演阿朱的刘涛，引得清华的男生们特地为她在清华建了一个“刘涛碑”。连张纪中也有疯狂男粉丝追捧，不过是在论坛上追，凡是张纪中的片子必发文章歌颂，凡是骂张纪中的地方处处可见他们挺身而出维护自己的偶像，凡是港

台武侠片都要被他们贬得一文不值,说“连给张纪中提鞋”都不配。

黄晓明的崇拜者写好推荐黄晓明演杨过的万言书,寄给张纪中,详细又入情入理地分析解释了黄晓明为何适合演杨过。

在崇拜者眼中口中,偶像永远是对的。记者曾报道任贤齐的演唱会不精彩,任的上海粉丝立刻将文章印成传单发给全国的分站,组织全国任贤齐粉丝发起抵制活动。

在崇拜者身后,永远都是错愕万分、疑惑不解的面孔。F4 每次在机场遭遇粉丝,其结果就是,机场人员目瞪口呆地看着粉丝奋勇追星,而机场大厅里掉了一地的旅游鞋,或一地的凉鞋。

青少年们狂热追星,崇拜偶像,其实是普遍的。

2003 年,团中央宣传部、中国青少年研究中心对不同地区的 2 710 名大中学生就偶像崇拜现象进行调查。调查显示,目前青少年中普遍存在着“偶像崇拜”现象。被调查的青少年中,有 50% 的人承认有过特别喜欢、崇拜某个“明星”的经历;有 34.5% 的人承认自己正在崇拜某个“明星”。在崇拜的偶像中,99% 以上是影视界和体育界“明星”;68.3% 的学生崇拜活着的“明星”。对值得崇拜的“明星”要具备的条件,被调查者的选择是:人格魅力、个性和气质、才华横溢、对社会有重大贡献、漂亮、英俊等。有超过六成的青少年因渴望与偶像交流,而收集与偶像有关的信息、图片和实物,参与与偶像有关的活动等是青少年比较流行的“崇拜”方式,还有许多青少年会选择给偶像写信、模仿“明星”的唱歌、打球、着装和饮食。

2006 年,《中国大学生》杂志在北京范围内进行了一项名为

“大学生偶像崇拜状况”的调查,旨在了解大学生的偶像崇拜状况以及当今大学生的思想状况,希望通过对“偶像”的看法,展现大学生的人生观、世界观,为社会关心大学生成长的人士提供他们的真实想法和思想脉络。这次调查共收到有效问卷 4 400 份,覆盖面从大专到研究生。问卷共分四部分,25 个问题,涉及对“偶像”的理解和对新出现的社会热门人物的看法和评价。通过调查,《中国大学生》杂志总结出当代大学生群体的偶像崇拜愈发从娱乐主义走向实用主义:出于自己今后发展的需要,大学生的偶像群体更多的与自己事业目标相互关联,为自己树立一个精神上的教父。

青少年的偶像崇拜文化,是一个值得回味的现象。青少年崇拜偶像,这是他们走向社会之前的一种人生准备,也是心理发展的必要过程。青少年在人生的成长阶段,四处寻找可以认同和仿效的对象,学习他的穿着、打扮,学习他的动作、神态,学习他的处世方式。年轻偶像的风光与名成利就,往往就成为了他们生活的方向及生命的指标。在这个寻找的过程中,建立起青少年族群的共通语言。青少年崇拜偶像,偶像带动流行,流行创造商机,商机又造就更多的偶像,从而凝聚成为我们独有的文化现象。

但是流行是盲目的,商机是向“钱”看的。因此,偶像崇拜中的青少年,必须随时慢下脚步,清理一下思绪,擦擦眼睛看个清楚,问问自己:

我在做什么?我真的喜欢这个偶像吗?还是因为我的朋友喜欢,我就跟着喜欢?大家流行我就跟着流行走呢?他的音乐我真

的喜欢吗？他的唱腔我真的欣赏吗？他歌词里的信息我真的认同吗？他的打扮真的酷吗？他所代言的广告商品真的好用吗？

偶像探视 21：青少年“偶像崇拜”现象调查报告

多数青少年把“偶像崇拜”现象视为普遍、正常的人生追求，而非“青春期”特有的反应，并对此表示理解和有相当的共鸣。他们不愿意对周围的“偶像崇拜”现象进行简单的价值评判，而希望具体辨别和分析。

调查显示，有 60.4% 的被调查者“不赞成”“‘追星’只是年轻人才有的现象”，并且有 10.4% 的被调查者认为“这种说法是对青少年的不信任”。与此相关，有 39.2% 的被调查者对其父母辈的“崇拜政治领袖或知识精英”表示“很能理解”，36.0% 的被调查者表示“较能理解”，并有 8.9% 的被调查者认为“要看崇拜谁”。这说明多数青少年把“偶像崇拜”现象视为普遍、正常的人生追求，而不仅是“青春期”的反应，并且他们并不认为长辈的“崇拜对象”和“崇拜方式”与自己有很大的不同，或比自己更崇高、更正确。

应该说，他们对自己身边普遍存在的“偶像崇拜”现象感到正常、表示理解，并有相当的共鸣，很少有人认为这种现象正在严重影响他们的学习和成长。如：只有 13.7% 的被调查者认为那些“疯狂”的“追星”同学已经“出现了一定程度的心理问题”，认为其“疯狂”行为“影响了自己的正常学习”的也只有 12.2%。对于周围同学中出现的“追星”现象，56.6% 的被调查者认为自

己不会“大惊小怪”,25.2%的被调查者表示自己会“无所谓”,12.0%的被调查者认为这要看他们追的是哪位“明星”,3项合计93.8%,再次证明“偶像崇拜”现象存在的普遍性和青少年群体对其的普遍认可度。

调查显示,对于“崇拜某人就是‘个人迷信’”的观点,有64.6%的被调查者“不赞成”,有21.0%的被调查者认为“有的人是,有的人不是”。对于“‘追星’就是‘追求个性’”的观点,有37.2%的被调查者表示“不赞成”,但又有47.5%的被调查者认为“有的人是,有的人不是”。对于“追星”的同学与不“追星”的同学是否有区别的问题,36.3%的被调查者认为“没有区别”,30.4%的被调查者认为“有的人有,有的人没有”。看来,不少青少年对“偶像崇拜”现象的态度是相对理性的。

来源: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,24—33页

点评:

偶像崇拜可以说是当今社会一个十分普遍的现象,似乎如若青年人不承认自己有所崇拜的偶像,就会被周围的朋友视为异类。在这其中,媒体的宣传和报道是青少年了解偶像的主要渠道,潘一禾的调查显示,有六成多的青少年对有关电视节目不满,对于“明星”的“包装”大多数人有着清醒的认识,说明绝大多数青少年在崇拜过程中,是理智的。

22. 什么样的偶像最受青少年崇拜

偶像崇拜心理在不同的人群里会有不同的表现。青年人心目中的偶像与成年人心目中的偶像有很大的区别,同时对偶像的崇拜和追求方式也不尽相同。青年人的偶像崇拜较为外露、狂热、充满激情,同时也较为盲目和感性,对偶像的认同和模仿经常无所顾忌地表现在自己的言行之中。多数年轻人都将崇拜作为一种生活中的娱乐,他们通过给偶像写信,模仿明星唱歌、着装,收集偶像的私人数据,参加明星俱乐部等等方式来表现自己的崇拜和追求;成年人的偶像崇拜则较为含蓄、深沉和稳重,情感的流露和表达往往是点到为止或尽在不言之中,他们多是一种内在的、自我的无穷回味。

另一方面,就青少年偶像崇拜现象而言,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。在这层意义上讲,青少年偶像崇拜具有突出的年龄性和过渡性特征。它既不同于反映个人由于对超自然力量或人物的恐惧、敬畏与服从心态而生发的宗教性偶像崇拜,也不同于体现个人对领袖人物的绝对信服和顺从意愿的

政治性偶像崇拜^①。青少年偶像崇拜更多表现为个人对敬仰人物的热烈的迷恋和追逐,时常会为追逐他们而表现出相当的狂热、盲从、缺乏独立自主精神。那么,当今青少年崇拜什么类型的偶像呢?简单说来,就是“歌星、影星、体坛明星”之“三星人物”为主体的明星偶像。

在美国,Emanuel 的调查表明^②,影星占据了美国年轻人偶像崇拜的主导位置。还有许多青年人把摇滚歌星视作自己的“绝对英雄”。Adams-Price 和 Greene^③曾要求 60 个 5 年级、8 年级和 11 年级的美国学生描述自己最喜欢的名人以及他们想与这些名人建立什么关系。他们从中鉴别出了两种偶像依恋的类型:浪漫式依恋(romantic attachment,希望成为该名人的恋人)和认同式依恋(identificatory attachment,希望成为该名人那样的人物)。在香港,Cheng^④比较了 77 个 16 岁以下的影迷俱乐部学生和 128 个同龄的非影迷俱乐部学生,测量他们的自尊和自我负评估程度。结果表明,与影迷俱乐部的同伴相比,非影迷俱乐部成员们自尊程度更低,且更具自我负评估。Cheng 据此推测,参与影迷俱乐部的活

① 孟繁华:《众神狂欢——当代中国的文化冲突问题》,今日中国出版社,1997 年版。

② Emanuel, L.(1990). Social attributes of American movie stars. *Journal of Media, Culture and Society*, 12, 247—267.

③ Adams-Price, C., and Greene, A. L. (1990). Secondary attachment and adolescent self-concept. *Sex Roles*, 22, 187—198.

④ Cheng, S. T. (1997). Psychological Determinants of Idolatry in Adolescents. *Adolescence*, 32, 687—692.

动可提供给这些青少年相对稳定的同伴关系、地位尊重和价值参考,可使他们相对提高自我评估。特别是对较为敏感的青少年来说,这种影迷俱乐部的自我确认作用更显突出。Chan, Cheung, Lee, Leung, Liu^①在1997年调查了2500个香港的青少年,发现依赖偶像作为其道德判断标准的青少年更可能发生过失行为,也更不喜欢接受正面的道德观,且缺乏解决问题的自信。

这些调查表明,青少年时期的偶像崇拜一方面可导致对偶像的过分认同和依恋,另一方面可以补偿青少年个体化(individuation)过程中出现的一种遥亲感(remote intimacy),以补偿脱离对父母的依赖而产生的情感真空。在这里,遥亲感是青少年对偶像所建立的一种特殊的情感依恋。它是一种间接的、虚幻的、非接触性、非互惠性、非对等性、一厢情愿似的情感交流,完全是一种自我陶醉似的情感体验。这种遥亲感的过于理想化或浪漫化可使青少年对其偶像想入非非,做出种种不切实际的幻想。

“三星崇拜”的崛起:当今青少年偶像崇拜的突出特点

当今青少年偶像崇拜的主流是“三星崇拜”,其现象在香港青少年所选择钦佩人物的类型中表现得尤为突出。就其社会影响来说,“三星崇拜”的存在主要是大量的新闻炒作和商业包装的结果,即每个明星人物的推出和宣传都包含一定的媒介和商

① Chan, W. T., Cheung, C. K., Lee, T. Y., Leung, K. K., and Liu, S. C. (1997). *Moral values of youth in Hong Kong*. Hong Kong: Department of Applied Social Studies, City University of Hong Kong.

业利益在里面。而从实际情况来看,青少年偶像崇拜多指向于富有“流行性”特征的人物形象,甚至指向消极人物的形象特征。大陆学者薛晓阳^①指出,当今明星文化的特点是“流行性”、“青春性”和“情感性”。所以,当今青少年的偶像崇拜虽包含一定的价值内容,但其崇拜方式主要是对偶像外部形象的欣赏与模仿。青少年偶像崇拜的对象往往都具有鲜明的、能够同青少年心理倾向相共鸣的外部形象特征。

对于“三星崇拜”的性质,笔者提出它是一种直观的、非理性的、神秘化和神圣化的社会认知,主要有直接性模仿、全盘性接受、沉湎式依恋等特点。它可导致青少年因过分神化和迷恋其崇拜对象而出现浪漫幻想、高明星消费、低自我信念、虚荣满足和延长自我迷茫等不良现象。它还可使青少年产生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。

总之,无论是在香港,还是在大陆,“三星崇拜”的出现绝非偶然,它既是当今社会商业文化充斥的结果,也是青少年发展过程中的必经阶段。其实,青少年在其个体化过程中,需要将其对父母的爱转向对他们更具感召力和浪漫性的偶像人物身上,把他们当作为偶像来认同自我。在这层意义上讲,青少年偶像行为可谓其特定年龄阶段心理发展的“附属品”,它的产生具有必然性、过渡性和时代性之特点。

^① 薛晓阳:《偶像教育,教育理论的新概念》,《教育评论》,1997年第1期,22—25页。

偶像探视 22 :只要她号召,我们什么都可以做

“如果 1 000 个人现在开始每个人弄 500 票,那就是 50 万!弄 1 000 票,那就是 100 万!”2006 年 9 月 14 日,网友“花粉英国后援团”在尚雯婕贴吧里发出了《我们的对手疯了,我们不“疯”还能怎样?》的呐喊。“芝麻绝对是超女粉丝里最疯狂的一群人,她们真的疯了。”刚回国不久的某外资公司客户经理张晓刚看完这篇帖子后在自己的博客上写下这样的话。其实,他要是见识过去年李宇春的粉丝“玉米”们的拉票举动,一定不会如此惊讶。

成都《天府早报》记者肖姗姗在 2005 年 8 月 24 日《狂热玉米一次掷 50 万买万张电话卡为李宇春拉票》报道中讲述了“玉米”拉票的疯狂举动:一群“玉米”拿出 6 000 元向一位小灵通专卖店的老板买下一打小灵通,全部用来给李宇春投票——这样的新闻,在去年超级女声的媒体报道中屡见不鲜——超女粉丝中,“玉米”才是最疯狂和执著的一群人,她们的疯狂,从去年李宇春的出现开始,就一直没有停息过。

李宇春在成为 2005 年超级女声总冠军之后的第二天,通过新浪网和歌迷见面。此举动立即引发全国甚至全球“玉米”们的强烈反应。不少“玉米”为了占据和李宇春直接对话的网络聊天室中仅有的几百个位置,一天前就开始在线等待,守候时间最长的达到 24 小时。当下午 3 点李宇春踏入嘉宾聊天室之时,已经

创下聊天房间 50 个、在线聊天 12 000 人、观看人流超 40 万人的新纪录。也因为场面太过火爆,新浪网“直播间聊天”之后频频出现视频中断现象。

跟 40 万有关的还有一件事情。今年年初,当李宇春成为“小天使基金”的形象代言人后,“玉米”们纷纷捐款。两个月的时间,“玉米”们一共捐赠了 6 000 多笔共 40 余万元的善款,且所使用的捐赠者的名字大都是“玉米”二字,还用这笔资金成立了“玉米爱心基金”。“我们要支持春春到底,只要是她号召的,我们什么都可以做。”在北京某国家机关上班的王茜在接受《新世纪》采访时刚从无偿献血的现场回来,她说跟她一样因为春春而去献血的还有很多“玉米”,就和她去年宣传李宇春新专辑的“玉米”一样多。

“玉米”们宣传李宇春新专辑的方法很多,有人去街头宣传,有人在音像店里自发推销专辑……但无论如何,李宇春到每个地方做签售是“玉米”们最盼望的事情。“当百余名玉米尖叫着、痛哭着,捶胸顿足地挤作一团时,记者看到处于这团‘人粥’正中间的李宇春已经被挤得将头‘埋’在胸前,双臂无力地拢在腹部,双脚几乎悬空,其经纪人、保镖则围拢在她身旁,企图将她‘运’出包围圈。”《东方今报》的娱乐主笔史静远以《春春来了 玉米疯了》为标题,报道了李宇春前往郑州签售刚下飞机的情形。

这些“玉米”的疯狂举动,也许没办法被常人所理解,但“玉

米”们却并不在乎别人的看法。“我们要春春一转身,就能看见一片‘玉米田’。”这是“玉米”们在超女比赛结束后发过的誓言,在她们的眼中,其实自己一点不疯狂,只是在履行一个承诺而已。

来源:《新世纪周刊》2006 年第 30 期,
《只要她号召,我们什么都可以做》

点评:

青少年崇拜什么样的偶像?目前青少年选择偶像的面比较宽,个人的“主体评价”正在取代“社会评价”的定位。尽管有耐人寻味的群体差异,但相似点多于相异性;青少年普遍具有强烈的主体意识和独立精神,大胆追求那些具有人格魅力、个性气质和个人才华的偶像明星。

23. 青少年偶像崇拜的特点

概括说来,当今的偶像崇拜有如下四个突出特点。

(1) 偶像崇拜商品化

偶像崇拜商品化是当今偶像崇拜的一大特点。在香港,每个明星偶像的推出和宣传都有赖于商业运作,其生存与发展也有赖于媒

介和包装公司(经纪人)的支撑。明星与其迷恋者相互依赖,而连接他们之间的纽带就是有关其明星的各类商品,如唱片、影集、CD、VCD、书籍、挂像、服装、信用卡、歌/影迷会等。所以香港青少年喜欢的偶像本质上都是商品,其出炉和走红全都以商业利润为基础。但这种纯商业化的偶像崇拜导致两个突出问题:(一)偶像的选择完全受制于包装公司的导向;(二)偶像的接受以情感投入为主导。

有学者认为青少年的消费和享乐文化,正是商家利用大众传媒持续地作知识和道德的引导,造就群众的利益和需要,使其与消费文化和经济层面同化。这便出现了某种“文化霸权主义”,它反映出社会的领导层期望在被领导层中发展出一套与领导层相类似的价值观念,好让统治能够合理化并提高认受性。在香港,这种霸权主义正是商品经济至上的意识形态,偶像崇拜文化就是其中的一种商品经济文化,使明星与其迷恋者之间相互依赖及密不可分。

偶像崇拜商品化旨在强调偶像明星的流行性特点,这通常包括青春貌美、个性突出、充满活力、相当富有、多才多艺且颇具反叛性等特点。这导致了香港青少年对其偶像的欣赏多定位在其表面形象上,而缺乏对其内涵的深刻认同。香港学者黄成荣及马勤^①也指出香港的年轻人在选择流行歌曲时倾向收听爱情歌曲,对歌曲的内容及质量要求比年长人士为低,他们要的都是共鸣的感觉。

① Wong, S. W. & Ma, K. (1997). *A survey on the patterns of Canto-pop appreciation in Hong Kong*. Department of Applied Social Studies, City University of Hong Kong.

由此可见,这些情况亦造成了香港青少年偶像崇拜之重浪漫幻想之现象。

偶像崇拜 11 :电影史上首位明星出炉的背后

电影史上推出的首位明星,又完全是一种类似欺骗的计谋。

1910年,美国独立电影公司的负责人卡尔·兰姆利为了替自己的影片作宣传,就在当时的《电影世界》杂志上故意刊登该公司台柱演员弗洛伦斯·劳伦斯死去的消息。接着,他又贼喊捉贼地宣传:劳伦斯死亡的消息是一则十足的谎言,是独立公司的敌人恶意中伤。兰姆利随后又安排劳伦斯和她的经纪人在圣路易大车站与观众见面。作为观众来说根本不知道这是像演电影一样地在做戏,结果在安排见面的当天,充满好奇心的人挤满了车站。这一下让劳伦斯成为了名人。

作为当时的背景来说,兰姆利别出心裁的计谋确实为以后的明星制产生提供了一种不可多得的策划模式。

来源:祥贵:《崇拜心理学》,2001年版,大众文艺出版社

(2) 偶像崇拜单一化

由于偶像的高度商品化运作,时下青少年大多崇拜明星偶像。这主要包括歌星、影星和体坛明星等人物,其比例远远超过其他偶像的比例,并且这一现象在香港青少年群体中表现尤为明显。如据我的一项于1998年至2001年展开的香港与内地青少年对明星崇拜与杰出人物崇拜的纵贯分析表明,在所有香港中学生提名的

明星偶像中,歌影星的比例分别占到 2001 年资料的 68.8%, 2000 年资料的 33.1%, 1999 年资料的 38.0% 及 1998 年资料的 58.1%。在图表 3.1 中,香港中学生四年来的偶像选择前 10 名排名几乎清一色地为明星偶像,尤以 2001 年的偶像排列为突出,有九人之多。此外,在所有提名偶像中,陈慧琳四次登榜;郑秀文、杨千嬅、郭富城、梁咏琪和父亲三次登榜;容祖儿、谢霆锋、郑伊健、酒井法子两次登榜。除了明星偶像之外,只有父亲在三年的排列中登榜,神和诸葛亮分别在一年中的排列中登榜。这些数字都表明,香港青少年的偶像崇拜相当单一化,都集中在明星身上,表现出其高度娱乐化的特征。

图表 3.1 1998—2001 年香港与内地中学生 10 大偶像比较^①

香港资料				
	2001 年资料 a (242 人数)	2001 年资料 b (833 人数)	1999 年资料 (132 人数)	1998 年资料 (122 人数)
1	陈慧琳*	陈慧琳*	母亲	张学友*
2	容祖儿*	谢霆锋*	父亲	梁咏琪*
3	杨千嬅*	陈奕迅*	梁咏琪*	郭富城*

① 本图表编自于笔者在 1998—2001 年间所做的四项研究。每一调查中,笔者均要求受访者写出三名生活中最钦佩的偶像人物(中外人士均可),具体写出每位偶像的突出特征或值得钦佩的方面。对于这些数据,笔者重新进行了整理归纳分析,将所有提名的歌星、影星、电台主持人(DJ)、电视节目主持人及各类体育明星归入明星偶像类,将所有提名的著名政治家、科学家、文学家、哲学家、教育家、军事家、企业家等社会名人归入杰出人物偶像类,最后将所有有提名的身份不明者、虚构人物、卡通人物及自我等归入其他类。

(续表)

香港资料				
	2001 年资料 ^a (242 人数)	2001 年资料 ^b (833 人数)	1999 年资料 (132 人数)	1998 年资料 (122 人数)
4	谢霆锋 [*]	郑秀文 [*]	杨千嬅 [*]	郑伊健 [*]
5	Twins [*]	容祖儿 [*]	郑伊健 [*]	郑秀文 [*]
6	郑秀文 [*]	母亲	乔丹 [*]	Beyond [*]
7	陈冠希 [*]	杨千嬅 [*]	酒井法子 [*]	酒井法子 [*]
8	梁咏琪 [*]	刘德华 [*]	郭富城 [*]	陈慧琳 [*]
9	神/耶稣 ⁺	父亲	陈慧琳 [*]	黎明 [*]
10	张柏芝 [*]	郭富城 [*]	诸葛亮 ⁺	父亲
内地资料				
1	周恩来 ⁺	周恩来 ⁺	周恩来 ⁺	周恩来 ⁺
2	比尔·盖茨 ⁺	老师	毛泽东 ⁺	自己
3	毛泽东 ⁺	父亲	父亲	乔丹 [*]
4	谢霆锋 [*]	母亲	母亲	比尔·盖茨 ⁺
5	父亲	乔丹 [*]	鲁迅 ⁺	汤姆·克鲁斯
6	梁咏琪 [*]	毛泽东 ⁺	朱镕基 ⁺	父亲
7	任贤齐 [*]	比尔·盖茨 ⁺	比尔·盖茨 ⁺	成龙 [*]
8	爱因斯坦 ⁺	同学	雷锋 ⁺	张学友 [*]
9	邓小平 ⁺	雷锋 ⁺	邓小平 ⁺	邓小平 ⁺
10	母亲	鲁迅 ⁺	邵云环 ⁺	毛泽东 ⁺

注:在上图表中,凡名后带^{*}者均为明星偶像;凡名后带⁺者均为杰出人物偶像。

而内地中学生提名的明星偶像中,歌影星所占的比例也在逐年提高,由1998年的19.9%一直上升到2001年的38.3%,增幅几乎达到了一倍。此外,在2001年,内地中学生提名杰出人物的

比例与其提名明星的比例几近相似,平均百分比亦达 35.0%,而香港中学生提名杰出人物的比例也远高于对其他偶像的提名,平均百分比达 11.3%。

同时,内地中学生四年来的偶像选择前 10 名多以杰出人物偶像为主(见图表 3.1),比如著名的政治家周恩来、毛泽东、邓小平,科学家爱因斯坦、牛顿,企业家比尔·盖茨及社会楷模雷锋。这说明内地中学生的偶像崇拜具有政治单一化的特征。

(3) 偶像崇拜情绪化

当今青少年的偶像崇拜相当情绪化,这也是有目共睹的。在世界各地城市中,论歌迷、影迷对其偶像的投入和忠诚程度,香港歌迷、影迷绝对是名列前茅的。本来,心理认同和情感依附是偶像崇拜的两大动机,但据我五年来的调查表明,香港青少年偶像崇拜中情感依附有余而心理认同不足。这突出表现为对偶像产生强烈依恋,全情投入,绝对支持,甚至发展到偶像的事业发展起落可以影响个人情绪状态之地步。

如根据我和同事等人在 2000 年的一项调查表明,香港中学生在偶像心理认同、偶像理想化和偶像亲友欲望条目上的平均值均低于其他如长沙、南京和南通中学生的平均值,而在偶像浪漫幻想和偶像异性吸引条目上的平均值均高于其他三地中学生的平均值。这说明,香港中学生对偶像人物的关注主要体现在浪漫幻想和异性吸引的层面上,而非在心理认同的层面上。与此相反,内地中学生对偶像人物的关注则主要体现在心理认同的层面上,而非

在浪漫幻想和异性吸引的层面上。

此外,香港中学生在偶像成就取向和偶像名誉取向条目上的平均值均低于其他三地中学生的平均值。这说明,内地中学生在看待偶像人物时,较香港的中学生更看重这些人物所取得的个人成就及其社会影响。

综合而言,香港青少年在偶像崇拜中更看重浪漫幻想和异性吸引,这是偶像崇拜情绪化的突出表现。

(4) 偶像崇拜绝对化

眼下青少年的偶像崇拜也相当绝对化。据我五年来的调查表明,许多青少年多对偶像产生理想化及浪漫化幻想,把偶像身上的一切都看得尽善尽美,即使他们有什么缺点,也会被淡化。其结果,青少年很容易将偶像加以神化,产生“偶像光环效应”,从而失去对偶像的批判思维能力,形成“普塞克式爱”(Psyche Love)。所谓普塞克式爱,指的是一种单向性、虚幻性、奉献性和非双趋的爱情体验,它与当今青少年偶像崇拜之激情投入、浪漫幻想、沉湎式依恋、全盘接受、虚幻神秘感等心理特征十分相似。它本质是一种虚幻的爱慕,它充满了理想化、浪漫化、绝对化的认知成分,因而使得许多青少年沉湎于对偶像的梦幻当中难以自拔。

偶像探视 23 :日韩的偶像工业

日本的偶像工业已经形成了在经纪公司、唱片公司一手策划下的粉丝经济产业链,唱片、演出、广告代言之外,各类粉丝组

组织的收入是公司收益的重要来源。日本最大的经纪公司之一杰尼斯家庭垄断了日本当红艺人的大半天下,泷泽秀明、木村拓哉、Kinki Kids、V6、SMAP、岚……都是杰尼斯的签约艺人。艺人官方歌迷会的收费是杰尼斯赚钱最多的一项,旗下艺人都拥有自己的歌迷会,会员参加歌迷会不能互通,也就是说如果你喜欢两个团体以上的,就得多次付入会费。由于杰尼斯旗下艺人的演唱会只对会员开放,所以歌迷如果不入会就没有购买门票的资格。杰尼斯旗下各团体加起来,在日本约有160万会员,光会费,杰尼斯每年就进账70亿日元。

此外,会员每年还必须交1000日元的年费,可福利却极少。会员除了得到会员证、一年4期薄薄的会刊,就只有参观节目录影、参加杰尼斯运动会及优先购买明星演唱会等各项表演门票的权利。但是购买门票没有折扣,也不能保证会员一定能买得到票。每当有演唱会,杰尼斯会去信告知会员,并请会员回函,如果要去看就要附上票款。因为杰尼斯会员实在太多,门票要经过抽选,所以抽中的几率并不大。如果没有被抽中,之前汇出的门票钱会退回,但必须扣除3%手续费,这对杰尼斯来说当然是稳赚不赔的。

韩国参照日本偶像工业的成功经验,形成了独特的粉丝经济。在韩国,当红艺人都有各种各样的歌迷会。但是公认的官方歌迷会只有一个。这个歌迷会由公馆来管理。以“东方神起”为例,“东方神起”的歌迷会叫“Cassiopea歌迷会”,由艺人所属的韩国SM娱乐公司负责管理,歌迷会的会长、副会长、帮助会长

和副会长职位的会员由歌迷组成。他们有一套与日本歌迷组织相近的收费机制,这项收入在经纪公司或唱片公司全年收益中同样占据相当大的比例。有意思的是,韩国的粉丝对官方粉丝组织非常忠诚,比如“东方神起 Cassiopea 歌迷会”的成员会骄傲地称自己是 Cassiopea,并告诫其他歌迷,没有参加歌迷会只能把自己叫做“东方神起歌迷”,而不能说自己是 Cassiopea。

来源:《新世纪周刊》,2006 年第 30 期,《粉丝中有经济》

点评:

偶像是工业,粉丝是经济。在这个商业化的社会中,只要有利润,就会有人追捧。很多经纪公司在包装明星的过程中由于过度包装,使得偶像更多地成为商业的附属品,个人原本的特色在商业大潮中泯灭,换来的,仅仅是一个个工业制品,不得不说是偶像的悲哀,同时也是粉丝的悲哀。

24. 青少年偶像崇拜的心理学特征

青少年期是由儿童向成人过渡的特殊发展阶段,有着既不同于儿童,又不同于成人的心理活动方式和内容。在认知、情感、能

力、人际交往等各个方面都发生了特殊的变化,出现了一些比较特殊的心理行为反应。亲子冲突、情绪波动、自尊下降、叛逆行为、从众行为等是青少年期较为普遍的心理特征。偶像崇拜可以说是青少年在个体成长过程中的一个阶段性行为,也是青少年走向成年的一种过渡性行为,本质上反映了青少年自我确认中对理想人物的社会认同和情感依恋,是其特定年龄阶段心理发展的“附属品”。在此意义上讲,生活需要偶像人物,偶像人物也为生活增添了色彩。

目前在论及为什么青少年会出现偶像崇拜现象时,一些相关的心理需要,如归属需求、认同需求、补偿需求、宣泄需求、需要需求、逆反需求、爱恋需求以及从众需求被广泛分析,比如:

宣泄需求

程灵和陈强两位内地学者认为^①,青少年偶像崇拜是现今青少年对日益繁重的课业压力的一种宣泄和自我慰藉。在成长过程中,青少年的生活本应该是多姿多彩的。可是在实际生活中又不得不面临着重重压力,比如父母望子成龙的心态、老师严厉的管教、升学压力的负担、人际竞争的激烈等等。在这种超负荷的心理负担之下,青少年们过剩的精力无处可泄,丰富的情感无所寄托,生活因枯燥而变得压抑。理所当然地,他们要求宣泄、解脱和释

^① 程灵、陈强:《青少年偶像崇拜现象的心理学分析》,《福建教育学院学报》,2001年第1期,19—21页。

放。偶像这个时候就成为了他们的精神支柱,让青少年们得到了某种替代性的满足:在影视明星扮演的角色中,他们体验到了丰富的人生经历;在歌星的演唱歌曲中,他们找到了某种近似的共鸣和想像中的情感体验;在体育明星激烈的竞技比赛中,他们过剩的精力找到了发泄的出口……

不仅如此,拥有偶像除了可以使他们在精神生活中得到寄托,缓解压力所带来的紧张,也可以通过搜集偶像的生日、星座、兴趣、爱好等记录作为课余活动的一大消遣,使自己在现实中无法实现的心愿可以在感受偶像特质的过程中获得补偿。

需要需求

美国著名心理学家亚伯拉罕·马斯洛(Abraham Maslow)提出了需求层次理论。他把人的心理需求从低到高分五类:生理需求(Physiological)、安全需求(Safety)、归属和爱的需求(Love/Belonging)、自尊的需求(Esteem)以及自我实现的需求(Actualization)。这其中,归属和爱的需求正是青少年所面对的主要问题。处在心理断乳期的青少年们情绪波动性大,与父母的关系开始疏远,再加上处于这一年龄段的青少年大多是独生子女,从小到大都是一个人生活,孤独感会激发起他们对于归属和爱的需求。这个时候,青少年们发现,明星出演的影片反映了他们积极向往的生活方式,明星演唱的歌曲道出了他们心声的呼唤。失败时,听见成龙在唱“人生就像潮起潮落,谁没有尝过失败的苦果,让我们从头来过”;失落时,听见谭咏麟在唱“不惧怕,无人拦去路,在午夜明灯指

我路”……这种沉醉,让青少年于其中获得心灵上的暂时平静与安慰。于是,偶像崇拜便成为了青少年们找寻归属和爱的最好方式。

逆反需求

逆反心理是对抗心理的一种特殊表现形式。它是指个人存在着一种趋向自主并摆脱外部控制的倾向。在国内,很多青少年从儿童时期起就接受要绝对服从权威的传统式教育。然而,随着青少年自我意识的不断发展,他们的逆向思维、多向思维和发散思维都日益成熟,所以他们已经不再满足于被动地接受训导,按照老师和家长的要求行事。他们需要表达自己的思想,展示自己的个性。在这一过程中,就会不可避免地产生与家长和老师的冲突。家长和老师可能会严格禁止类似于偶像崇拜的行为,反之都希望通过树立先进人物的感人事迹来教育感染青少年,唤起他们的热情,以达到激励后进的目的。

这种“禁果逆反”^①效应深深地刺激着青少年,他们开始决定自己管理自己,冲破传统的束缚,于是产生了越是禁止崇拜偶像,就越去崇拜偶像的现象。

爱恋需求

处于青春期的青少年,由于生理上的发育,逐渐萌发了对异性的好奇和向往。他们的感情很丰富,易于动情,以至于几乎每一个

① 任亮、刘正萍:《青少年逆反心理的表现、成因与教育》,《张家口师专学报》,2000年第2期,56—61页。

青少年都会有一个自己理想爱人的轮廓。那些活跃在流行歌坛、影坛的明星们,均有着靓丽的外表和潇洒的举止,再加之脱离现实生活的舞台形象,很容易使青少年们陷入对他们的疯狂喜爱之中,进而发展为自己心目中爱恋的完美对象。在第一章里就曾分析过,偶像崇拜的一个突出特征就是浪漫化,突出表现为青少年沉湎于对其偶像的种种情爱遐想,以此梦幻自己的爱情生活,甚至有的时候,还会出现性爱的幻想。

虽然这些青少年心态的解释有其理论层面的合理性,但是却缺乏从心理学的基本流派入手,系统分析青少年偶像崇拜背后的心理动机。而事实上,对于这些动机的探究,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背后的发生原理和应对之道。据此,这里将从精神分析理论、行为主义学习理论和认知发展理论三大心理学流派入手,运用这三大心理学说各自代表人物的心理学理论,系统探究青少年偶像崇拜背后的心理因素。

偶像崇拜 12：“超女”写球评

据报道,世界杯期间,“超女”李宇春以 20 万元的稿酬与全国 16 家媒体签约,开辟李宇春评球专栏;而另一“超女”张靓颖也已和四川、天津等地多家媒体达成协议,在世界杯期间开一些自己的专栏,每篇 500 元。世界杯和“超级女声”奇特的“商业化组合”在这段时间引发了激烈争论。

批评：别糟蹋球迷眼球和报纸版面

从批评者的观点看，他们认为，“超女”不懂足球，她们写球评是对足球的侮辱；还有“超女”的球评是“中学生作文”，大众被当成了弱智；再者是“商业化绑架”，主要是成人的球迷被当成了他们原本就看不起的幼稚的“玉米”、“凉粉”们。

一位叫“一剪寒梅”的网友的言论很有代表性。该网友在其新浪博客中写道：“超女写球评，这是媒体极其媚俗的手段……有一批不看球，只看超女的人，为了看超女的文章而看球评，这就会给媒体带来大批不懂球的读者。所以超女写球评，受益的是媒体和超女，受到糟蹋的是球迷眼球和报纸版面。”此网友认为，世界杯是属于真正球迷们的盛宴，在四年一次的世界杯面前，超女和媒体最好自重一些。

辩护：写球评动了谁的“奶酪”

而包括“玉米”、“凉粉”以及一些“宽容之士”在内的人则认为，“超女”写球评无可厚非。他们认为，大家的反应有些神经质。对足球的热爱不是某部分人的专利，“超女”也可以是球迷，即使她们不懂足球，也可以参与世界杯这个盛典。每个人都可以对世界杯发言，表达自己的感受，她们当然也可以。对她们写球评大加挞伐，意味着球迷正在用自己的实际行动把足球孤立起来。

另外，辩护者认为，超女写球评，是因为有市场需求。她们

和媒体是两厢情愿。并没有什么规定唱歌的不可以写字,她们不存在这个“市场准入”的限制,人们应该尊重这一点。个别偏激的人甚至认为,一些人指责“超女”没有资格写球评是因为她们动了很多“文字工作者”的“奶酪”,闯进球评领域抢走了“大份”。

来源:《新快报》,2006年6月20日,
《“超女”写球评:商业化绑架与偶像崇拜焦虑》

(1) 精神分析学派的观点

弗洛伊德的精神分析理论

精神分析理论属于心理动力学理论,是奥地利精神科医生弗洛伊德(Sigmund Freud)于19世纪末20世纪初创立。根据弗洛伊德的性本能理论,青少年偶像崇拜可理解为青少年成长过程中的一种性冲动转移。青少年在自我成长过程中,个体增强的欲望冲动不能只指向父母及同辈人,还需要指向父母之外类似于明星偶像一类的遥远人物,以弥补情感上因脱离对父母的依赖而产生的真空。

弗洛伊德认为人的精神活动的能量来源于本能(Desires),本能是推动个体行为的内在动力。人类最基本的本能有两类:一类是生的本能(the life drive),另一类是死亡本能或攻击本能(the death drive),生的本能包括性欲本能与个体生存本能,其目的是保持种族的繁衍与个体的生存。在这其中,性本能冲动是人一切心理活动的

内在动力,也是人格发展的基本动力。由此,弗洛伊德将人格发展划分为不同阶段。刚出生的婴儿,他们的知觉还无法分辨自己与外在世界的区别,甚至于将母亲视为自己的一部分,这种把外在的客体当作自己一部分的时期被称为“原始性认同”期;3岁至6岁的幼儿,已有了性别之分,并对自己的性器官开始产生兴趣。男孩与女孩也因对自己性别认识的不同而形成了不同的认同体系,此一阶段被称作“衍生性认同”。男孩认同形成的主要原因是“恋母情结”(Oedipus complex)和“阉割焦虑”(castration anxiety)。

男孩在婴儿阶段,就已经通过吸乳、乳头摩擦口唇黏膜引起快感等行为跟母亲建立起了亲密的关系,并将母亲幻想为性爱的对象,这即所谓的恋母情结。但由于母亲有父亲这样一个男性角色相伴在旁,所以父亲便成为他的竞争者,使得男童因嫉妒父亲拥有母亲而产生敌意。但男童又竞争不过父亲的权威,害怕父亲在竞争过程中会对他施以除去性器的惩罚,而产生了所谓的阉割焦虑。在这种情况下,男童既爱慕母亲,却又怕父亲的惩戒和报复,与父亲的竞争就逐渐转化为了尽量模仿父亲的行为,并将之内化为自身人格的一部分。这种模仿而内化形成个人人格特质的过程,就是一种认同。女孩主要的问题是“恋父情结”(Electra complex)与“性器嫉妒”(penis envy)。女孩第一个性爱对象也是母亲,但是在这一时期里性别意识的觉醒使她发现自己没有男性性器,因而归罪于母亲,并产生了“性器嫉妒”。之后,她继续寻求新的爱恋对象,由于父亲有她所没有的性器官,所以父亲便成为了她的爱恋对

象,而母亲成为对立的竞争者,但这又是事实不允许的,因而产生“恋父情结”。这时,女童只能压抑对父亲的爱,转而对母亲产生认同。

在这里,弗洛伊德区分了两种主要的认同方式。第一个是“依赖性认同”。依赖性认同是儿童由于害怕失去父母的爱而试图在许多方面与父母相同的过程。这种认同有助于儿童人格持续的发展与改变。此外,儿童接纳并采用父母对事物的评价标准,而父母的评价标准来自他所处的文化群体,所以儿童等于内化其文化群体的标准,因此此种认同有助于儿童内化的形成,促进儿童社会化。第二个是“侵犯性认同”。侵犯性认同衍生自弗洛伊德“阉割焦虑”的观点,即儿童惧怕父母对他身体的攻击或惩罚。大多数学者认为这可能会产生侵犯性的行为,而不是正向的社会化。不过这只是一种过渡性的防卫机能,对儿童人格的形成和发展并无大碍。

从12岁开始,儿童进入一个所谓的“生殖期”阶段,性冲动开始活跃起来。但是社会并不允许这种性欲的即刻满足。因此,青少年必须压抑其本能,否则在社会面前就会成为“罪犯”、“不受法律保护的人”^①。但是,对性本能冲动的压抑并不会使这种能量消失,而只能是“在不减弱其强度的前提下转移它的目标”^②。这里

①② 弗洛伊德:《性欲三论》,赵蕾、宋景堂合译,国际文化出版公司,2001年版,224页。

的目标转移包括两个方面：一方面，由于社会不允许这个年龄段的青少年进行生殖活动，儿童只能将性本能的冲动能量转向其他方面，如获取知识、锻炼身体等；另一方面，青少年的性愿望仍然延续了前面阶段的一些形式，就性欲对象而言，他们首先仍把自己的异性父母作为爱恋的对象，然而这种有悖社会伦理的爱恋以潜意识的方式使青少年产生了焦虑。为了减轻这层焦虑情绪，他们于是试图消除与父母的情感联系，到家庭以外去寻找情感依恋和认同的对象。

进入青春期后，这种找寻父母“替代品”的逆反愿望愈发地强烈。青少年们开始要求摆脱对父母稳定而牢固的情感依附（attachment），走向自立，由此出现了与父母纽带之间的疏离甚至断裂。为了补偿脱离对父母依赖而产生的情感真空，他们急需一个稳定的自我形象来确认自己，需要一个看得见、摸得着的真实人物作为自我的代表。由此，那些具有很强社会效应的偶像人物便成为了青少年们参照的榜样，填补了他们内心的沟壑。对偶像的认同正是他们寻找到的一种新的情感依托与情感表现的完美形式：既通过认同某个人的价值观念、行为方式抵消了因性愿望的不断增加而造成的对身体、心理上的压力，同时也弥补了由于与父母和家庭成员关系的疏远所带来的失落和苦闷，是一种性欲发展的正常走向，否则会引起成年后的各种性变态行为。

同时，由于个体欲望冲动的不断增强，青少年也需要将儿童时期对父母之养育式依恋转移到青少年时期对异性的浪漫式依恋

(romantic attachment)中,突出表现为对崇拜对象的迷恋中充满了浪漫幻想(illusory romance),甚至是性爱的幻想。在这种超越现实的情感体验之下,沉湎于此的青少年把异性偶像当作一般的梦中情人并希望成为该偶像的恋人。

艾里克森的新精神分析理论

在弗洛伊德精神分析理论的基础上,又诞生了以美国心理学家艾里克森(Erik H. Erikson)为首的新精神分析理论。艾里克森在其重要著作《儿童期与社会》(*Childhood and Society*)一书中提出了“心理社会发展说”(psychosocial stage theory of development)。它将青少年的偶像崇拜理解为青少年在青春期走出自我同一性的角色冲突,寻找自我同一性的过程。

新精神分析理论对古典精神分析理论过于强调生物学因素的观点持否定态度,而强调社会文化因素和本能在人格发展中的共同作用。艾里克森修订了弗洛伊德的性本能理论观点,并于1950年出版了重要著作《儿童期与社会》一书。该书内容广泛,包括精神分析(特别是自我心理学)和文化人类学两方面的材料,对同一性、同一性危机、心理社会延缓期等概念作了初步探讨。艾里克森认为,人的一生每个阶段都有影响其人格发展的主要问题,这些问题并非只在某一个阶段出现,它们可能在任何时期都会发生,只是在特定发展阶段中更为重要,成为影响人格发展质量的关键因素。

在他的“心理社会发展说”理论中,“自我同一性”(identity)是其核心概念。个体发展的目标就是要建立稳定而适当的“同一

性”。“同一性”是个体关于自己是什么样的人,在社会上占有什么样的位置的认识,是个体对过去、现在、将来的“我”的认识和体验的整合。“同一性是他许诺在将来预计要成为的人,是处于他看到他自己的形象和他感受到别人对自己的看法以及期望他成为的形象之间的东西……”^①“自我同一性”对个体有着个体适应和社会适应两方面的意义。就个体适应来讲,建立“自我同一性”意味着对自己获得了恰当和充分的了解;就社会适应来讲,建立“自我同一性”则意味着人对自己在社会网络中的地位有了明确的定位。

艾里克森认为,儿童在进入青少年期(12—18岁)后,原有的自我同一性遭到破坏,自我开始出现分裂与危机,个体面临“自我同一性和角色混乱冲突”(conflict between identity versus confusion)的危机。为了解决危机并获得新的同一性,青少年就需要“通过新的以同辈伙伴及家庭外的领袖人物自居的作用”来检验新的自我。而偶像,作为个人认同并信任的对象,反映了个体积极的自我确认,是青少年在成长过程中对现实自我不满足而找寻到的最佳理想自我,是自我同一性的最佳代表。

按照艾里克森的说法,“青年也在热烈地寻求可以信仰的人和观念”^②。人人心中都有一个现实自我和一个理想自我。可以说,

① 詹姆斯·卢格:《人生发展心理学》,陈德民等译,学林出版社,1996年版,3页。

② 埃里克·H. 艾里克森:《同一性:青少年与危机》,孙名之译,浙江教育出版社,1998年版,114页。

偶像崇拜是在自我否定期追求自我肯定和理想自我的一种特殊形式,对这个阶段的青少年的个体适应和社会适应均有着十分重要的引导性影响。就前者而言,当青少年不能获得恰当的自我认识和肯定时,偶像便自然而然地成为了青少年可以参考的模范。一个偶像人物的形象,可以给他们树立生活的榜样,并使人产生无穷的幻想和生活热情;偶像人物的言行,也可给他们以极大的力量,使人加以努力地体会和实践,从而避免青年期易出现的角色混乱,保持心理的平衡;就后者来说,“他们必须使自己深信,那些在预期的成人世界中获得成功的人们所承担的也是最好的责任。因为只有通过他们的意识形态,社会体系才能进入下一代人的结构并试图将青少年恢复了的青春活力吸入自身的血液之中”^①。

因此,偶像是青少年探索自我同一性,融入社会的重要媒介,帮助青少年在青春期避免易出现的角色混乱,保持心理的平衡。

偶像崇拜 13 阿欣 fans 走清还有我

问阿欣要不要喝点什么,她摇摇头,说要减肥,记者于是自顾自去取汽水;怎知她的声音突然在身后扬起,霎一声,抢先拿起可乐。原来因为谢霆锋(谢的洋名是 Nicholas,简称 Nick)是可口可乐代言人,于是,她把减肥弃在一旁。

^① 埃里克·H. 艾里克森:《同一性:青少年与危机》,孙名之译,浙江教育出版社,1998年版,119页。

她,就是那个日日去法庭旁听、谢霆锋罪名成立后在镜头前哭得天昏地暗的阿欣。

10月2日,谢霆锋在壁屋惩教所度过第一夜,阿欣则过了一个无眠夜,尽管化了妆的她,看上去不像彻夜未眠。

她说,朋友陪她吃饭,她吃不下。当晚姐姐在卡拉OK为她庆祝19岁生日,她完全没心情;她坐至凌晨3时,再不能强颜欢笑,于是回到满屋都有谢霆锋海报、CD的家。

“他在里面(监狱)做什么?他是否拥着吉他哭?抑或失眠?他‘铲青’后定很憔悴……我好辛苦。”“中一,个个同学都用四大天王的海报来包书,惟独我用谢霆锋”。

阿欣说,谢对她影响很大,尤其案件开审后:“个个都知阿Nick是个‘烂玩精’!”“我都好喜欢出来玩,晚上6至7时返工,凌晨3时收工后,去Disco玩,鸡啼时去另一间,直到下午3时仍未够,去卡拉OK,然后返工,可以不用睡觉。”

审讯第二日,阿欣玩完后来不及回家换衣服,就去法庭,她严肃地说,谢的歌迷可能流失,她需要出力。“要告诉他……就算你的歌迷全部流失,我会自动自觉走出来,在台下举你的牌”。

“我送给你最大的礼物,是我的心”。旁人还有何话可说?

摘自《香港经济日报》2002年10月7日

(2) 行为主义学习理论的观点

行为主义的强化观点

行为主义(behaviorism),又称“刺激—反应理论”,是20世纪初起源于美国的一个心理学流派。行为主义和精神分析学派的路线大相径庭,主张心理学应该研究可以被观察和直接测量的行为,反对研究没有科学根据的意识。该学说认为,人类的思维是与外界环境相互作用的结果,即“刺激—反应”,刺激和反应之间的联结叫做强化(reinforcement)。通过对环境的操作和对行为的积极强化,任何行为都能被创造、设计、塑造和改变。

根据行为主义理论的观点,青少年偶像崇拜的行为,一方面是受到大众传媒的渗透和强化,另一方面是在朋辈团体中,因为渴望团体接纳的需要,而受到的来自集体的影响和强化。

大众传媒对个体的影响,一直以来都被研究界所关注。早在30年代就由 P. Lazarsfeld 和 F. Stanton 提出了“万能效果论”^①,认为传播媒体的传播效果十分的强大,人们借着大众传媒接受到大量的且相同的信息,这些信息在日复一日的重复中对阅听人产生了塑造、灌输的作用,使得个体们开始产生一致的想法。

这之后,随着电视在日常生活中的普及,电视媒体与儿童崇拜偶像之间的关系开始越来越多的成为研究的主题。普遍一致的观

^① Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. N. (1949). (Eds). *Communications Research 1948—9*, New York: Harper.

点是,儿童观看电视的时间越长,对于电视上的明星崇拜的认同程度就越高,受到的影响也越深。Maccoby 和 Wilson^① 认为较容易引起儿童认同的电视角色一般符合如下三个条件:①电视观看者的动机与电视中人物的动机具有一致性;②观看者与电视中人物的某些主要社会特质,如性别、年龄、种族等具有类似性;③观看者对剧中主角行动的焦虑程度也会影响其选择认同对象和认同深度的因素。在台湾,林英贵在他的《台北地区‘国中’生电视明星认同研究》^②一文中指出,“国中”生收看电视的时间随着明星认同层次而明显递增,显示出台北地区对电视明星具有高认同程度的中学生,收看电视的时间也会相应地增加。

社会学家布迪厄(Pierre Bourdieu)曾经指出偶像之所以成为偶像,“正是借助于电视强有力的煽动性和情绪效果,明星成了话语的代言人”。以电视为代表的大众传媒,正是通过制作精美的图像和影音,塑造了大量热门的明星人物并赋予他们以名气,这些人物又透过传媒的精心运作和高频次的宣传,使人不假思索地接受并认同明星人物的打扮、衣着、生活方式等,同时使得偶像崇拜高度渗透于青少年的日常生活中,从而强化了青少年们偶像崇拜的意愿。

① Maccoby, E. & W. C. Wilson. 1957. Identification and observational learning from films. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55, 76—87.

② 林英贵:《台北地区“国中”生电视明星认同研究》,私立辅仁大学大众传播研究所硕士论文,1987年。

朋辈群体对青少年个体的行为之影响,多和社会学相互联系,在社会群体的理论框架下进行讨论。所谓社会群体,也称社会团体,是指二人以上,通过持续的社会互动或社会关系结合起来进行共同活动的集合体。Asch^①等人的研究认为个人受到集体行为的压力(peer pressure)和影响,至少可以区分为三种不同的心理状态,这三种心理状态是依照接受的程度不同来区分的:

① 顺从(compliance):个人为了避免因为不从众而受到集体的惩罚,而屈服于集体的决定。根据研究,顺从是最多数的从众行为。

② 内化(internalization):个人不论是在公众还是私底下,相信集体的意见是正确的,已将团体的意见或行动归纳为自己的价值体系。

③ 认同(identification):个人因为集体的某些特性或品质是其所希望的,因而表现出与集体一致的行为。认同的效果比内化来得浅,所影响的时间也比较短。

占士·柯尔曼(James Coleman)在他的经典著作《青少年社会》(*The Adolescent Society*)一书中指出^②,20世纪60年代的美国青少年,因为种种原因,几乎被隔离于成人的“大社会”之外。急剧的社会变迁使家长难以和青少年子女同步并进。社会的专门化

① 吴宪立、伍至亮:《“国小”高年级学生电视收视行为与偶像崇拜之研究》,《“国教”学报》(台湾),2003年第14期。

② Coleman, J. S. (1961). *The Adolescent Society: The Social Life of the Teenager and Its Impact on Education*. New York: Fress Press.

趋向要求青少年在学校中接受更长时间的、更复杂的训练。在这个变迁过程中,青少年被迫转向自己的年龄组合寻求接纳,而他们的整个社交生活亦与同龄的人一起度过。在和同龄人的交往互动中,青少年们形成自己的社会,而大多数的主要社交互动,亦会在这个社会中发生。他们与外间的成人社会只保留着很少的联系。

无论是在学校还是社区,朋辈群体是影响青少年最深的一个群体。虽然家庭、学校和社区是青少年主要的活动场所,老师和家长对青少年耳濡目染的教育模式也为青少年们树立了一个又一个学习式的榜样人物。对此,青少年实际的接受效果如何,值得让人商榷。相反地,相似性和同构型较高的朋辈群体,对青少年影响才是至为关键。这是因为青少年选择的友伴,一般倾向于那些和自己价值与态度相近的人。青少年从友伴获得极为需要的支持,又因为生理上产生的变化也差不多在同一时段中发生,对事物的好奇心也较强,所以友伴对青少年的影响也是自然和深远的。

友伴可以给予青少年引导,却又可以对他们产生负面的影响。若青少年的亲密朋友都有崇拜某一个偶像的表现,则青少年本身也会因为友伴压力而倾向于崇拜该名偶像人物。芭芭拉·M. 纽曼(Newman)和菲利普·R. 纽曼(Newman)对此的解释是^①,处于青春期的青少年们,面临的是群体认同和疏远的危机,因此需要归

^① Newman & Newman, (1984). *Development trough life*. Illinois: The Dorsey Press.

属于某个同伴群体,否则会体验到疏离感,将来可能难以建立起社会支持网络,而社会支持对于个人健康和幸福特别重要,因此要避免限制青春期结交发展同伴关系的机会。

所谓“近朱者赤,近墨者黑”。朋辈群体对青少年的认知影响是十分巨大且显著的。青少年害怕因为与众不同而被同伴孤立并排挤出集体的圈子中。这种渴望得到集体的接纳,与群体保持一致的心理促使青少年们将偶像崇拜看作一种时尚,且通过去崇拜同伴们公认的偶像明星,以使得自己与周围同伴有着共同语言、融为一体而满足其归属感。从这层意义上说,朋辈群体对青少年偶像崇拜的行为起到了一种刺激和强化的作用。

在内地,郝玉章和风笑天两位学者采用内容分析的方法对207封“赵薇迷”的书信进行了社会学角度的分析^①,他们的这次调查证实了青少年偶像崇拜受朋辈群体强化影响的关系:

信 93:“以前,我并不知道什么《还珠格格》,可我们班的同学天天聊,于是我也成为了他们的行列成员了”;

信 184:“你看我班的同学,哪个歌本上没贴《还珠格格》的照片,哪个没有买上几张明信片,有的同学是看准了衣服上的‘还珠格格’

^① 郝玉章、风笑天:《青少年的偶像崇拜——207封“赵薇迷”信件的社会学分析》,《青年研究》,2000年第4期,22—29页。

才买的,还有圆珠笔、钢笔等,反正都是一个个十足的‘格格迷’”;

信 100:“你知道吗?赵薇姐姐,你已经在我们班上非常出名了,我和同学们一起交流的时候,总会提到你,说你这样好,那样也好”;

信 135:“每天在寝室里,我们谈论的都是你,每个人都看关于你的书籍,都很关心你在做什么,准备拍什么电视剧或电影”。

由此,在周围同学都喜欢赵薇的环境中,如果有人不喜欢赵薇,不崇拜赵薇,不仅仅会失去同学、朋友,甚至可能连日常交往中说话的机会也会因此而减少。

此外,严念慈和徐艳对湖北省汉川市马口镇所有在校初中生的调查也证实了青少年偶像崇拜中的从众心态。调查发现,在对青少年偶像崇拜的态度上,同辈群体中有 80% 以上持赞同态度,而反对的仅占到 1.6%。另一方面,学校持支持态度的有 17.1%,家庭持支持态度的有 23.2%。学校老师和家庭父母在此问题上的态度和同辈群体的看法形成极为鲜明的对比^①。

青年的体系与生活计划既充满了丰富的情操与利他的打算,而同时又具有令人不安的妄自尊大和自觉的自我中心状态。

——瑞士儿童心理学家让·皮亚杰(Jean Piaget)

^① 严念慈、徐艳:《青少年偶像崇拜:社会化视角的解读》,《青年探索》,2004 年第 3 期,35—37 页。

班图拉的社会学习理论观点

社会学习理论的创始者为艾伯特·班图拉(Albert Bandura)。在该理论中,模仿(imitation)是其核心概念。根据班图拉的社会学习理论,可以将青少年偶像崇拜理解为青少年对其认同人物之思想行为的直接性模仿(direct modeling),具体表现为对其崇拜对象在人生观、言行举止乃至服饰发型上的仿效。

与生物理论强调的因素不同,学习理论强调早期的学习决定了行为方式。学习理论还认为,在任何情境下每个人都会学到某种行为,在多次学习之后还会成为习惯。以后当相同或类似的情境再次出现时,个体将会采取惯用的方式作反应。例如,如果有一双手伸向我们,我们便会与他握手。这是因为我们已经学会了对一双手伸过来时应该如此反应。如果一个人骂你,你可能也会骂他,但也可能去试着感化他,这得看你过去学得的是什么反应方式而定。

班图拉认为,“大部分的人类行为都是通过对榜样的观察而习得的”^①。通过观察一个或多个榜样,行为、思想和情感发生变化的过程就是模仿。

通常来说,根据模仿者过程中是否具有主动、自觉意识的加入,模仿可以被分为两类:即自动模仿与有意模仿。自动模仿是指

① 艾伯特·班图拉:《社会学习心理学》,郭占基等译,吉林教育出版社,1988年版,22页。

对他人的思想、行为等自然而然的模仿过程。而有意模仿就是对他人的有意仿效。有意模仿又分为非合理模仿与合理模仿两种情况,非合理模仿是指那些只对行为的表面进行刻意的模仿而不理解其所以模仿的意义,部分青少年对偶像明星的盲目崇拜即属于此类。合理模仿则是出于对模仿对象的深刻理解以及模仿者的理性思考,而这种模仿正是青少年偶像崇拜中值得提倡的。

根据这些概念,一方面,一部分青少年在崇敬某个偶像人物时,过分仰视和着迷于该偶像的各类外在特征、性格爱好甚至于隐私生活,过分美化或夸张其舞台、歌坛、屏幕、竞技场或讲坛书籍中的形象,从而人为地将这些偶像们脱离了他们生活中的真实形象而成为个人心目中的一尊神。一个偶像人物一旦变成了神,则很容易导致崇拜者盲目和狂热的追逐,非合理地模仿他们的一切行为举止。其结果,不但会情迷于偶像人物的外部形象而不能自拔,也很容易做出种种超越于社会规范的行为表现。

在香港,于2001年进行的一项调查发现^①,在受访的500名青少年中,约六成被访的青少年表示,会模仿明星讲粗口和吸烟,同时有近四成表示若偶像滥用药物,他们会跟随。而在外表方面,超过七成被访青少年明确表示会模仿明星染发和瘦身。青少年“美的标准”来自他们的偶像,明星偶像不单令青少年接受染发、瘦

① 摘自《香港经济日报》2001年8月7日:《四成青少年会仿偶像滥药——调查指明星影响力大,应树好榜样》。

身、纹身和衣着暴露,更令他们争相仿效。

另一方面,另一部分青少年所崇拜的偶像人物可以视为其社会性发展过程中的一个榜样。因为这些偶像多以其成就、才能、品格符合社会认可的价值取向而受到社会的认可。青少年对他们的崇拜,不仅是对于所认同的人物之行为、外表等特征的模仿,更重要的是对他们人格特质的理解和对自我的探索。正是这种合理模仿,使得青少年从偶像身上学习到社会所认可的价值取向和社交技巧,促进他们的社会性和个性的发展。

偶像崇拜 14 因为崇拜,所以整成谢霆锋

谢涛今年 22 岁,2005 年大专毕业,江西贺州人,从小疯狂崇拜谢霆锋,模仿他唱歌以及神情举止。去年在一次模仿秀大赛中,评委很直截了当地对他说:“对不起,你的长相实在不适合参加模仿秀比赛。”大受打击的谢涛立志要整容整成自己的偶像。

手术后的谢涛,眉清目秀,身高 175 cm 左右,很靓仔,采访过谢霆锋的摄影记者惊叹:“的确像,连那个腼腆的神情都像。”谢涛说,崇拜谢霆锋是从小开始的,但从没人说过自己和偶像有相似的地方。去年自己在家乡参加一个明星模仿秀,没想到却遭遇一句让他大受伤害的评价。说起那个评委,谢涛还很激动,“他说‘对不起,你的长相实在不适合参加模仿秀比赛’。”因为这句话,谢涛一蹶不振,随后在深圳打工的几个月换了几份工作,

却始终没有信心面对生活,情绪低落,经常通宵上网,最后决心整容。他说,“评委那句话深深伤害了我,我要争一口气,说我长得不行,我非要整成谢霆锋那样”。

谢涛说,找医院整形的过程中也遭到不少冷嘲热讽,但他说:“因为崇拜谢霆锋,所以整成谢霆锋,不在乎别人怎么看。”

摘自《南方都市报》2006年2月15日

(3) 认知发展理论的观点

认知发展理论(Cognitive-developmental theory)是著名发展心理学家让·皮亚杰(Jean Piaget)所提出。所谓认知发展(cognitive development)是指个体自出生后在适应环境的活动中,对事物的认知及面对问题情境时的思维方式,随年龄增长而改变的历程。根据这一理论,可以将青少年偶像崇拜理解为是青少年思维发展不成熟的阶段性表现,是缺乏批判性思维的必然结果。

皮亚杰理论的焦点是个体从出生到成年的认知发展的阶段。他认为认知发展不是一种数量上简单累积的过程,而是认知不断重建的过程。为此,他把认知发展分为了四个阶段:感知运动阶段(Sensorimotor stage)、前运演阶段(Preoperational stage)、具体运演阶段(Concrete operational stage)以及形式运演阶段(Formal operational stage)。

根据皮亚杰认知发展理论,儿童在12岁左右进入认知发展的最高级阶段,即形式运演阶段。在此阶段,儿童已有能力将形式与

内容分开,用运算符号来替代其他东西。“青少年开始把自己的思维当成一个课题,也就是说,使他们能够进行自我反省,思考自己的心理特征和人格特征。”^①

从理智上来说,由于形式运算思维的出现,思维迅速得到了扩展,青少年们开始认为“反省思考是全能的。似乎世界应该服从于一个观念的格式,而不应该服从于现实的系统”^②;而在情感方面,“青年的体系与生活计划既充满了丰富的情操与利他的打算,而同时又具有令人不安的妄自尊大和自觉的自我中心状态”^③。

正是由于这些理智和情感上的特点,使得此一阶段的青少年们一方面具备了抽象和概括社会价值取向的能力,另一方面,由于青春期“自我中心状态”的作用,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发展得未臻稳定和成熟。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,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。

如若青少年的自我中心状态过度膨胀,他们就会夸大自己被关注的程度和情感体验,表现出情绪化和极端化的依恋性特征。从这层意义出发,一些青少年对偶像的盲目崇拜,归根结底,通常

① 戴维·埃尔金斯德:《儿童与青少年:皮亚杰理论之阐释》,周毅等译,西南师范大学出版社,1988年版,103—104页。

② 让·皮亚杰:《儿童心理发展》,傅统先译,山东教育出版社,1982年版,89页。

③ 让·皮亚杰:《儿童心理发展》,傅统先译,山东教育出版社,1982年版,92页。

不是对偶像的盲目,而是对自身认知不了解的盲目跟从。离开对自己客观的理解与合理的评估,偶像所产生的作用就很容易本末倒置,盲目的崇拜最终会演化为对偶像的一种近乎于宗教般的狂热。这也是为什么部分青少年在偶像崇拜中会表现出激烈的情感和狂热的行为之原因。

综上所述,青少年偶像崇拜是补偿青少年在个体欲望增强期因脱离对父母的依赖而产生的情感真空;是在自我同一性的角色冲突期追求自我肯定和理想自我的一种特殊形式;是受大众传媒强化和朋辈团体影响的结果;是填补情感空虚而对认同人物产生的模仿行为;是思想意识、思维方式不稳定、不成熟的表现。

由此,前文提及的偶像崇拜八大需要也可以通过上述精神分析理论、行为主义学习理论和认知发展理论分别加以归因和溯源(见图表 3.2)。

然而青少年偶像崇拜的心理机制,又绝不会仅仅局限于这三种学派的理论范畴,也不会是任何一种学说或理论可以阐尽的。比如,一些研究者就认为,偶像崇拜是青少年对社会影响的认同;另一些研究者认为偶像崇拜是个体的理想与价值观的折射;还有人认为,偶像崇拜是青少年时期的自我意识敏锐和个性不成熟的集中反映^①。从这层意义出发,青少年偶像崇拜的心理机制,必然

① 金盛华、宋振韶:《当代青少年同辈交往的影响机制及其引导》,《北京师范大学学报》,2000年第5期,7—13页。

要通过多种理论相互交叉、相互融合进行研究。

图表 3.2 青少年偶像崇拜动机分析

心理学理论	心理动机
精神分析理论	补偿需求 逆反需求 爱恋需求
行为主义理论	从众需求 认同需求 归属需求
认知发展理论	需要需求 宣泄需求

因此,从这个角度看,我们是否应该提倡一种跨学科的“大心理”学视角^①,在大方向上,从现有的研究成果出发,融会贯通、兼收并蓄,跳出一家一家理论的条框,把不同的理论派别结合在一起进行总括式探讨;在小细节上,针对不同地区的青少年、不同年龄的青少年、不同群体的青少年、不同家庭背景的青少年,甚至是不同文化的青少年,各个击破,分别探讨他们各自不同的心理机制和行为成因。

尽管如此,我们依然有必要在这里总结和梳理一下前文提及的三大心理学派对青少年偶像崇拜的各自论述,为今后的研究做引玉之砖(见图表 3.3)。

① 岳晓东、严飞:《青少年偶像崇拜之心理机制探究》,《中国德育》,2006 年第 12 期。

总之,偶像崇拜是青少年情感满足的正常需要,也是其心理成长的里程碑。精神分析学家荣格认为,对偶像的崇拜,就是对自己的崇拜。因此,我们并不能简单地以“好”“坏”来作为评价的标准,也不能对崇拜对象进行道德划分,认为崇拜科学家、政治人物就是好的,崇拜影视歌明星就是不适宜的。青少年偶像崇拜从本质上来说,是一种对美好的信仰,这是最值得肯定,也是最难能可贵的东西。

图表 3.3 三大心理学派对青少年偶像崇拜的心理学阐释

	理论分支	代表人物	对偶像崇拜行为的理论阐释
精神分析理论	性本能理论	弗洛伊德	转移性本能冲动和爱恋异性父母的需要,以及对自身价值的认同体现
	心理社会发展说	艾里克森	在“自我同一性和角色混乱冲突”时期追求自我肯定和理想自我的一种特殊形式
行为主义理论	行为强化理论	柯尔曼	(1) 受大众传媒的渗透和强化 (2) 受朋辈团体压力和受接纳的强化
	社会学习理论	班图拉	通过观察学习而进行的模仿 (1) 不合理模仿:盲目崇拜 (2) 合理模仿:理性思考
认知发展理论		皮亚杰	青少年思维发展不成熟的受限制表现,是缺乏批判性思维的结果

但有一点必须要肯定,青少年们爱张学友、谢霆锋等明星偶像虽然没错,但把他们当神供,过度纵容和盲从偶像的一切行为,这就有错了。毕竟我们喜欢一个偶像人物,本质上还是为了更好地

激励自我和塑造自我,以获取个人生活和事业上的更大成功,而不是日夜沉迷于“追星族”的梦幻中,蹉跎岁月,荒废青春。

偶像探视 24 我们都在扮刘德华

长春男子吴国华十分崇拜香港明星刘德华,花费2万多元在广州一家医院完成多项整形手术,让自己的形象更接近偶像。据称,在他的周围,还有不少立志做其他翻版明星的朋友。

这位翻版“刘德华”看上去确实跟刘德华真人颇为相似,从发型到服饰,甚至神态动作,他都模仿得很相像。不过,因为年龄关系,吴国华显得比较稚气,在气质上仍无法和天王媲美。记者发现,吴国华尤爱照镜子,他坦承,因为几乎要学习偶像的一切,他也跟着“自恋”了。他说,如果戴上墨镜,一般的“粉丝”还经常将其认作偶像。

26岁的吴国华家在长春,小时候,他就常听人们说自己的父亲酷似刘德华。几年来,他一直在坚持模仿刘德华,包括跟他一样去学川剧的变脸,此前他学唱了《中国人》等偶像的四首歌,并在一些地方表演过。但他也十分清楚自己的定位,只能通过模仿,而不能真正过起明星的物质生活。这既是爱好,也是一种谋生方式,如果变丑也能赚钱,那么变丑也是无所谓的。

吴国华表示,在他的周围,还有不少人热衷于类似的明星模仿秀,常有相关的聚会,能召集来一大堆的“翻版”刘德华。让他觉得好玩的是,虽有高矮肥瘦的差距,但大家或此或彼地与刘德

华相像。“我们都在扮他,但我们都没有见过他”。

来源:《南方都市报》2006年3月2日

点评:

偶像崇拜的“合理性”,是建立在青少年心理特征和心理需求上的合理性,并非具体的偶像群体本身的合理性,并非偶像所代表的价值取向的合理性。但是,这种合理性坚决而顽强地告诉人们:审美的、激情的、感性的、“年轻的”精神营养和营养方式,具有不可否认、不可替代的合理性。

青年也在热烈地寻求可以信仰的人和观念。

——美国发展心理学家艾里克森(Erik H. Erikson)

25. 青少年偶像崇拜的社会学特征

人格社会化与偶像崇拜

个体出生后,就开始社会化的过程。所谓社会化(socialization)就是指作为个体的生物人,通过社会交互作用,学习社会文

化,参与适应社会生活,成长为社会人的过程。

人格(Personality)是人们认识的结晶,是人们应用认识规律得出的必然结果。人格可以被定义为个体对自身感性认识和理性认识的统一。当人的人格一旦形成,其就面临社会化问题。所谓的人格社会化就是要对整个社会存在形式及其功能用途具有良好的心理体验,这样才能引导人们在社会范围内认识和发展事物之间内在的客观联系和规律,也就是说人的理性认识和感性认识在社会范围内达到统一。这样就达到了东方哲学和西方哲学的最高境界“天人合一”和“物我合一”。

按照国内学者宋兴川和金盛华的提法^①,人格的社会化会经历三个阶段:

■ 第一人格偶像崇拜阶段

■ 第二人格偶像崇拜阶段

■ 独立人格阶段

第一人格偶像是指家庭成员特别是双亲所具有的心理和行为范式在子女心目中所产生的一种人格楷模,它的形成是一种自然依赖情感的流露。第二人格偶像则是青少年进入青春期后,在由向抽象思维过渡的过程中,自己主动选取和确立的偶像,它的形成是青少年脱离父母依赖的需要,需要教育工作者加以积极的引导。

① 宋兴川、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,1—7页。

这其中,对人格影响最直接、最早、最深远的是第一人格偶像崇拜。因为当青少年进入第二人格偶像阶段后,由于尚未具有成熟的知识、经验、思想和独立生活的能力,他们与家庭和父母的纽带性关系依然强健。因此,在他们找寻到理想人格楷模之前,仍然会以第一人格偶像为依托和参照。这时候,如果父母的人格不健全,与社会期待和要求的价值观相抵触,就会对子女的人格发展产生错误的示范效应,往往引起他们精神上的失落和行为上的反叛,出现人格的逆社会化(Reverse socialization)。

所谓的人格逆社会化是指人具有良好心理体验的感性认识向社会化相反(个人主义)方向发展,从而产生了人格的分裂,以至于人的感性认识引导不了人的理性认识,而人的理性认识控制不了人的感性认识,这就使人的心理逐渐失控,从而产生了不同程度的心理危机。所以,在逐渐远离父母亲人等第一人格偶像之心理依托的情况下,青少年为弥补心理空虚,很容易偏激地选错如希特勒一类的人格偶像,从而导致心理的扭曲和人格的不健康发展。

社会经济地位与偶像崇拜

Feilizen 等人的研究发现^①,社会经济地位较低的青少年,大多会选择电视中的明星人物作为自己认同的对象。Welson 等人

① 引自张酒雄、陈枝烈、简庆哲、张淑美:《“国中”学生偶像崇拜与自我概念、学习成绩关系之研究》,《“国立”高雄师范大学教育学系及教育研究所教育学术刊》(台湾),1993年第10期,261—322页。

的研究也指出^①,不同阶层的学生会对自己阶层的人物产生较大的认同。简庆哲^②以台湾“国中”学生为研究对象,发现拥有高层社会经济地位的中学生认同人物的前三名分别为父亲、同学和公众人物;拥有中层社会经济地位的中学生认同同学、父亲和母亲为前三名人选;而那些低层社会经济地位的中学生和中等社会经济地位的中学生一样,也是认同同学、父亲和母亲,这反映出不同社会阶层的青少年群体在对偶像人物的认知上存在着差异。

严念慈与徐艳也发现^③,由于受地理环境的影响,小城镇的青少年与大城市的青少年相比,他们在信息掌握上较为闭塞,在信息接触渠道上较为狭窄,这就决定了小城镇青少年的偶像崇拜多集中在港台明星身上,而较少有对国外明星人物的崇拜。

家庭结构与偶像崇拜

这一方面进行的相关研究比较少,目前还属于一个空白领域。Feilizen 等人研究指出^④,儿童如果在家中与父母的关系不太和谐时,会倾向于从大众偶像人物中寻求认同的对象,以弥补在父母亲

① 引自吕钟卿:《我国儿童认同对象之研究》,“国立”台湾师范大学教育研究所硕士论文,1987年。

② 简庆哲:《“国中”学生认同对象之研究》,“国立”高雄师范大学教育研究所硕士论文,1990年。

③ 严念慈、徐艳:《青少年偶像崇拜:社会化视角的解读》,《青年探索》,2004年第3期,35—37页。

④ 引自张酒雄、陈枝烈、简庆哲、张淑美:《“国中”学生偶像崇拜与自我概念、学习成绩关系之研究》,《“国立”高雄师范大学教育学系及教育研究所教育学术刊》(台湾),1993年第10期,261—322页。

处得不到的关心和爱护。

偶像探视 25 家庭环境对青少年偶像崇拜的影响

通过实习期间与小学生们的一些交谈,我发现,小学生偶像崇拜的出现与家庭的影响不无关系,许多小学生崇拜的偶像其实正是他们父母所喜爱的一些人物。特别是一些低年级的孩子,他们或许对“偶像”是什么都还根本不了解,但父母的一言一行、一举一动早已在不知不觉中影响到了他们。父母常关注的、常挂在嘴边的偶像人物也就成了他们自己的偶像。有一个学生给我的印象很深刻,她正上小学二年级,而她的偶像是谁大家一定想不到,她崇拜的偶像竟然是蔡琴。这个答案真是出乎我的意料,蔡琴是个中年歌手,甚至连我们这个年纪的人对蔡琴都不会有太大的感觉,而她一个9岁的孩子居然会对她产生崇拜!后来她的妈妈,也是学校做老师的,给我解开了疑惑,原来蔡琴是她妈妈十分喜爱的一名歌手,家里也经常放她的唱片。久而久之,孩子的心中也就开始有了蔡琴的一席之地,有了这个崇拜的偶像。

现在的孩子大多数都是独生子女,他们没有与兄弟姐妹共同生活的体验,又长期生活在牢笼似的公寓楼内,没有伙伴,容易形成感情上认识上的自我中心,不善于体会其他孩子的思想感情,难于体验与其他孩子分享的快乐;同时,由于他们在家庭中缺乏可供模仿、相互交往的同伴,而只是与成人交往,因而使他们很小就承受了与其年龄不相符的压力和痛苦,使他们过早失去了童年的天真、幻想、甜蜜和欢乐。孤独促使他们把注意力转移到了他们在家就可以关注的、可以打发无聊时间的偶像、

明星身上。而如果是在热闹的农村里,孩子们都会聚集在一起打打闹闹,哪有时间 and 精力来关心什么明星啊。可以这么说,一个人待在家里的空虚、寂寞也是小学生产生偶像崇拜的重要原因之一。

来源:周唯君:《小学生的偶像崇拜问题》

点评:

18 世纪的瑞士教育学家裴斯泰洛齐(Johann Heinrich Pestalozzi)在其“园丁说”中指出:正确的教育如同园丁的艺术,在园丁的照管下,成千上万棵树木开花、成长了。园丁对树木的实际生长并不有所作为,生长的原理存在于树木本身。他既没有提供生命,也没有提供呼吸,他只是看守着,以防止外部力量的伤害或干扰。但他必须充分认识人类心智的特殊构造,这一构造适于将人的各种能力结合起来,以利于实现人的最终使命。

就父母而言,最不希望看到的是孩子由于偶像崇拜而影响了学业,但同时父母也需要把平等和尊重放在首位,用心去倾听孩子的喜怒哀乐,站在孩子的角度而不是自身的经验角度思考问题:为何崇拜、崇拜什么、怎样崇拜。真诚地和孩子交换看法,充分肯定孩子的合理行为,然后再提出你的好建议。

女儿形容她崇拜的歌星能带来电磁般的冲击,我承认我没这种感觉;但在毛泽东面前,他确实给了我这种感受。

——美国前国务卿基辛格

26. 青少年偶像崇拜的“普塞克效应”

青少年在偶像崇拜过程中对偶像的迷恋掺杂了许多理想化、浪漫化、绝对化的认知成分，这强化了偶像在人们心目中的美好形象，尽管这可能与现实中的偶像有很大距离。这种表现背后，又可以有一种什么样的心理比喻呢？

在人类文明发展史上，运用神话或童话故事来概括或喻指某种哲理和现象的例子可谓屡见不鲜。对此，美国历史学家格兰特(Grant)指出，“前人运用寓意的表现手法时，他们或认为寓意性的神话故事可使抽象的概念更具吸引力和说服力，或认为寓意性的神话故事包含某种深刻的真理，其智慧被前人刻意地隐藏起来以使那些不值得开悟的人无法加以接受”^①。在这层意义上讲，许多神话或童话故事的创作正是为了概括和宣传某种人

① 这句话的原文为：The ancients, when they adopted the allegorical method, did so from two motives—either because concrete stories(like the parables of Jesus) possessed greater attractive, persuasive power than abstractions, or because they believed that myths contained a deep, instructive significance which had been deliberately hidden by the wisdom of the early sages in order to prevent the great truths from passing into minds unworthy to receive them.

生的哲理。

例如,在心理学现象的概念化当中,精神分析大师弗洛伊德曾引用俄狄浦斯(Oedipus)的神话故事来喻指儿童的“恋母情结”,用伊莱克特拉(Electra)的神话故事喻指儿童的“恋父情结”,用纳希斯(Narciss)的神话故事来喻指人的“自恋人格”;在运用这些概念中,弗洛伊德强调了人潜意识思维活动对人格状态的影响。瑞士精神分析学家荣格(Jung)曾用俄狄浦斯原始意向^①(Oedipus archetype)喻指人类共有的“恋父意向”,以强调人类的集体潜意识对文化习俗的影响。美国心理学家罗森塔尔(Rosenthal)也曾用皮格马利翁(Pygmalion)的神话故事喻指教学中的“期望效应”^②,以强调正面期望对调动个人潜能的巨大推动作用。

除此之外,弗洛伊德还会用伊索寓言中的“酸葡萄故事”来喻

① 俄狄浦斯原始意向(Oedipus archetype):泛指人类远古时代遗留下来的男童对父亲的敬畏和惧怕的集体潜意识,其化解的好坏可对儿童的人格健康成长起巨大作用。

② 皮格马利翁效应(Pygmalion effect):皮格马利翁是古希腊神话中的塞浦路斯国王。他在雕塑一座少女的雕像时竟钟情于这位少女,最后竟使这座少女雕像变为真人而与他结为伴侣。心理学家罗森塔尔(R. Rosenthal)曾做过这样一个实验:对小学各年级的儿童进行“预测未来发展的测验”,然后向教师提供信息,说:“这些孩子有发展的可能性。”实际这些孩子完全是随机抽取的,八个月后,教师就像期待的那样,发展了这些孩子们的智力。实验结果表明,教师们的期望,对学生的行为显然发生了影响。于是,就称这种现象为皮格马利翁效应。后来学术界也称它为罗森塔尔效应(摘自《心理学大词典》,北京师范大学出版社,1989年版,467页)。

指精神防御中的合理化机制^①,以人对自我状态的调控能力。除心理学家外,德国哲学家尼采(Nietzsche)在其《悲剧的诞生》一书中,也曾用“阿波罗艺术”^②(Apollonian art)来喻指理性的、强劲的、条理清晰的艺术表现方式,用“戴尼仙艺术”^③(Dionysian art)来喻指纵欲的、混乱的、随心所欲的艺术表现方式。尼采认为,“阿波罗艺术”体现了希腊人的创新精神,而“戴尼仙艺术”体现了希腊人的悲剧情怀。

在运用神话或童话故事来喻指或概括某种心理学现象中,心理学家需要给所引用的神话或童话故事以心理学象征意义的解析。例如,在“俄狄浦斯情结”当中,弗洛伊德的解析是男孩子在早期成长过程中,都曾经历过一段为争取母爱而排斥父亲,甚至想加以取代的潜意识活动阶段,这种“亲母厌父”情绪体验的顺利化解对儿童人格的健康成长起决定作用。同样,在“伊莱克特拉情结”中,弗洛伊德的解析是女孩子在早期成长过程中,也曾经历过一段为争取父爱而排斥母亲,甚至想加以取代的潜意识活动阶段,这种“亲父厌

① 防卫机制(defense mechanism),又称防御机制,是个体在精神受干扰时保持心理平衡的手段。精神分析学家指人在潜意识中自动进行克服本我和自我冲突时所致的焦虑,以保护自我的方法。其中合理化机制(rationalization)指对于不合理的个人信仰、行为、态度加以“合理解释”,以使自己得到宽慰(摘自《心理学大词典》,北京师范大学出版社,1989年版,186—187页)。

② 在古希腊神话中,阿波罗(Apollo)是宇宙之神宙斯之子,他是理性、预言、医药、音乐之神,他也被称为太阳神,他象征着力量、智慧、远见。

③ 在古希腊神话中,戴尼仙(Dionysus)也是宇宙之神宙斯之子,他是酒醉之神,也是戏剧之神,象征着直觉、放纵。

母”情绪体验的顺利化解对儿童人格的健康成长也起决定作用。而在“纳希斯人格状态”中,弗洛伊德的解析是婴儿的自我与本我冲动不分,没有对象的知觉,所以里比多被迫停滞在人体内部,形成自恋。这种自恋的不断膨胀可使人形成强烈的自我重要感,过高估量自我的能力和成就,对别人的批评反应甚强烈。在“皮格马利翁效应”中,罗森塔尔的解析是教师和家长对孩子的积极期望可大大调动其学习热情和潜力,使其在学习中充满自信,超常发挥。

从中我们可以看出,适当地运用神话或童话故事来喻指或概括某种心理学现象可使其概念化显得更加形象、生动并具文学色彩,取得了很好的概念化效果。弗洛伊德等人在这方面无疑做出了成功的尝试,为后人树立了很好的典范。

(1) 什么是普塞克式爱

如前所述,青少年偶像崇拜的历程可谓是一个自我编写的美丽传说。传说中的主人公通常具有神秘性、神圣性及幻想性等特点。在通读了希腊神话故事、伊索寓言、安徒生童话、格林童话及中国古代的神话传说后,如果需要通过某种神话故事或者寓言来概括青少年偶像崇拜诸多特点的话,我发现“普塞克式爱”(Psyche love)^①是最合适的表达方式。这主要有以下理由:

① 在拉丁文当中,Psyche 的发音为 se-ke,其中文译音可为“塞克”。但在中文对希腊神话的翻译中,Psyche 一直被译作“普塞克”。(详见郑振铎:《希腊罗马神话与传说中的恋爱故事》,北京外国文学出版社,1982 年版;叶君健译:《安徒生童话全集》,上海译文出版社,1991 年版)。鉴此,笔者沿用其音译法,并特此说明。

普塞克是西方文学中的一位神话人物,其故事共有两则:一则是希腊神话中普塞克与丘比特的爱情故事,另一则是安徒生童话中普塞克与雕刻家的爱情故事。在这两则故事中,爱情的表达和追逐都是一方面十分热烈、执著并充满了性诱惑;另一方面却是单向的、神秘的、高不可攀的。这非常能喻指青少年对崇拜偶像之充满激情却又是一相情愿的爱慕方式。

在希腊神话中,普塞克是一个重要的角色,她与爱神丘比特(Cupid,含有“性欲”的意思)的曲折爱情故事是希腊神话中的经典爱情故事,也为后来许多西方文学、戏剧中的爱情故事提供了最原始的模型,其中包括灰姑娘(Cinderella)、白雪公主(Snow White)、睡美人(Sleeping Beauty)和美女与野兽(Beauty and Beast)等童话故事。在希腊神话中,普塞克处于一个被动、追慕他人的地位,竭力以自己的诚心和执著努力来换取他人的理解和信任。在此当中,普塞克备受折磨,却坚韧不拔,其诚心感动了上苍,借助神的力量而最终实现了自我的目标。所以在古希腊文学中,普塞克代表着一种美的精神和追求,后来也成了人类美的象征。对普塞克的追逐代表了人对美好境界的向往,这当中充满理想、幻想和自我安慰似的联想,但也充满了主人公的神秘感、童真感、神助性等成分。这种向往也非常能表现青少年偶像崇拜中对敬仰人物的高度理想化、浪漫化、绝对化的现象。

此外,普塞克(Psyche)一词也是一个很好的双关语:一方面,它在希腊文中表示灵魂(soul),因而有纯洁、尚美的意思;另

一方面,它又有心理学的含义,可用来表示对任何现象的心理分析。

所以,普塞克一词集灵魂、尚美、心理学和神话人物之名称于一身,是一个很好的双关语。

右图所呈现的,就是普塞克与丘比特的雕像。



偶像崇拜 15 :普塞克的神话故事

从前有个国王有三个美丽绝世的女儿,其中小女儿最漂亮,她名叫普塞克。她虽美名远播,但没有一个王子或平民想娶她,而她的两位姐姐却早已出嫁。普塞克的父亲便向阿波罗求签,不料阿波罗竟回答要将普塞克穿上丧衣,送上山顶,不然将会有大祸临头。国王把普塞克送到指定的地点,留她独自在岩巔上。普塞克一直在哭,最后躺在草床上睡着了。

普塞克醒来时,看见前面幽峭森林中有一座王宫,普塞克进去发现有无数的宝物,还有一个声音告诉她想要什么就拿什么。而普塞克一坐下,各种的食物就会自动被送上来,可她却看不到一个人。普塞克感到很奇怪。夜幕降临,普塞克的“丈夫”来了,

躺在她身边,可普塞克却看不到他的身影,只能听他说话。第二天太阳还没出来时他就走了,每天都是如此。有一夜,普塞克的“丈夫”告诉她将要遇到危险,因为她的两位姐姐要找上山来,他劝她千万不要理她们,不然会有麻烦的。但普塞克一再恳求“丈夫”允许她见姐姐一面。他只好答应她,但仍警告她不得听信她们的话。

次日,当两位姐姐来找她时,普塞克吩咐仆人西风把她们带到山岩上。姐妹见面后热烈拥抱,然后普塞克把她们引进宝库参观,并允许她们拿走想要的东西。不想她们竟开始生妒,盼望自己也有这样的好运,为此她们一再探究普塞克的“丈夫”。普塞克只好编造了一通谎话,又送了一大堆金银珠宝才把她们打发走。当天晚上,普塞克的“丈夫”警告她不要再理姐姐了,因为她们正在设计劝你看我的脸,而如果你真见到了我的脸,就永不能再见到我了。普塞克听得将信将疑的。

第二天,两个姐姐又来了。她们哭着对普塞克说:我们听人说你每夜其实是与一条大毒蛇同睡。普塞克听了很害怕,忘记了“丈夫”的警告,要姐姐告诉她该怎么干。姐姐教她取一把利刀放在枕下,再预备好一盏油灯藏在房里。当他熟睡时,用利刀砍去这毒蛇的头。那天晚上,“丈夫”熟睡后,普塞克一手拿灯,一手拿刀走到床边时,但在灯光下她看见的不是毒蛇,而是英俊无比的丘比特!普塞克情不自禁地去吻他,可灯盏滴下一

滴滚热的油把他灼醒,丘比特醒来后非常生气,一声不响地飞上天去。

普塞克非常难过,找到一位姐姐后说:“你不是叫我杀我‘丈夫’吗?结果我昨晚执灯去看他时,发现他是维纳斯的儿子丘比特!当我拥抱他时,一滴热油落在他臂上,他醒来后就生气地走了。”普塞克话还没说完,她的姐姐就飞奔上山去,她想让丘比特带她走。这时,吹来一阵逆风,她却不顾一切地从山巅跳下去,竟摔死在岩石上。普塞克又碰到第二个姐姐,告诉她同样的话,姐姐同样奔到山岩上,结果也同样摔死了。

普塞克开始四处寻求“丈夫”。她见高山顶上有一所庙宇便艰难地爬上山进了庙,她发现庙内百物杂乱无序就把它整理就绪。这时维纳斯出现了,她恨普塞克抢了她的风头,又伤害了她的儿子。她决计要刁难普塞克,便取出麦、米、豆的粉混合在一堆,要普塞克将它们都分别出来,而且必须在傍晚前完成。普塞克不知该怎么办,但蚂蚁受了神灵的感示都来帮忙,把杂粉按时分开了。维纳斯不甘心,又命普塞克在森林中把金羊的毛剪些带来。普塞克又不知该怎么做,但绿草受了神灵的感示告诉普塞克在森林的草丛中收集金毛,因为它们大都挂在荆棘之上的,这样普塞克又收回了羊毛。维纳斯仍不罢休。她又要普塞克去山巅取一瓶黑泉水来,当普塞克站在山脊一无所措时,一只山鹰受了神灵的感示飞过来,把黑泉水取来交给普塞克。最

后维纳斯竟要普塞克下地狱去取美容来。而正当普塞克想从一个高塔跳到地狱时,神灵又教她走一个地穴,带所需的東西,绕过所有的陷阱,取得美容放在一个盒子里,由地狱返回人间。但在最后一刻,普塞克禁不住诱惑,打开盒子看了,结果受了“睡眠”的侵袭,即刻睡死过去。

至此,丘比特被普塞克的爱深深打动,他展开双翼飞向普塞克,从她脸上拂逐去“睡眠”,用一支箭尖触醒她,然后带她一同去见母亲,求她放弃对普塞克的偏见。维纳斯原谅了普塞克,允许他们两个成亲,永久生活在天堂。

缩编自郑振铎:《希腊罗马神话与传说中的恋爱故事》,

北京外国文学出版社,1982年版

(2) 什么是普塞克神话故事的寓意

普塞克神话传说有以下四点寓意:

(一) 爱可使人义无反顾地奉献自我:普塞克由于爱慕丘比特,所以为了获得他的爱和理解可以甘心忍受维纳斯给她设置的重重磨难,以奉献自我而感召上苍,得以获得神助,最终得到爱的回报;

(二) 爱需要有神秘感:在相当长的时间内,丘比特对于普塞克来讲是神秘的,无形的,可摸不可见的,甚至是虚无缥缈的。所以,普塞克对丘比特的爱完全是单向的,其亲密感也是想像中获得的。而当普塞克背叛了对丘比特的承诺时,这一切也就自然消

失了；

（三）爱不可以忍受欺骗和愚弄：普塞克由于背叛了对丘比特的承诺而一度被抛弃，普塞克的两个姐姐也由于欺骗妹妹而受到天的惩罚；

（四）爱需要有执著和忍耐：普塞克在觉醒后，以极大的执著和忍耐去追回失去的爱，其中饱受焦虑和悲伤的折磨，其精诚所至终于感动了上苍，帮助她最后和爱人团聚。这种爱的双趋体验构成了普塞克式爱的本质。

（3）什么是普塞克的童话故事

丹麦著名童话作家安徒生（H. C. Andersen）也曾写过一篇有关普塞克的童话故事。但在这一故事中，普塞克不再处于一个被动、追慕他人的地位，而是处于一个高傲、神秘的地位，并以自己的存在给他人带来巨大的生活激情和心灵折磨。此外，较之普塞克的希腊神话传说，普塞克的童话故事更强调了爱情的激情及其虚幻觉醒的重要性。

安徒生的普塞克童话主要有以下四层寓意：

（一）爱会给人带来无比巨大的激情和力量：年轻的艺术由于爱上普塞克而迸发出无限的创作激情和能量，以至于最终雕刻出传世之作来；

（二）爱使人产生许多激情和虚幻：年轻的艺术对普塞克的爱是热烈的，也是一相情愿的，他把普塞克的一切都想得太美好了，并由此产生了许多虚幻；

(三) 爱使人承受煎熬:当年轻艺术家的爱被普塞克拒绝后,他感到痛不欲生,一蹶不振,最终竟然抑郁而死;

(四) 人只有相信自我,才能达至最终的自我实现:年轻艺术家的价值是在他死之后才被人发现的,他所创作的作品向世人证明他是一个伟大的艺术家,尽管他英年早逝。

总之,安徒生的普塞克童话故事也是一出悲喜剧。其悲剧在于年轻的艺术家正是由于爱上普塞克而陷入失恋的深渊,终而抑郁而死;其喜剧在于年轻的艺术家正是由于爱上普塞克才灵感迸发,激情似火,终而雕刻出传世之作,向世人证明自我的价值。这也正是普塞克双趋式爱的写照。

(4) 什么是偶像崇拜的“普塞克式爱”

在普塞克的神话传说和童话故事中,爱情和渴望与满足都是其主线。虽然这种爱的渴望和追逐是相当热烈和执著的,但其表现却是单向的、不平等的、甚至是虚幻的。无论是普塞克热烈地追逐丘比特,还是普塞克被人热烈地追逐,其爱的交流都不是对等的,其亲密感的体验都不是真实的,其激情与奉献都不是双趋的。这种爱之体验的矛盾在于:它在给人带来极大的生活激情和希望的同时,也给人带来极大的痛苦和忧伤。这是因为这种爱的基础是一厢情愿的,所以它必然会在给人带来欢乐的同时也带来忧伤。

普塞克故事中这种爱情体验的单向性、虚幻性、奉献性和双趋情绪体验非常能概括当今青少年偶像崇拜之激情投入、浪漫幻想、沉湎式依恋、全盘接受、虚幻神秘感等心理特征。换言之,这种崇

拜的本质是一种虚幻的爱慕,它充满了理想化、浪漫化、绝对化的认知成分,因而使得不少青少年沉湎于对偶像的梦幻当中难以自拔。由于这种可比性,笔者提出以“普塞克式爱”来喻指青少年偶像崇拜的心态,并认为它突出包含以下三个心理特征:

(一)“普塞克式爱”中掺杂了大量的理想化、浪漫化、绝对化认知成分;这强化了人们心目中的偶像形象,尽管他/她与现实生活中的形象可能有很大距离。

(二)“普塞克式爱”是一种单向情感交流,充满了虚幻性和神秘感;而这种虚幻性和神秘感一旦被毁灭,人可能会产生巨大的失落感。

(三)“普塞克式爱”是一种双趋情绪体验:它一方面可给人带来巨大的激情和动力,使人情绪兴奋激昂;另一方面也可给人带来巨大的困惑和压抑,使人情绪上下波动。

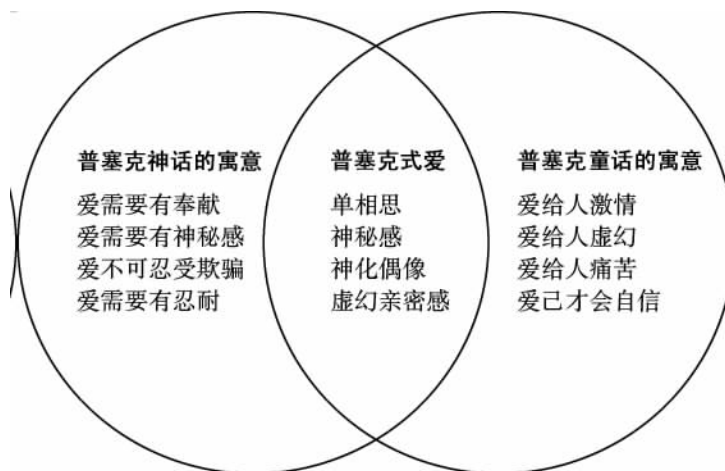
美国历史学家 Grant^① 曾说,“虽然并非所有的神话都具有某种寓意,但几乎所有的寓意都包含在神话中”。^② 由此,当一个青少年对其偶像的崇拜满足了以上三种特征,那么我们就可以用“普塞克式爱”来概括其偶像崇拜的性质。这种崇拜的核心是对偶像的无条件的爱慕、依恋和认同。

① Grant, M. (1962). *Myths of the Greeks and Romans*. New York: New American Library.

② 这句话的原文为: Though myth is by no means always allegory, allegory is nearly always myth.

最后,图表 3.4 展示了普塞克神话寓意、普塞克童话寓意与“普塞克式爱”三者之间的关系。

图表 3.4 普塞克神话寓意、普塞克童话寓意与“普塞克式爱”的关系



偶像探视 26 :普塞克的童话故事

古罗马时代有一个年轻的艺术师,他人虽很穷,却有很高的才气。他梦想创造出一个属于自己的普塞克,可他却总是不满意自己的作品。一天,他经过一个华丽的宫殿,看到了一个挂满了美丽图画长廊,中间有个小小的花园。正待他看得发呆时,这座宫殿主人的女儿走过,她是那么的美丽优雅,年轻人从来没有见过这样一位美丽的少女,感觉好像女神刚从这儿走过。

年轻人牢牢地记住了这位姑娘的形象,回到家中立刻用黏

士塑造了一个普塞克的美女形象。这是他第一次对自己的作品感到满意。他的朋友看到这件作品也都向他表示祝贺。接下来,年轻人用一块贵重的大理石来雕刻这位女孩,这是他父母留给他的唯一的财产。他要使这块大理石获得普塞克的生命,让它成为一件不朽的艺术品。

一天,一群贵族路过他的房间,顺道参观了他的艺术品。正巧那位贵族小姐和她的父亲也来了。她父亲指着这尊塑像忽然对女儿说:“这简直就是你!”女儿也笑着说:“待这个普塞克的大理石雕刻出来后,我将买下它!”这时,年轻艺术家的全部热情像火一样燃烧起来。他把全部的精力和才华都投入到创造这件普塞克形象的劳动中。

最后,年轻的艺术家完成了自己的杰作。他去通知那个美少女,而当他见到她时,他控制不住自己的感情,说他深深地爱她。不料这激怒了高贵的小姐,并命人将他赶出家门。艺术家跌跌撞撞地回到家里,陷入了一种疯狂状态中。他要举起锤子砸烂这尊雕刻好的大理石像,但他的朋友们及时从他手中夺走了锤子。这使年轻的艺术家感到异常沮丧。

他的朋友们把他拉到一家酒店里,尽情地喝酒。最后,年轻的艺术家喝醉了,喃喃地说:“我从来没有感到像今天这样欢乐过!现在我明白了,人是现实的,不是虚幻的。”那天晚上他回到家里,望着那尊大理石像,心中充满了苦涩。此后在一天黑夜里,他将大理石像推进一口深井里,用土和草把它掩埋起来。不久,他就抑郁身亡。

许多个世纪过去,一天人们在花园里挖坟坑时竟挖出了一尊雪白的大理石雕刻。“天哪!这是多么完美的一件艺术品呀,它就是普塞克!”人们异口同声地称赞道。人们还联想到,那个雕刻家也很了不起,他赋予普塞克一个不灭的灵魂,使她永远让人们感受到什么是“美”。

缩编自叶君健译:《安徒生童话全集》,
上海译文出版社,1991年版

点评:

用普塞克的神话故事来解释青少年偶像崇拜所蕴含的理想化、浪漫化、绝对化的特征,可以更加形象地加深人们对青少年崇拜偶像背后心理动机的认识 and 了解。普塞克所蕴含的对爱 and 美的追求也映照在青少年的身上。他们是把整个狂热的身心支付给另一个人。他们是为了另一个人而去延续自己青春的疯狂。

27. 青少年偶像崇拜的情感交替

青少年的自我成长需要遥亲感,以弥补即亲感的不足。

具体地说,遥亲感(remote intimacy)泛指青少年对个人心目中高度理想化、浪漫化和绝对化之偶像人物所建立的一种情感依恋。这种情感依恋本质上是一种间接的、虚幻的、单向的情感交流,它具有非对等(non-reciprocal)、非接触(non-contacting)和非互惠(non-mutual benefiting)等特点。它不因当事人与其崇拜人物之间有无任何实际接触而改变其遥亲感程度,也与当事人所崇拜人物的性别无绝对关系。可惜的是,青少年时期遥亲感的建立,常会使少男少女对其偶像产生一种自贬式依恋。它具体表现为:越是迷恋一个偶像,就越感到自己的渺小和无能。

与此相反,即亲感(immediate intimacy)泛指青少年对身边人物所建立的亲密关系,这些人物通常包括当事人的家人朋友。由此,即亲感是一种实实在在的情感交流,它具有对等性(reciprocal)、互惠性(mutual benefiting)和频繁接触(frequent contact)等特点,并可分对家人的即亲感和对朋友的即亲感。具体地说,在家庭关系中,即亲感表现为青少年对其父母、兄弟姐妹和其他亲戚的相互依恋和亲情需求;在朋友关系中,即亲感表现为青少年对其身边特别要好的朋友、同学和教师的相互依托和友情需求。较之遥亲感,即亲感的表现和交流更自然、更实惠、更真实,无任何虚幻的成分。正因为如此,即亲感的交流也掺杂了各种情感体验,这当中既有正面的情绪体验,也有负面的情绪体验。

学者宋兴川和金盛华对北京、河北、山东、山西、吉林、重庆和

福建七个省份共 55 名中学生的访谈研究^①,证实了这种即亲感的现象。他们的研究发现,被访的中学生们对父母亲人的崇拜,排在崇拜对象的第二位,达到了 21% 之多,仅次于对政治家的崇拜,且高于对文艺体育明星的倾慕:

“崇拜我爸,他很努力,很勤奋。以前家庭很苦,我的父亲辛勤工作,现在家庭算比较富裕的”;

“我崇拜我爸,他教我很多做人、处事的道理,他对家庭、朋友之间的关系处理得妥当,他的工作深受学生的喜爱和尊敬。我觉得他做人非常成功”。

心理学研究表明,儿童时期对父母的稳定、牢固情感依附(attachment)是个体人格和心理健康良好发展的关键。在此过程中,儿童需要与父母及其他家庭成员建立亲密、自然和相互依赖的关系,以促进其个性的发展。这种在生活中与父母亲人朝夕相处的亲密关系,演化为爱、感恩、敬佩,甚至崇拜。由此,即亲感的良好培养和持续是保障儿童身心健康成长的要素。但到了青少年时期,随着个体的逐渐独立和个性发展,其与父母的即亲感越来越失去其原有的影响力,而其与朋友的即亲感却不断得到强化。

换言之,遥亲感完全是一种自我陶醉似的情感体验,它给人的

① 宋兴川、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,1—7 页。

满足恰恰在于其假想性和虚幻性。而即亲感正是因为太真实、太贴近而无法使人产生遥亲感中的那份朦胧感和陶醉感。所以说,青少年之追星,本质上也是在寻求遥亲感的满足。此时此刻,人们才会有那种“隔着距离看,朦胧才是美”的感觉。

然而,正如偶像崇拜是青少年自我成长中的一个阶段性、过渡性现象,少男少女对偶像的遥亲感也会随着岁月的流逝而渐渐淡漠下来。随之而起的是对自己生活中的可以看得见,说得话,牵得手的情侣之即亲感的建立。这是实实在在的相亲相爱,当中不许存有任何的弄虚作假。到那时,再回过头来看看自己当初单相思过的偶像,大男大女们不禁会感到有几许好笑,几许自嘲,甚至几许惆怅,几许无奈。



疯狂的“粉丝”在欢迎自己心仪的偶像

自嘲也罢,惆怅也罢,对昨日星辰的单相思,独厢愿,都是自我成长中的一个里程碑,都记录了对当初天涯海角的一段心迹。作为当事人,既然是青春无悔的事儿,也就无所谓了。而作为父母,也不必大惊小怪,喋喋不休。



疯狂的“粉丝”在大街上宣传自己心仪的偶像

总之,区分遥亲感和即亲感的意义在于更好地理解青少年时期情感依托的交替现象。在此过程中,遥亲感的满足可谓青少年偶像崇拜的主要目标和精神需求之所在,它以强烈的情感色彩感染和支配着青少年的内心世界,使他们全心全意地融入其崇拜偶像的精神世界中去,产生强烈的思想共鸣。相反,在青少年的个性成长中,他们时常会不可避免地与父母发生种种意见争执和冲突,

这会不同程度地影响他们与父母的即亲感,促使他们寻求其他形式的情感满足。由此,青少年对遥亲感的渴望和追逐可在一定程度上化解他们在即亲感上的挫折和不满,通过寄情于自己心目中的偶像人物给自己的精神和感情世界带来新的希望和意义。

偶像探视 27 :从“盒饭”中吃出了人生的乐趣

“去年我去公司应聘,考官问我在学校参加了什么社会活动,我就把我们‘盒饭’的一些事给考官说了。不想,在两天后接到去公司培训的通知……”

25岁的小杜是长沙一家广告公司的职员,同时,她又是全国“何洁歌迷会”长沙分会的会长。“我除了工作和睡觉,基本上把时间都花在了这个职务上,这个会长也不是那样好做的哦!”小杜刚与记者一见面就开始诉起苦来。

“‘盒饭’们都是来自五湖四海,平时大家都有自己的事,要集中起来并不容易。”小杜浅浅地一笑,话锋一转:“不过,我觉得这其中的乐趣还是要远远大于苦衷。”

何洁是去年的“超女”季军,她的“粉丝”们被称为“盒饭”。

“全国的‘盒饭’有多少人?”记者问。

“这个我不是太清楚。我们长沙分会去年的人数要多一些,现在也就只是剩下七八个骨干在活动了。”小杜指了指坐在她身边的一个女孩说,“她叫小鱼,是我们的重要骨干成员。”

小鱼今年22岁,在长沙一家公司工作,月收入达到了3000

多元。小鱼冲记者笑笑,说:“我觉得是‘盒饭’的经历帮了我的忙。”

小鱼去年大学毕业的时候正是“超女”比赛进入高潮时期,作为铁杆“盒饭”,她边忙于找工作边帮小杜做些“何洁歌迷会”的事情。

小鱼说她因为是“盒饭”找到了现在这份满意的工作,称自己当时因此引起了应聘考官的关注。“在公司培训期间,我写了一篇‘超女营销策略’的文章,老板对这篇文章非常看重。我被公司录取后,不到一年的时间就成为了部门经理……”

“我们长沙分会主要是几个女孩子,我们可能从生活的角度为何洁着想的地方多一些。”据小杜介绍,今年初何洁在长沙郊区某处拍摄《美丽分贝》,几位“盒饭”到现场看了何洁后觉得她比以前瘦了,当即心疼得不得了。“回到市区,我们就决定在拍摄期间每天送一份汤给何洁补补身体。我们轮流到餐馆去订制汤,餐馆做好后我们都自觉地先尝一下,觉得味道好就送去,如果味道不好就重新做。”

“那何洁喝了你们送去的汤没?”

“喝了,喝得好开心。”

“粉丝”的绝对理由:“只要开心就好了!”

“我们将自己无法完成的梦想交给了她,只要她实现了梦想,就等于我们实现了一样快乐与真实,人生也是这样啊,多奉献,就会多快乐。”

“我甚至不知道自己会不会继续把这个会长做下去,但是,

只要我觉得开心就会坚持的。”小杜说这番话时,坐在一旁的小鱼也在不停地点头。

摘自《长沙晚报》2006年9月3日

点评:

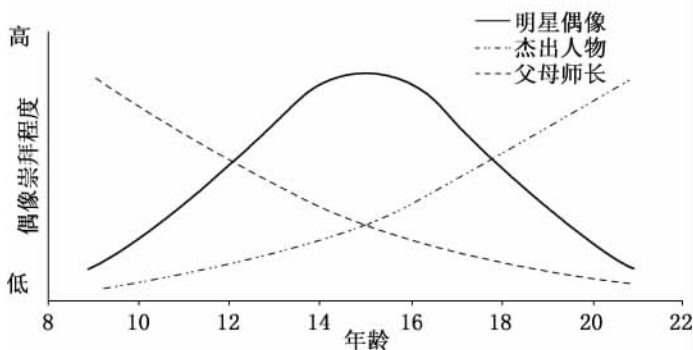
青春需要偶像,但这偶像不该是苍白的完美,失去活力的“雕像”,逃避现实的“虚幻”。它应该是可以亲切交流的朋友,而不是顶礼膜拜的对象;它应该是心灵深处的“启明灯”,而不是占据和统治青春梦想的“独裁者”。当明星的光芒遮没了崇拜者的生活,他们便将所有的爱 and 精力置放在所崇拜的明星身上。这些青少年将自己心目中的偶像视为生命与精神的寄托,把偶像想像得极为完美无瑕。

28. 青少年偶像崇拜的年龄差异

年龄作用(age effect)在青少年偶像崇拜中扮演着一个关键性的角色,随着年龄的不断增长,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?这一连串的问题都将在这里得到回答。

图表 3.5 青少年偶像崇拜之年龄差异示意图



根据我多年来对青少年偶像崇拜的跟踪研究,发现:

① 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;

② 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

(参见图表 3.5);

③ 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。

从心理学的角度分析,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,年龄作用与青少年对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,从而使得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,有学者曾经指出“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”^①。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。

(1) 内地的调查发现

在中学生层面,《经济早报》于2000年3月5日刊文发表了国内学者对偶像崇拜的一个小型调查报告。调查发现,32个五、六年级小学生中选择影视剧、书本中的角色或亲人为偶像的比例达到了71%。而被调查的中学生则全部在该栏里填写了多个偶像

^① 宋兴川、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。

人物,且大部分是涂了又填,填了又涂。在被调查的 12—17 岁的 31 名学生中,被提名次数最多的偶像为王菲、苏有朋、范晓萱、周华健、古天乐、张卫健等影视歌明星,爱因斯坦、苏步青、爱迪生、华罗庚等科学名人虽有被提名但所占的比例非常低。

李强、韩丁于 2004 年对天津市两所中学初中至高中六个年级的中学生进行的调查发现^①,青少年崇拜“著名人士”和“体育明星”的现象会随着年龄的增加而呈现上升的趋势,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,说明青少年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 年对南京市四所学校 726 名中学生的调查中,发现同一个个体在不同时期对所崇拜的偶像也会发生变化^②。比如,有一名高二学生曾强烈地喜爱某一喜剧明星,后来随着年龄的增加,他逐渐喜欢上了打篮球,因此现在以迈克尔·乔丹为偶像,认为他不仅球技高超,而且他身上体现了男性应有的种种品质,如力量、自信、坚韧等。对自己当初对那位喜剧演员的一腔热忱,他解释说,那位演员夸张搞笑的表演只能带给他一时的欢乐,却无法像乔丹那样具有意义和深度,可以引领他的个性成长,并且激励他不断超越自己。对此,石晓辉的解释是,青少年随着年龄的增长,批判思维能力和抽象概括能力相应地得到了提高,社会认知也经

① 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,97—103 页。

② 石晓辉:《中学生偶像崇拜现状调查》,《青年探索》,2005 年第 6 期,3—8 页。

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,从而使得他们对偶像的认识以及自己的偶像观念发生了改变。

石晓辉又进一步指出,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“他长得帅,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,石晓辉通过调查得出的平均数为 11.98 岁^①,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”。

① 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,26 页。

在大学生层面,潘一禾认为,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^①。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。

《经济早报》的调查发现,20至25岁之间的大学生群体所崇拜的对象首选者依然为影视歌明星,同时历史上的伟人或在某一领域有杰出贡献的科学家、哲学家的排名也较中学生群体有明显的上升。在被调查的50名大学生中,在“曾有的偶像”一栏中有19人选择明星,占38%;“现有的偶像”一栏中选择明星的为13人,占26%。

《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”的调查报告中指出^②,尽管大多数大学生承认他们在中学阶段有过追星的行为,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。被调查的大学生如是表示^③:

① 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,24—33页。

② 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,15—17页。

③ 周美丽:《大学生偶像语录》,《中国大学生就业》,2006年第9期,20—21页。

不同的群体,不同的阅历,不同的文化程度,造就了在对“偶像”这个词认识上会有所不同。上幼儿园的时候,我们可能会把百货商店里一位笑眯眯的漂亮阿姨当偶像;上小学的时候,我们可能会把高年级那位美丽出众的大队长当偶像;初中的时候,我们可能会追星。但到了大学,如果我们还把那些娱乐圈的明星当偶像来看,那简直就是没有长进。

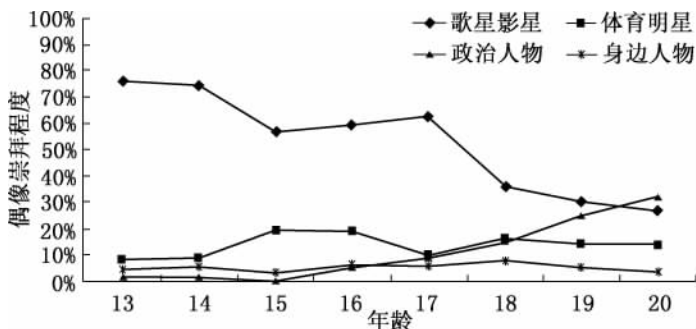
有很多同学说自己没有偶像,我觉得这是正常现象。因为我们渐渐长大了,有独立思考能力了,有独立的审美能力,有独立的判断和鉴赏能力了。排斥了盲目,排斥了很多非理性的东西。这和我们的学识增长、眼界开阔以及心灵的成熟是分不开的。也许,有时我们会被感动,但我们不会去崇拜了。

邓丽芳和易海燕的研究也得到了类似的结果^①。他们对武汉地区 469 名大学生进行的调查发现,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、

^① 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,105—109 页。

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。

图表 3.6 内地青少年偶像崇拜之年龄差异图



注:原始资料来源于石晓辉:《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(见图表3.6):

① 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;

② 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 岁之后表现得尤为明显;

③ 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。

偶像崇拜 16 两年前,我崇拜……

崇拜宣言:他够酷,她够炫

樱桃(女,15 岁):两年前,看完《流星花园》后我觉得崇拜上了 F4,觉得他们够酷,好迷人。那时候我房间里贴了好多张他们的画,每晚看着他们入睡,我都能做个好梦。

飞雨(男,16 岁):读初一的时候,特崇拜意大利罗马队足球明星托蒂。

萌萌(男,15 岁):那时候最崇拜谢霆锋呵,因为他外形酷,话很少,做出的事情却总是惊世骇俗。好长一段时间,我都喜欢模仿他的眼神。

今天,我崇拜……

崇拜宣言:喜欢明星,但不崇拜

樱桃(女,15 岁):我们是追星族,可不疯狂,也说不上崇拜。

飞雨(男,16 岁):追星,不是因为特别崇拜谁,更像是种娱乐。每回人很多很热闹的,有时候运气好,还可以要签名。

萌萌(男,15 岁):我是周杰伦的“粉丝”(Fans)。崇拜说不上,只

是喜欢他的演唱风格,喜欢他的音乐才气、够个性。

摘自茜云:《今天你崇拜谁》,《今日中学生》,

2004 年第 12 期,6—8 页。

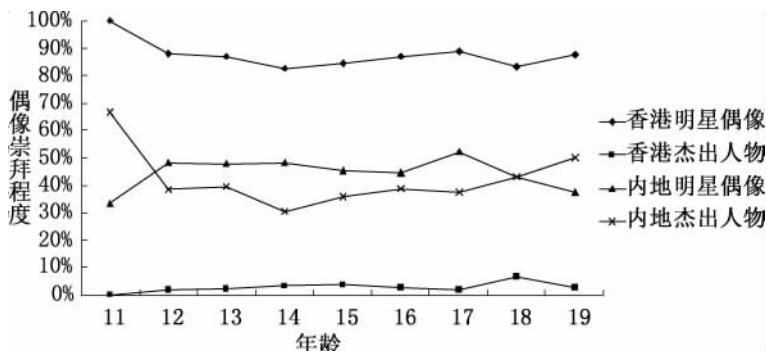
(2) 香港的调查发现

在中学生层面,我于 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 1 055 名香港中学生和 1 343 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。选择这四地的中学生,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。

图表 3.7 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:(一)香港受访中学生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;(二)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;(三)内地受访中学生选择

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。

图表 3.7 香港与内地青少年提名偶像与年龄关系(2003 年)

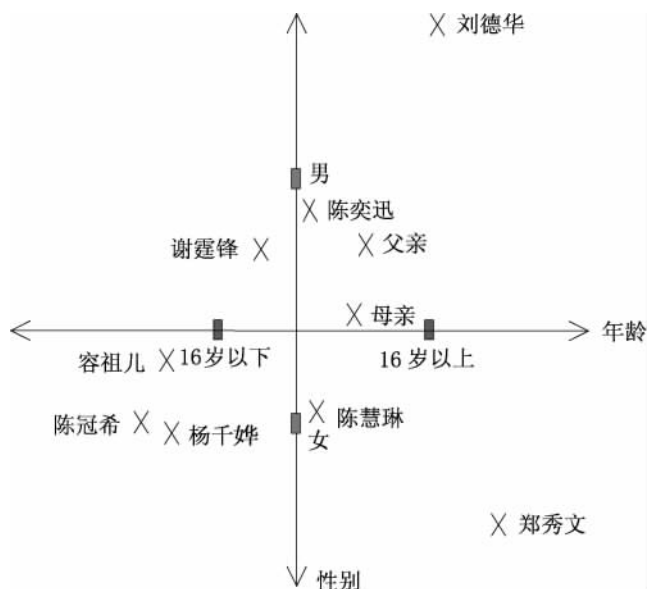


在研究中,我们选取 16 岁为切分标准,来实际检验是否青少年在 16 岁前后会有偶像崇拜模式上的显著差异,是否在 14—16 岁这一区间之内青少年偶像崇拜的行为及心理表现最为突出。通过研究发现,无论是 16 岁以下还是 16 岁或以上,其前 10 名的偶像提名绝大部分为明星,除此之外就是父母亲。而就年龄差异而言,香港所有偶像的提名比例均随着年龄的增加而有所下降。其中 16 岁以下提名比例大幅度超过 16 岁以上提名比例者有杨千嬅(10.5% : 3.0%)、陈冠希(7.2% : 2.1%)、陈奕迅(12.6% : 6.6%)、谢霆锋(15.9% : 7.2%)、容祖儿(12.6% : 4.8%)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构型量表法(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。

从图表 3.8 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

图表 3.8 香港中学生提名偶像之前 10 名形势图(2003 年)



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,杨千嬅、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多崇拜年长的明星。

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。这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三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(见图表 3.9),香港年轻人的偶像崇拜遵循这样一条规律,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明显的明星崇拜,共有 8 位明星人物入选前 10 名的排名;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。

图表 3.9 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*	Twins*
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*	杨千嬅*	母亲	老师
7	宫崎峻	Twins*	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 ⁺	杨千嬅*

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。

这项研究进一步发现,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)这六个纬度上的倾向性得分都明显高于大学生群体,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,直至不再表现出明显差异。

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。

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,而是以商品形式存在于文化市场。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。

偶像探视 28 六旬老婆婆狂追李宇春

要不是亲眼所见,你还以为超女冠军李宇春的超人气,都是些年轻后生捧起来的呢。但在看过李宇春两场演唱会和首张专辑《皇后与梦想》的签售现场后,我发现李宇春的超人气原来是老少皆宜。这不,为拿到李宇春的签名,成都这位年过六旬的老婆婆,不仅提前赶来排队,还到处炫耀她的签名碟。让人既为她高兴又为她担心——兴奋过度咋办?

李宇春出现后,她对每一个等候签名的玉米都很有礼貌,主动问好,签完之后更是双手奉上,还不断和玉米们说着感谢的话。这让很多初次见到她的玉米都激动得哭了。而每一个拿着签名走出来的玉米都异常兴奋,高高举着签名。这时候,人群中闪出一个乐得合不拢嘴的白发苍苍的婆婆,原来她拿到了李宇春签名的专辑。别人问她是给孙儿签的吧。她不高兴了:“啥子哟,我是给自己排队签的!”为此她跟年轻人一样,排了一个通宵的队。随后这位 60 多岁的“老玉米”开始不断在人群中“炫耀”她手中的签名。逢人便说:“你叫我老玉米就可以了!”还一口一个“我们家春春”,“好乖啊,太乖了!不喜欢都不行啊。又那么有礼貌,签好之后双手恭恭敬敬地递给我……”



这使我想起那次去看李宇春、何洁等超女回母校搞的助学圆梦演唱会,身后那位 60 多岁的老婆婆,她也是位玉米,因为觉

得李宇春“乖”而喜欢她,不停催问身边的人“春春多久出场”?最后她硬是等到晚上 11 点多李宇春出场,然后突然高声尖叫支持李宇春……疯狂不亚于年轻人!看来,喜欢李宇春的老年人,基本上是因为李宇春就像她的孙女,乖!

来源:新浪网 2006 年 9 月 29 日

点评:

这是一个全民娱乐、全民追星的时代。老奶奶追“李宇春”,仅仅是因为她乖得像自己的孙女,她的这份“偶像崇拜”自然也在本质上区别于青少年的偶像崇拜,更多地体现出一份朴实的人情味。然而,不可否认的是,追星已经不再是青春少男少女的专利,越来越多的成年人也加入追星的队伍,借此释放他们工作中的压力、生活中的不快。偶像崇拜到了今天,已经演化为了一场全民的饕餮盛宴。

29. 青少年偶像崇拜的性别差异

学者们普遍认为,具有理想化、浪漫化和绝对化特征的明星偶像会成为青少年情感依附的目标,甚至成为其心目中的理想恋人。

换言之,性别作用(gender effect)在偶像崇拜中也扮演着一个关键性的角色,决定了男生和女生不同的偶像选择和崇拜方式。比如,Boon 等学者对 200 名加拿大本科生的调查发现^①,加拿大青少年在所列举出的崇拜名人中,85%是男性。其中,较多的女孩选择有吸引力的异性作为自己的偶像,而男孩则更倾向于将同性中的佼佼者视为自己心目中的英雄。Teigen 等学者通过对 2 700 名挪威高中学生的调查表明^②,外貌和才能是挪威高中生偶像崇拜的主要原因,男生往往更青睐偶像的才能,而女生更崇拜偶像的外表特点。但到目前为止,国内专门针对青少年偶像崇拜之性别作用的研究还凤毛麟角,仅有的一些工作也只是粗线条、片断式的描述,缺乏有针对性的系统探讨。

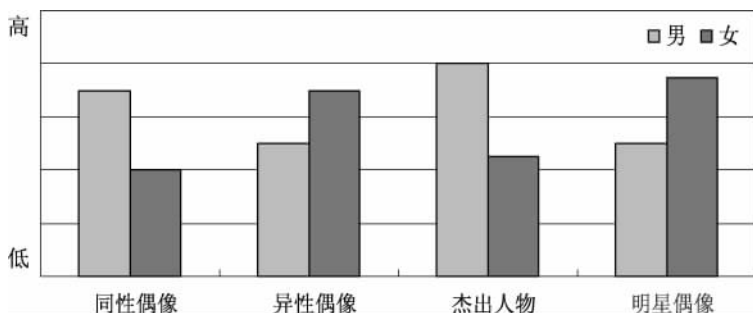
有鉴于此,在这里,我们特别想探讨并回答:在青少年偶像崇拜中是否确实存在异性相吸的依恋情感?如果是,这种异性吸引会有什么性别差异?又是什么类型的偶像会格外地吸引异性?它在明星崇拜和杰出人物崇拜中会有什么表现之类的问题亦有待深入探讨。

总体而言,我认为(见图表 3.10):

① 引自 Bennett, B. (2002). Fan club confessions: Teens underestimate influence of celebrity idols. *Psychology Today*, 35, 1, p. 18.

② Teigen, K.H., Normann, H.T.E.; Bjorkheim, J.O. & Helland, S. (2000). Who would you most like to like? Adolescents' ideals at the beginning and the end of the century. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 44, 1, pp. 5—26.

图表 3.10 青少年偶像选择之性别差异示意图



① 从性别比例来看,女生比男生具有更高比例的偶像崇拜现象,对崇拜的偶像更为痴迷,也更容易对所崇拜的偶像产生浪漫式依恋、高明星消费、低自我信念、虚荣满足以及自我迷茫的行为及心理特点;

② 在偶像性别选择上,男性偶像较女性偶像更受青少年的喜爱。男生选择同性偶像的比例,均高过女生选择同性偶像的比例;女生选择异性偶像的比例,均高过男生选择异性偶像的比例;

③ 在偶像类型选择上,女生更倾向于欣赏明星偶像,男生更倾向于欣赏杰出人物偶像;

④ 在偶像崇拜方式上,女生多注重偶像的外貌、气质等人物特征,带有感性的色彩,体现出重外表、重欣赏的表层性偶像崇拜;男生多注重偶像的成就、事业等特质特征,带有理性的色彩,体现出重内里、重认同的实质性偶像崇拜。

从心理学的角度分析,无论是明星偶像还是杰出人物偶像,青

少年在偶像选择中均存在着一种“同性相认”的趋向。就青少年期的心理变化而言,这种趋向来自于青少年寻求认同和依附的需要。偶像崇拜是青少年自我确认的重要手段之一,青少年需要在对不同偶像的认同和依恋中肯定自我的价值。青少年从自我迷茫和自我确认的拖延状态中走出来,时常需要经历一些冒险,也不接受任何说教和过早的自我确认。在这当中,对一些成年或同龄偶像的认同可使青少年寻求更高的价值并为进入成年角色做好准备。所以,香港和内地中学生大量选择同性偶像,揭示了他们在偶像崇拜中的认同需求,是一种认同式依附(identifactory attachment)的表现方式。

其次,女生比男生更多的选择异性偶像,这说明女生更容易陷入一种对偶像的浪漫幻想(illusory romance)中。浪漫式幻想指青少年对偶像的依恋是以浪漫情怀为基础的,它突出表现为对崇拜对象的迷恋中充满了情爱甚至是性爱的幻想,把异性偶像当作一般的梦中情人到久久地加以痴迷。香港和世界各地的偶像调查表明,对异性名人的浪漫性依恋是青少年偶像崇拜的一个基本特征,而女性的浪漫式依恋一般高过男性,年龄越小就越爱听情歌。

就青少年对各自性别角色的差别认同而言,偶像选择中的类型和特质差异来自于社会对男女生不同的期望和认知。一方面,传统的社会性别角色把男生所应该拥有的特征定位为身体健壮、头脑灵活、反应敏捷等,人们通常也更多地赋予杰出人物所拥有的性格特点于男孩身上,寄希望他们在成人后可以做到如杰出人物

一般果敢冷静、坚韧刚强、成就显著,这种期待在无形中内化为男生在青少年期的追求。于是,男生对于健康、力量的推崇反映在他们对“体育明星”的崇拜中,而对智慧、权力的向往反映在他们对“政治人物”的青睐中。选择这些偶像类型中的同性杰出人物,正是男生对个人理想和抱负的一种寄托。

另一方面,相对男性来说,社会对女性在事业成就上的期待要少很多,女性为弱者的传统理念依然根植于社会性别角色之中。因此,女性所承担的社会压力也相应减少,在选择偶像时并不总是需要参照别人对她们的期待和社会要求行事,而是会更加注重自我被偶像所激发出来的心理情绪反应,比如异性偶像帅气的外表、阳刚的举止、体贴的行为等,从而投入丰富的情感。

在这里,丰富的情感包含着两层含义,其一是“补偿心态”的反映,希望拥有男性的优秀特质。比如以航天飞行员杨利伟为偶像的女孩子,崇拜他的原因仅仅是因为小时候做过的“飞行梦”;其二是“爱恋心态”的反映,无论在生理上,还是心理上,女生一般都比男生较早发育,进入多愁善感的“花季”、“雨季”。比如一名初三女生就曾表示:“真的搞不懂自己现在究竟是怎么了。有时看见教室里一群人有说有笑,就会觉得自己有些孤独和失落;独自一个人的时候,突然间会笑出声来,隔一会儿却可能流起泪来。”^①这种情绪

① 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,34页。

上的不稳定状态,加之女性细腻敏感的特点,使得女性更倾向于选择能够令她们在情感上获得释放和满足的异性人物作为自己的偶像,获得心理上的愉快。

(1) 内地的调查发现

首先,从性别比例来看,女性普遍比男性具有更高比例的偶像崇拜,她们通常对崇拜的偶像也更为痴迷。例如,郝玉章和风笑天曾在2000年对207封“赵薇迷”的书信内容进行了社会学角度的分析,他们发现,青少年偶像崇拜的一个突出特点就是女性多、男性少,女性比男性更多表现出偶像崇拜的行为特征。在被调查的207个赵薇影迷当中女性占90%以上,男性只占5.4%,即使把“不详”的人全部归为男性,也不到10%,女性占到了绝大多数。那么究竟是女性更容易崇拜偶像一些呢,还是因为所分析的是一个女性偶像因而女性崇拜者更多一些呢?对此,两位学者进行了如下解释^①:

一是女性更容易崇拜偶像。与男性相比,女性所面对的压力更大。处于青春期的女生除了要面对与男生同样的学习压力外,她们身上的传统束缚也更多,父母对女儿也管得更紧,甚至晚回家一会儿就要挨批评,但男孩子就宽松了许多。这样女孩子需要摆脱束缚的愿望

^① 郝玉章、风笑天:《青少年的偶像崇拜——207封“赵薇迷”信件的社会学分析》,《青年研究》,2000年第4期,22—29页。

比男孩更强烈,因而更容易崇拜偶像。其次,女性可能比男性更容易从众。一般在初、高中女生中,我们常常看到女生行动办事常常是成群结伴,而相比之下男生的这种情况较少,“独行客”较多,所以女性所面临的群体压力更大,更容易从众。二是女性明星的女性崇拜者更多。女性的认同式依恋较多,而相同的性别更容易产生认同。

其次,在所崇拜的偶像类型中,女生更倾向于欣赏“歌星影星”,男生更倾向于欣赏“政治明星”,且男生崇拜男性偶像的比例明显高于女生崇拜女性偶像的比例。例如,石晓辉对南京市四所中学中学生偶像崇拜情况的调查发现^①,男女生在偶像崇拜的类型选择上存在着显著差异,具体表现为近九成的男生选择以“体育明星”、“政治人物”为代表的同性偶像,近七成的女生选择以“歌星影星”、“文学家”为代表的异性偶像。韩振华对甘肃省平凉地区231名青少年的调查亦得到了类似的结果^②。

再次,在偶像崇拜的原因上,女生多注重偶像的外貌、气质等人物特征,带有感性的色彩;男生多注重偶像的成就、事业等特质特征,带有理性的色彩。例如,石晓辉归纳出中学生偶像崇拜六个维度的原因:成就与才能、相貌、作品欣赏、个性品质、社会贡献、意志,并将这六个维度合并为影响青少年偶像崇拜行为的两大因素:

① 石晓辉:《中学生偶像崇拜现状调查》,《青年探索》,2005年第6期,3—8页。

② 韩振华:《高中生和中师生的偶像崇拜调查分析》,《青年研究》,2000年第7期,17—22页。

“感官舒快”和“社会性学习”^①。研究发现,女生在“感官舒快”因素上的得分显著高于男生,说明由对偶像外貌和作品的欣赏而得到的情感愉悦在女生选择偶像过程中占有重要作用;而男生普遍在“社会性学习”因素上的得分要高于女生,反映出男生在选择偶像时更注重对方的事业和成就状况。在国外,这和国内青少年在偶像崇拜的原因上所反映出来的性别差异,具有一致性。

此外,邓丽芳和易海燕对大学生钦佩人物的研究发现^②,大学男生对才识性、领导性、名利性的追逐要比女生强烈,因此更加钦佩和认同以特质为核心(attributes-focused)的偶像崇拜方式,其比率明显大于女生。

偶像崇拜 17 为李宇春疯为李宇春狂

豪掷 50 万买万张电话卡

时间:2005 年 8 月 19 日晚

地点:长沙某路中国移动营业厅

玉米“超”话:我要一万张神州行

回忆起那个下午,营业厅的工作人员张小姐依然激动不已:
“大概是下午 3 点的时候,营业厅特别忙,我面前等待办理各种

① 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。

② 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,105—109 页。

手续的队排了很长,他大概等不及了,冲上前说:‘我要一万张神州行!’”张小姐透露这名男子开始并不愿解释买这么多卡的用途,但因为营业厅有规矩,在请来营业厅主任后,男子才坦言:“买卡给李宇春发短信投票。”“当时营业厅没那么多卡,我们还去另外的地方调了几千张过来。他付了钱就径直离开了,倒是我们整个营业厅沸腾了。”

6 000 元买下一打小灵通

时间:2005 年 8 月 22 日

地点:太升路某手机专卖店

玉米“超”话:老板,给我一打小灵通。

一位小灵通专卖店的老板爆料:“那天来了一群女娃娃,领头的 20 多岁,直接进来买小灵通。‘老板,拿一打!’她们买的是 500 块钱话费送机子的那种,一下 6 000 块钱哦!走的时候还对我说,‘老板,照顾了你生意,你还是发几个短信支持下我们春春噻。’”

摘自《天府早报》2005 年 8 月 24 日

(2) 香港的调查发现

偶像与其崇拜者(fans)之间会存在着某种异性相互吸引的“浪漫式依恋关系”,并且女性的浪漫式依恋程度一般高过男性。这一点,在上述内地学者对青少年偶像崇拜的研究中,得到了一定程度的证实。然而,上述大部分的研究,都只是粗线条、片断式的描述,缺乏有针对性的系统探讨,因此依然有必要进行更深一步的

总结。

上一节里提及,我曾于 2003 年对内地和香港中学生进行了一次跨区域的比较调查。这项调查除了检验年龄作用对青少年偶像崇拜的影响,也同时检验了青少年偶像选择中性别作用的影响及其表现方式。在分析过程中,性别作用和年龄作用有的时候是交叉在一起共同进行分析的(见图表 3.11)。

图表 3.11 香港中学生提名偶像之类别百分数对比(2003 年)

偶像类别	香港中学生 (N=1 055)	
	男生	女生
男明星	63.3*	43.9
女明星	36.7	56.1*
男杰出人物	93.8	57.1
女杰出人物	6.2	42.9
男家人	48.0	38.5
女家人	52.0	61.5
男师友	100.0	0.0
女师友	0.0	100.0

注*:男、女生有显著分别($p < 0.05$);另本表中每栏的百分比和皆为 100。

首先,在偶像性别选择上,整体而言,男性偶像较女性偶像更受青少年的喜爱。在被调查的香港中学生中,男生提名男、女性偶像的比例为 64.3% : 35.7%;女生提名男、女性偶像的比例为 44.3% : 55.7%。男生选择同性偶像的比例,均高过女生选择同

性偶像的比例；女生选择异性偶像的比例，均高过男生选择异性偶像的比例。此外，无论16岁以下或以上，香港中学生提名偶像的性别比例都是男略高于女。

其次，在偶像类别选择上，香港男生对男性杰出人物的钟爱比例远大于香港女生对女性杰出人物的钟爱；香港女生对异性明星的钟爱明显大于香港男生对异性明星的钟爱。图表3.12展示了这种偶像选择的类型差异：男生提名男、女明星偶像的比例为63.3%：36.7%，提名男、女杰出人物偶像的比例为93.8%：6.3%，提名男、女家人偶像的比例为48.0%：52.0%，提名男、女师友偶像的比例为100.0%：0.0%。另一方面，女生提名男、女明星偶像的比例为43.9%：56.1%，提名男、女杰出人物的比例为57.1%：42.9%，提名男、女家人偶像的比例为38.5%：61.5%，提名男、女师友偶像的比例为0.0%：100.0%。香港男生除了对家人偶像的选择外，其余选择均是同性偶像多于异性偶像；香港女生除了对杰出人物偶像的选择外，其余选择也均是同性偶像多于异性偶像。特别值得一提的是，香港中学生皆百分之百地选择同性师友偶像。

再次，在偶像选择前10名的具体提名中，图表3.12展示了香港中学生前10名偶像选择的性别差异。就香港中学生而言，香港所有女性偶像的同性提名比例均大幅度超过异性提名比例：陈慧琳(17.4%：9.0%)、容祖儿(10.8%：6.0%)、郑秀文(10.8%：3.0%)、杨千嬅(10.2%：3.3%)和母亲(5.1%：3.9%)。而在香

港男偶像中,仅刘德华一人的同性提名比例大幅超过异性提名比例(6.3% : 3.3%)。此外,谢霆锋(12.9% : 10.5%)和陈冠希(6.6% : 2.7%)两人的异性提名比例大幅超过同性提名比例。除此之外,从图表 3.12 还可以看出,无论男生女生,香港青少年对明星偶像表现出了极大的喜爱,明星偶像的提名也占据了前 10 名提名人物的 8 位。

图表 3.12 香港中学生提名偶像之前 10 名性别百分数对比(2003 年)

香港中学生(N=1 055)					
	男	女		男	女
男偶像			女偶像		
谢霆锋*	10.5	12.9	陈慧琳*	9.0	17.4
陈奕迅*	9.6	9.3	容祖儿*	6.0	10.8
刘德华*	6.3	3.3	郑秀文*	3.0	10.8
父亲	3.6	3.3	杨千嬅*	3.3	10.2
陈冠希*	2.7	6.6	母亲	3.9	5.1

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。

最后,关于两地中学生偶像选择的性别差异,我们发现,无论男生女生,香港青少年比之内地青少年,对明星偶像均表现出了极大的喜爱。这种差异表明,香港青少年的偶像崇拜颇具娱乐化和商业化的特征(recreational and commercial idol worship)。具体地说,香港青少年喜欢的偶像本质上都是商品,其出炉和走红都以商业利益为基础,每一个明星偶像的推出和宣传往往是大量新

闻炒作和商业包装的结果。这种偶像选择的商业化特质,不能说内地就没有体现。2005 年超级女声的风潮,已经见证了内地通过商业化运作成功“造星”的全过程。然而,香港的商业化在社会生活中的含量,更加高度和集中。在香港,由于早期殖民时期资本主义的发展,以及随之带来的人民大众在工作之余对休闲生活的需要,由此塑造了今日香港的特殊形态。它的娱乐八卦产业之丰富,明星更新换代之迅速,都不是经济成长时期的内地所能够比拟的。对于这一点,将会在下一节中详细阐述。

偶像探视 29 花光积蓄为李宇春出书

Heroine 在成都市某广告公司做广告策划,今年 26 岁,“我每个周末必看‘超级女声’,看完后还会通宵上网看帖顶帖,以及和玉米们交流。而平时上班时讨论的话题也只有‘超级女声’。当时我的脑子里几乎只有比赛和李宇春,几乎无法正常工作。”

“这个夏天永生难忘,我也很想用一种形式把它记录下来。”

Heroine 想到了用文字和音乐的方式记录自己的心路历程。她开始在网上大范围地搜集李宇春的资料,在夜晚则奋笔疾书,常常写到自己泪流满面。“最后写了大概十几万字。”Heroine 做完这一切后,决定将此书出版。“我并不想出名,只想叫李宇春看到我们玉米的支持,这本书是为了玉米而写的。”Heroine 下定决心,自费出版这本书。

Heroine 的积蓄只有几万元钱,根本不可能大批量地发行

这本书。“几万元只能做 5 000 本,出版社不肯做那么小。”于是 Heroine 就面临着拉赞助商的问题。有一次,朋友拉着 Heroine 去见一个企业的老总,老总用非常轻蔑的口气说:“对不起,我对这个不男不女的人不感兴趣。”Heroine 几乎拍案而起,被朋友拉住。走到大街上,Heroine 流下了愤恨而又委屈的眼泪。“他可以侮辱我,但是不能侮辱春春。”一个月过去了,Heroine 终于将一切出版事务说定。

摘自《天府早报》2005 年 11 月 7 日

点评:

女生比男生具有更高比例的偶像崇拜,她们对崇拜的偶像也更为痴迷。我们经常会在大街上听到一群群小女生唧唧喳喳地谈论着自己的偶像,如果他人与自己崇拜的偶像是同一个,必定聊得不亦乐乎,大谈他(她)的优点、爱好、最近的活动情况,如果遇到别人与自己的意见不一,崇拜的偶像不同,必要争个高低,争说自己的偶像比别人的怎么怎么好,同时还要努力说服对方放弃原来的偶像,来崇拜自己的偶像。这种差异与女性较强的依赖心理、更敏感和细腻的情感体验、相对较早的性生理和心理发展有关。

30. 青少年偶像崇拜的地域差异

有个香港朋友看完《超级女声》的节选光盘后，百思不得其解：“为什么这几个女孩可以这么红？她们根本就没什么星味，而且表演的功力也还很粗糙。”他不是惟一有这种反应的香港人。2005年风靡全国的超女们最近才来过香港亮相，叫一帮老练的娱乐记者们傻了眼，这就是传说中比明星还要明星的超级偶像吗？

香港人不懂，因为《超级女声》对他们来说一直以来只是个传说，传说它是全国去年最红最火的电视节目，传说粉丝们会成群结队地在街上为自己的偶像拉票；传说它让学者专家们竞折腰，为了属意的候选人吵得面红耳赤；传说它令老大哥中央台很难看，要抬出高雅品位的招牌来打击它的低俗。换句话说，《超级女声》在香港从来就只是内地的一个“社会现象”，一个不近身的故事。

——梁文道《超级女声：是一场游戏，不是一场梦》

正如香港文化评论人梁文道所疑惑的，为什么风靡内地大江南北的《超级女声》来到了香港就无法如内地般受到观众的疯狂投入？莫非一档娱乐节目也会发生“橘生淮北为枳”的苦恼吗？

事实上,确实上演了“橘生淮北为枳”的场景。2007年1月2日,“超级女声香港演唱会”终于在香港伊丽莎白体育馆上演(香港本地演唱会一般在红磡体育馆举办)。这次演唱会在第2届冠军李宇春的率领下,10多位历届“超级女声”的歌手相继登场,可惜票房惨淡,上座率仅五成,场内大半是空的。根据香港报纸报道:“香港演唱会之父张耀荣接完‘超女’演唱会后,就申请破产了。”

这背后,又有着怎样的深层次因素在其中,决定了这种地区不同呢?这里,就将主要针对香港和内地不尽相同的青少年偶像崇拜模式及内因,做一个地域差异分析。



冷冷清清的“超级女声香港演唱会”现场

香港作为中西文化的融合之地,其社会文化也相应地表现出开放性和多元性。香港的教育与英语国家的教育文化发展关系密

切,1979年实施九年强迫教育,1982年可以说是香港进入现代教育的分水岭^①。香港特有的文化和教育体制,必然塑造出香港青少年学生独特的偶像崇拜特征,也必然会与内地青少年在偶像崇拜方式上存在着某些明显的差异。这背后的深层次原因,不能不值得我们好好反思。

以2005年风靡内地大江南北的《超级女声》节目为例,这档“全民”节目塑造了很多大众耳熟能详的新一代偶像,然而在香港,却并没有受到大众的普遍欢迎和关注。一个香港人对此分析道^②:

2005年夏天的《超级女声》堪称一场电视史上完美的商业运作,它的内容是不可能在香港复制成功的,但它的含义,却值得很多香港传媒人三思。先不说那15万人参加海选的壮观场面没可能在香港出现,香港的电视台也不可能拨出那么冗长的黄金时间给这样的一场比赛。而且,那种上千万条的短信投票和数以百万计的网上帖子也不符合香港那种抗拒文字的文化。

对一个社会来说,偶像的产生,必须是一种共同的体验。偶像不是被媒体和唱片公司而是被大众自己造出来的。这个道理,是我在罗文、张国荣、梅艳芳去世后才明白的,他们是香港共同的记忆,他们的崛起,暗合香港成长的脉搏。一个偶像之所以成为偶

① 李群、岳晓东:《合肥、北京、香港大学新生生活与心理发展状况调查》,《安徽教育学院学报》,2005年第4期,90—94页。

② 摘自21CN社区,2005年9月10日。

像,无关他/她的唱功、形象、外貌、实力,而是来自崇拜者群体的共同经历和体验。只有成为了他们生活不可或缺和最珍惜的一部分,才能成为偶像。

对于内地社会来说,一直以来,对海外文化的认同和向往就是他们的最大最深刻的共同经历和体验,因此对港台明星崇拜,是整个社会成长经历的投射。但随着内地社会的经济发展,底气越来越足。整个社会在期待着自己的偶像,自己时代的代言人。然而,本土偶像的诞生是需要时机和机缘的。

在60年代,香港经济开始起飞,社会日益富足,更趋自信。就在这个时候,许冠杰开始用中文编歌演唱,从而开创了香港本土流行曲文化的时代,才有了后来的罗文、徐小凤、梅艳芳,而他也被封为“一代歌神”。如果没有许冠杰,也许香港社会到今天还是只能崇拜欧美的歌星,而不会有自己的本土流行曲,更遑论能领导内地流行曲文化数十年之久了。而台湾的流行曲文化从戒严时代的校园民歌,到后国民党时代的R&B热潮,一步步走来。每一种本土流行曲文化的发展,都有自己独特的模式,符合自己社会发展独特的共同体验。

那么,2005年夏天的这场轰轰烈烈的《超级女声》运动,会不会就是那场内地社会发展期待已久的洗礼,从而宣告内地本土流行曲文化和偶像终于诞生呢?也许就是的。看过整个《超级女声》的人 would 知道,《超级女声》的歌迷不是以往那种追港台明星的歌迷。他们不是追随者,他们敢于组织全国拉票,敢于向主办单位抗争,

他们敢于表达自己的意见。简而言之,他们是造神者,从而能造出属于自己的,和以往意义不一样的偶像。

根据我这些年对香港和内地青少年偶像崇拜的跟踪系列研究,可以认为,香港与内地青少年在偶像选择特点上具有三种对立性差异:单一化与多元化的对比、商业化与政治化的对比、传媒主导与教育主导的对比;在偶像崇拜方式上则存在着理想化—浪漫化—绝对化为代表的明星崇拜与现实化—理性化—相对化为代表的杰出人物崇拜的对比。

■ 单一化与多元化的对比

比较香港与内地青少年偶像的选择差异,一个突出的特点就是香港青少年偶像选择相当单一化,而内地青少年的偶像选择则较多元化。具体地说,香港青少年的偶像选择主要集中在歌星和影星身上。根据我自1998年至2001年在香港和内地的不同城市展开的一项纵贯调查分析表明,在所有香港中学生提名的明星偶像中,歌影星的比例分别占到2001年资料的68.8%,2000年资料的33.1%,1999年资料的38.0%及1998年资料的58.1%。这其中,香港中学生四年来的偶像选择前10名排名几乎清一色地为明星偶像,这尤以2001年的偶像排列为突出,有9人之多。此外,在所有提名偶像中,陈慧琳四次登榜;郑秀文、杨千嬅、郭富城、梁咏琪和父亲三次登榜;容祖儿、谢霆锋、郑伊健、酒井法子两次登榜。除了明星偶像之外,只有父亲在三年的排列中登榜,神和诸葛

亮分别在一年的排列中上榜。这些数字都表明,香港青少年的偶像崇拜相当单一化,都集中在明星身上,表现出其高度娱乐化的特征。

相比之下,内地中学生的偶像选择则集中在杰出人物和歌影星两类人物身上。在所有内地学生提名的偶像中,歌影星的比例占2001年资料的38.2%,2000年的23.0%,1999年的16.6%及1998年的19.9%,而杰出人物偶像的比例分别占2001年资料的35.0%,2000年资料的25.1%,1999年资料的42.6%及1998年资料的37.2%。相比之下,香港学生提名杰出人物的百分比最高也没有超过15.0%(1998年资料)。这些数字直观地反映出香港与内地青少年偶像选择单一化与多元化的对比。

■ 商业化与政治化的对比

比较香港与内地青少年偶像的选择差异,另一个突出的特点就是香港青少年偶像选择相当商业化,而内地青少年的偶像选择则相当政治化。具体地说,香港青少年喜欢的偶像本质上都是商品,其出炉和走红都以商业利益为基础。换言之,一个明星偶像的推出和宣传往往是大量新闻炒作和商业包装的结果,每个明星偶像的生存和发展都有赖于媒介和包装公司的支撑,再通过其迷恋者的不断追逐与奉献来扩展生存空间。再加之“追求时尚是天性使然”^①,于是各种歌星影星成为了青少年热切追求的目标。

^① 周晓红:《现代社会心理学》,上海人民出版社,1997年版,414页。



深受内地青少年崇拜的周恩来

这种偶像选择的商业化特质,不能说内地就没有体现。2005年的超级女声的风潮,已经见证了内地通过商业化运作成功“造星”的全过程。然而,香港的商业化在社会生活中的含量,更加高度和集中。偶像明星作为商业时代青少年生活的幻觉符号,他们必定是众多眼光的聚焦点,也因此成为商业公司赚取利润的焦点。青少年对偶像明星生活轶事的市场需求形成强大的“星闻”效应,这种“星闻”效应借助传播媒介的推波助澜促成了娱乐报导的繁荣。明星成为不折不扣的商品,他的任何属性都被拿到市场上进行了贩卖。在这样的背景下,商业化、娱乐化信息大行其道,各媒体以收视率和发行量为节目内容的衡量标准,导致新闻变成商业市场取向。正由于明星偶像是市场机制包装而出的完美化商品,

是按照一定类型予以生产的,就不可能永远满足青年的消费品位。因而明星的更新换代速度是非常快的,文化工业会不断地推出新人来供人们消费。

相比之下,内地青少年的偶像选择则颇为政治化。在我前面所提到的纵贯调查中,政治家占的比例分别占 2001 年资料的 15.1%, 2000 年数据的 12.6%, 1999 年数据的 27.4% 以及 1998 年数据的 20.8%。在内地青少年所有提名偶像中,周恩来、毛泽东、比尔·盖茨和父亲在四年调查中持续登榜,邓小平和母亲三次登榜,而无一位歌影星超过一次登榜,这与香港的情况恰好构成鲜明的对比。值得一提的是,周恩来在四年的调查中均蝉联榜首,绝非偶然。这与内地教育体制中强调“政治挂帅”、“政治主导一切”的主旨密切相关。在这层意义上讲,一个偶像的价值在很大程度上取决于个人对社会的贡献大小,而其生存与发展无需依靠商业包装和媒体炒作。根据一项有关两地青少年消费模式的调查表明^①,广州受访学生的零用钱主要花在购买参考书方面,而香港受访学生的零用钱则主要花在购买衣服和娱乐品方面。这也从一个侧面反映出这种商业化与政治化的差异。

■ 传媒主导与教育主导的对比

香港与内地青少年偶像选择又一差异是香港青少年的偶像选择以传媒为主导,而内地青少年的偶像选择则以教育为主导。换

^① 见《东方日报》,2002 年 4 月 30 日。

言之,香港青少年对偶像的了解和选择主要依靠媒体的宣传。

在香港,明星的诞生和发展有赖于媒体的导向,而传媒的导向又受制于商业公司的利润目标。香港历来都被认为是传媒最发达的地区之一,1997年,香港殖民地历史结束之际,中国政府曾高度评价香港作为“世界信息中心之一”的地位。以香港不到700万人口,1100多平方公里的城市而言,拥有媒体的密度大大超过内地。香港的报纸约有20家、杂志700多种、2家免费电视广播公司、5家收费电视广播公司、3家电台,再加上网络电台、网志(weblog)等新式电子媒体的流行,可想而知,媒体的竞争必然相当激烈。因此,在追求利润面前,明星的各类外在特征、性格爱好以及婚变、绯闻等情况都成了各大媒体争相报导的素材。所以只有在香港,才可以看到“狗仔队”泛滥、新闻夸张渲染铺天盖地的情况。

根据香港电台电视台(RTHK)和香港记者协会在1994年和1995年所作的三次电话问卷和调查显示^①,在公众眼中,香港传媒的敬业精神和责任感正在丧失。这项调查发现:在1994年年中,62%的公众认为传媒有敬业精神;1994年晚些时候,这项指标分别下降到59%,而在1995年年中,这项指标进一步下降

① Chung, T. Y. (1995). Surveys on Media Performance and Freedom of Speech; Summary Report. Hong Kong: Social Sciences Research Center of the University of Hong Kong, Radio Television Hong Kong, and Hong Kong Journalism Association.

到 53%。

相反地,内地青少年对偶像的了解和选择则受到政府教育部门的宣传影响,具有很明显的政治取向性和导向性。一个偶像的出场,往往事先都必须经过政府教育部门的选择和特质界定,以使每位青少年均明确了解应该认同其偶像人物的什么方面。所以才会有 2006 年火爆的超级女声节目曾一度被政府喊停的情况出现,这正是政府基于教育主导因素考虑的结果。

■ 理想化—浪漫化—绝对化与现实化—理性化—相对化的对比

前面已经讨论过,在偶像类型选择上,香港学生对明星偶像的喜爱大于内地学生对明星偶像的喜爱;内地学生对杰出人物的喜爱大于内地学生对明星偶像的喜爱。这种现象反映出,在青少年偶像崇拜方式上,香港青少年偶像崇拜的主体是歌星和影星,其对偶像的追逐和认同也多表现在理想化—浪漫化—绝对化的特征层面上。内地青少年颇多崇拜杰出人物,对其心理认同也多表现在现实化—理性化—相对化的特征层面上。

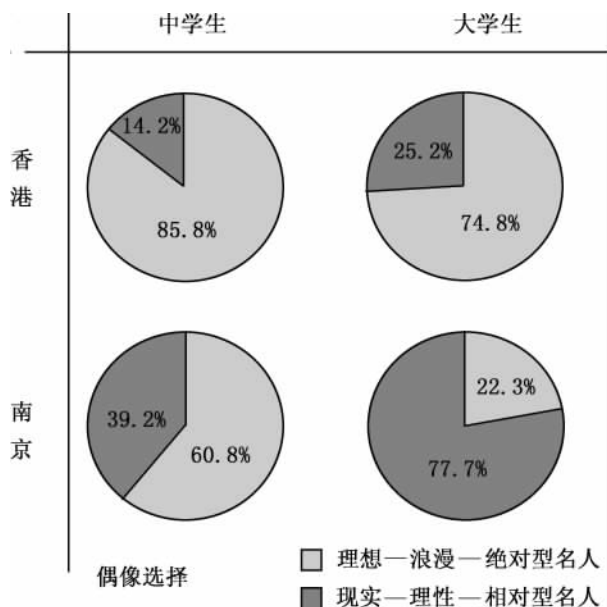
根据我于 1999 年对香港 167 名高中生和 110 名大学生,并南京 224 名高中生和 325 名大学生的调查发现,在偶像选择中,有 74.8% 的香港大学生和 85.8% 的香港中学生喜爱理想—浪漫—绝对型名人;只有 22.3% 的南京大学生和 60.8% 的南京中学生喜爱这一类型名人;在选择榜样时,有达到 95.6% 的南京大学生和 90.0% 的南京中学生偏爱现实—理性—相对型名人,而对于香港大学生和高中生来说,他们仍然大多选择理想—浪漫—绝对型名

人(大学生为 17.8%,中学生为 39.4%)。

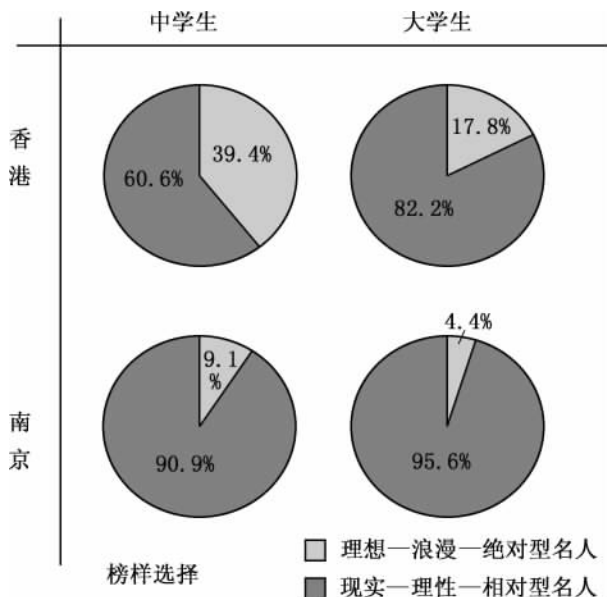
特别值得一提的是,在偶像崇拜之年龄差异一节中,我们已经得出年龄作用会弱化两地青少年明星偶像崇拜的欲望这一结论,但同时也注意到,香港青少年的弱化程度要显著低于内地青少年。在偶像选择中,香港大学生选择理想—浪漫—绝对型名人的比例几乎是南京大学生的三倍,差异非常显著。

两地青少年在偶像崇拜中所表现出的这种差异,可以从下面图表 3.13、图表 3.14 中非常直观和清晰地比较出来。

图表 3.13 香港和南京青少年偶像选择差异



图表 3.14 香港和南京青少年榜样选择差异



在 2000 年,我又将调查延伸到了内地其他城市,共调查了 138 名香港大学生,165 名广州大学生和 153 名长沙大学生,样本分别来自三地大学的文科、商科和理科的学生,平均年龄为 20.23 岁。通过图表 3.15,我们可以看出,香港大学生所钦佩的理想—浪漫—绝对型名人的比例(34.3%)明显高过广州大学生(12.2%)和长沙大学生(12.2%)的提名比例,是后两者提名的两倍。与此相反,广州和长沙大学生所提名的现实—理性—相对型名人比例(广州:74.4%;长沙:70.4%)明显高过香港大学生的提名比例(33.7%),超乎其一倍多。其次,广州和长沙的大学生分别选取了

86.6%及82.6%的名人类偶像作为其钦佩对象,而香港的大学生只选取了68.0%的名人类偶像作为其钦佩对象。香港大学生选取了近27%非名人(主要包括家人、朋友、师长等)作为其钦佩对象,而广州和长沙的大学生只选取了10.9%和14.1%的非名人作为其钦佩对象。这表明,内地的大学生更认同社会名人作为自己成长的偶像或榜样。

图表 3.15 香港、广州、长沙大学生崇拜偶像之类型对比(2000 年)

	香港大学生 (n=138)		广州大学生 (n=165)		长沙大学生 (n=153)	
	提名 数目	百分比 (n=309)	提名 数目	百分比 (n=395)	提名 数目	百分比 (n=433)
A. 名人类						
理想化—浪漫化—绝对化名人	106	34.3%	48	12.2%	53	12.2%
现实化—理性化—相对化名人	104	33.7%	294	74.4%	305	70.4%
B. 非名人类						
家人	66	21.4%	36	9.1%	44	10.2%
同学/朋友	17	5.5%	7	1.8%	17	3.9%
不清楚	16	5.2%	10	2.5%	14	3.2%

注:(1)百分比按照所有被提名偶像人物之总数计算;(2)家人包括父母、兄弟姐妹及其他亲戚。

香港青少年偶像崇拜的一个特点是强调偶像明星的流行性特点,这通常包括青春貌美、个性突出、充满活力、相当富有、多才多艺且反叛性等特点。这导致了香港青少年对其偶像的欣赏多定位

在其表面形象上,而缺乏对其内涵的深刻认同。黄成荣及马勤指出^①,香港的年轻人在选择流行歌曲时倾向收听爱情歌曲,对歌曲的内容及质量要求比年长人士为低,他们要的是引起共鸣的感觉。由此可见,这些情况亦造成了香港青少年偶像崇拜之重浪漫幻想的现象。

香港青少年偶像崇拜的另一特点是朋辈的巨大影响力。其实,朋辈影响是肯定自我身份及建立人生价值观的重要过程,对偶像明星的认同和追逐更可以是朋辈交往的一个重要手段。由于香港人生活在一个非常密集的社会环境中,大部分青少年都在相同的商品广告或传媒信息下成长,在日常的交谈中彼此都无可避免地会讨论歌星和明星等内容。由此可见,年轻人要想在朋辈或社群中立足,对偶像明星的崇拜似是不可避免的。再者,香港歌迷会/影迷会的组织性和活动能力之强堪称世界之首,此等组织既可以让他们有机会接触其崇拜的偶像,也可提供机会让他们互相认同,就是这些组织间接促进了香港的偶像崇拜文化。

反观内地的青少年偶像崇拜,直至目前,许多人的选择是超越明星商品的角度去认同偶像人物,从人格和气质性特征出发,而非只着重其流行性特征;特别是对某些政界名人和科技界名人的认同,这些人身上几乎完全没有流行性特征。这也有助于青少年在

① 黄成荣、马勤:《香港市民收听中文流行曲问卷调查报告》,香港城市大学应用社会科学系,1997年。

深层面上认同偶像人物的特征。不过值得一提的是,流行性特征其实也反映着社会的信息开放程度。

此外,由于内地的社会发展起步比香港晚,人口亦不像香港般密集,青少年偶像选择的朋辈影响力则远逊于香港青少年,而且其歌迷会/影迷会的组织性和活动能力也远逊于香港的青少年,内地青少年偶像崇拜文化便有所不同。

综上所述,香港与内地青少年偶像选择的差异是多种文化和社会因素作用的结果。整体而言,香港青少年的偶像选择相对商业化和物质化,内地青少年偶像选择则相对多元化和政治化;香港青少年的偶像崇拜相对情绪化和绝对化,内地青少年的偶像崇拜则相对理性化和功利化;香港青少年的偶像崇拜明显偏重明星崇拜的模式,内地青少年偶像崇拜则偏向于杰出人物崇拜的模式。

偶像崇拜 18 水土不服的易中天

今年夏天在内地掀起的“易中天热”终于在9月中旬刮到了香港。易中天的《品三国》由香港三联书店推出了繁体字版,不仅加厚了页码、增添了插图,而且在书的扉页上用粗体字着重凸显出他目前在内地如何火爆,作品如何畅销。香港颇具公信力和影响力的《明报》也专辟一版为这本书做宣传,节选了书中部分段落以让香港读者管窥,共同期许着又一个版税神话在香港的诞生。

然而,易中天是谁?这个名字倒像是算卦占卜的风水先生!

整个香港都不认识他,整个香港都在问,询问一番,原来是位内地的大学教授。图书销售排行榜的前10位,依然高高挂着诸如《步上一亿元财富之道》等投资指南类图书。

在这座将近700万人口的都市里,遍布着70家公共图书馆(尚不包括八大院校的图书馆),意即不到10万香港人就有一家图书馆。即便是一些远离繁华地区的地方,人们也都拥有读书、借书的地方。但根据香港康乐文化事务署的统计,平均每个香港人每季度借书只有4.7本,而同期台湾一次“全民阅读活动大调查”则显示,平均每个台湾人每季度看8.4本书,阅读量几乎是香港借阅量的两倍。

许纪霖曾经在为《明报》开设的《只眼观港》专栏中,评价香港人在精神层面上很“香港”。虽然香港与世界的联系丝丝相扣,但香港人好像是偏僻山庄里的一群村民,更关心的还是自己眼皮底下的那一寸土——惟有自己的房子,才是最实在的,少了一点国际大都市本该具有的全球意识,更何况,崛起的中国大陆正愈发成为全球聚焦的热点。放眼至如今的香港,有只认洋文、拒绝中文的上流英语文化,也有只懂粤语、不识国文的底层岭南文化,独缺的,就是精英的中文文化,而且越来越缺。取而代之的,就是香港标志性的即食文化:什么都讲究过程上的快捷、结果上的务实。社会奉行经济挂帅,“博股通金”被尊为成功指标。至于阅读,或者成为赚取下一桶金的利器,或者成为放松情绪、

调节压力的镇静剂。就连大学教授,茶余饭后的谈资照例是买楼、马经或股票。所以可以预见,无论易中天品什么,在香港市场上,都只能被束之高阁。

来源:严飞:《橘生香港的无奈》,《凤凰周刊》,

2006 年第 235 期

偶像探视 30 超女迷不住香港人

香港媒体报道,上星期的“超级女声香港演唱会”票房惨淡,上座率仅五成,场内大半是空的,香港演唱会之父张耀荣接完“超女”演唱会后,就申请破产了。

“超级女声香港演唱会”1月2日、3日两晚在香港伊丽莎白体育馆举行。这个体育馆总共只有3000多个座位,而舞台布置还征用了部分座位。此次“超女”演唱会走出内地,杀进香港,无疑是对“超女”人气和市场价值的最好体现和检阅。不料票房惨淡,结果上座率仅五成,场内大半是空的,当中观众九成都是内地追随来港的歌迷。主办单位人员目睹惨淡场面,也不禁摇头叹息。“超级女声香港演唱会”门票价格计有580元、520元、400元及200元4种,演唱会只有一半的上座率,可能与门票太贵有关。

这次的香港演唱会共有 Reborn、阳蕾、厉娜、许飞、谭维维、韩真真、尚雯婕、唐笑、艾梦萌等数名本届超女参加。两位冠军李宇春、尚雯婕在推出新作的同时,不约而同地选择了一股怀旧

风。压轴出场的李宇春,连续两场都演唱了 3 首歌曲,是所有“超女”中演唱曲目最多的,也显出李宇春在三届超女中的“老大”地位。和尚雯婕的怀旧相比,李宇春除了演唱自己专辑中的《皇后与梦想》等歌曲外,还翻唱了张国荣的经典名曲《红》,以及在上海演唱会上大受好评的《北京一夜》。而在最后,李宇春挑战迈克尔·杰克逊的《Black & White》,可惜英文咬字不清,令人听不明白。散场时,大部分观众没有等待演员返场已急不可待离开,鼓手见歌迷离座,即击鼓挽留。

在香港举行的这两场“超女”演唱会,是由“香港演唱会之父”张耀荣承办。张耀荣以建筑起家,1984 年成立耀荣娱乐,包办一代红星如张国荣、梅艳芳等的演唱会。高峰期持有上 OA 公司耀荣明泰,股值逾 3.4 亿港元。不过,在金融风暴后,张耀荣的建筑生意一落千丈。2002 年耀荣明泰被指欠债 8 亿元,更被除牌。近年来演唱会生意又遭他人瓜分,身价大跌,2004 年耀荣娱乐遭谭咏麟和张国忠的艺能娱乐公司追讨 82 万元欠款。在“超女香港演唱会”举办不到一周的时间内,张耀荣即遭遇债主追债,不得已申请破产。

来源:网易娱乐 2007 年 1 月 4 日

点评:

橘生淮南为橘,生于淮北为枳。偶像崇拜虽然在世界各地皆十分普遍,具有共性,但是在不同地区所表示出的地区特征又

体现出偶像崇拜的差异性,这种差异性是由于不同地区的社会、政治、经济和文化形态所形塑。香港和内地虽然同为华人世界,但由于社会政治制度和发展形态的差异,从而决定了两地青少年在偶像选择和品位上的差别。

岳博士论青少年偶像崇拜

- ❖ 偶像崇拜,真可谓“地无分南北,人无分老幼”。
- ❖ 青春需要偶像。偶像是可以亲切交流的朋友,而不是顶礼膜拜的对象;偶像是心灵深处的“启明灯”,而不是统治青春梦想的“独裁者”。
- ❖ 偶像崇拜是青少年在个体成长过程中的一个阶段性行为,也是青少年走向成年的一种过渡性行为。
- ❖ 偶像崇拜本质上反映了青少年自我确认中对理想人物的社会认同和情感依恋,是其特定年龄阶段心理发展的“附属品”。
- ❖ 青少年的自我成长需要遥亲感,以弥补即亲感的不足。
- ❖ 普塞克代表着一种美的精神和追求。对普塞克的追逐代表了人对美好境界的向往,充满理想、幻想和自我安慰似的联想,也充满了主人公的神秘感、童真感、神助性等成分。
- ❖ 从性别比例来看,女生比男生具有更高比例的偶像崇拜现象,对崇拜的偶像更为痴迷,也更容易对所崇拜的偶像产生浪漫式依恋、高明星消费、低自我信念、虚荣满足以及自我迷茫的

行为及心理特点。

- ✧ 在偶像性别选择上,男性偶像较女性偶像更受青少年的喜爱。男生选择同性偶像的比例,均高过女生选择同性偶像的比例;女生选择异性偶像的比例,均高过男生选择异性偶像的比例。
- ✧ 在偶像类型选择上,女生更倾向欣赏明星偶像,男生更倾向欣赏杰出人物偶像。
- ✧ 香港与内地青少年在偶像选择特点上具有单一化与多元化、商业化与政治化、传媒主导与教育主导的三种对立性差异;在偶像崇拜方式上则存在着明星崇拜与杰出人物崇拜的对立性差异。

第四章

什么是积极的偶像崇拜

什么是积极的青少年偶像崇拜——

积极的青少年偶像崇拜就是化偶像为榜样,批判性接受,多元化认同。

题 记

“我们把某个人奉为偶像,不只因为钦佩及希望效仿他(她)的某些优秀意志品质,更主要的是把偶像作为自己的一种具体可感的人生选择和生活指引。”

“我所理解的偶像,应该是具有一定人格和精神魅力的,是要能够担当一定的社会责任的。偶像不是那么好当的。也就是说,偶像是有一定级别和分量的。”

“偶像,大概更是一种精神上的东西,内在或外在的有一些相似的东西,可以去学习,能起到精神鼓舞作用的。”

这是三位北京大学生在接受《中国大学生就业》杂志“大学生偶像崇拜状况”调查时所阐述的对偶像崇拜的认识,也能代表相当一部分青少年的想法。

31. 青少年偶像崇拜的积极影响

青少年偶像崇拜的内容是什么?有学者研究发现^①,中学生

^① 雷开春、孙洪彬:《关于青少年榜样教育与偶像崇拜的心理调查与思考》,《青年研究》,2000年第5期,30—35页。

崇拜偶像主要是由于他们认为偶像身上有许多优秀品质,比如,美丽、热情、进取、能力、自信、爱国、无私奉献、敬业等。许多问卷调查也表明青少年偶像崇拜主要集中在以下几个方面:

■ 外表形象

■ 个性魅力

■ 个人成就

■ 优秀品质

可见,青少年的偶像崇拜并非完全的追求时尚和享乐,而是具有一定的独立自主性和积极倾向。在1999年,由成都大藏文化有限公司组织,在西南地区发行量最大的《都市报》刊登了征稿启事,征集青少年对他们所崇拜明星们的倾诉^①。在一个月內,他们收到了3000多封信。从这3000多封来信看,稿件的内容都是健康、积极向上的,没有一篇是消极而沉沦的。许多来信都诉说了明星给了他们克服困难的勇气和毅力,给了他们人生努力的方向。比如说,一位女同学写道,在她高考前缺乏信心的时候,是张信哲的歌给了她力量,伴她步入了大学的校门;一位男同学在生活中遇到挫折时,是乔丹的永不言败的意志让他重新获得了生活的勇气;更有一位中学生把黄家驹的《不再犹豫》作为他的奋斗歌。这些鲜活的来信都表明,青少年喜爱歌星往往是因为偶像们的歌声与他们产生了情感共鸣,如张信哲;他们喜爱球星

^① 大藏主编:《心有星星结》,中国民族摄影艺术出版社,1999年版。

大多是由于球星们的奋斗拼搏精神鼓舞了他们,如乔丹;他们喜爱主持人更多的是源于主持人优秀的品行感染了他们,如倪萍;他们喜爱影星恰恰是影星所塑造的艺术形象被他们所欣赏,如李连杰。他们的追星都是有方向而非盲目的,他们的“星结”也是乐观而有益的。

到了2004年,在由团中央举办的“我心目中的中华青春偶像”评选活动中,中国载人航天飞船首飞航天员杨利伟,亚洲第一位NBA状元秀姚明,凤凰卫视著名节目主持人吴小莉,网易公司创始人、2003年“中国百富榜”首富丁磊,著名乒乓球运动员邓亚萍等五位青春偶像,以最高票数当选为青少年最喜爱的青年时代人物。

杨利伟以绝对的优势被评为“我心目中的中华青春偶像”第一人,因为“他完成了13亿中国人飞天的梦想”;篮球明星姚明也榜上有名,理由是:“他改变了世界看中国人的高度”;吴小莉则因为“传播文化的东方女性”而当选;丁磊是“知识创造价值的英雄”,被无数大学生视为偶像。而原来演艺界呼声很高的刘德华、张曼玉、梁朝伟等明星皆悉数落选,原因是缺乏公信力。

而在2006年由《中国大学生就业》杂志对当代大学生偶像崇拜状况调查中显示^①,最能为教育工作者提供参考的是“偶像在哪

① 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,15—17页。

些时刻对你有积极作用”的问题。有 50% 的学生选择“遇到挫折时”, 27% 选择“自我审视时”, 16% 选择“考虑职业发展时”, 7% 选择“学习时”, 11% 选择“其他”。这说明偶像是大学生们遇到挫折时的巨大动力。

偶像崇拜在青少年成长中所扮演的积极作用, 主要体现在以下几个方面:

首先, 正确的偶像崇拜对青少年自我价值感的成长有着重要塑造意义。

自我价值感是个体在对自己价值的判断、评价基础上形成对自己的态度与情感。自我价值感往往以“积极的或消极的”、“赞成的或不赞成”的二择一的形式表现^①; 对自己基本持积极和肯定态度的, 一般具有较高水平的自我价值感; 对自己基本持消极和否定态度的, 一般具有较低水平的自我价值感。

国内有学者对天津市两所学校的初一至高二 233 名中学生偶像崇拜与自我评价关系的研究表明^②, 中学生的偶像崇拜可以分为感性型崇拜者、中间型崇拜者和理性型崇拜者三种。其中, 感性型崇拜者的学习成绩和与同学的相处交往能力都表现一般, 在对偶像的认知、情感、行为表现等崇拜结构上理性程度最低, 但对自

① 梁旗:《初中学生偶像崇拜与自我价值感、学业成绩关系的研究》, 东北师范大学硕士学位论文。

② 李强、韩丁:《中学生偶像崇拜特征及其与自我评价关系研究》,《心理发展与教育》, 2004 年第 3 期, 23—26 页。

我的评价明显优于中间型崇拜者；中间型崇拜者在偶像崇拜中否定自己的程度最甚，对自己的评价也最低，这种态度对于青少年的成长最为消极和不利；理性型崇拜者在偶像崇拜和自我评价的态度上最为积极。这类青少年学习努力，能较好地和其他同学相处，在交往过程中也不会特意地追求主导地位。

另外，有学者从对北京 428 名中学生偶像崇拜与自我概念的关系研究中也发现^①，中学生选择偶像并不完全是以盲目性为主导，而是具有一定的积极性和自觉性。很多被调查的中学生均认为偶像是学习的榜样，偶像的良好品质能在精神上给予自己极大的支持。当受到挫折时，可以从偶像身上找寻到前进的动力，从而改正自己的不足。虽然在研究中没有直接地证明偶像崇拜行为是促进学业还是干扰学业，但他们的研究发现，有偶像的女生数学成绩显著低于没有偶像的女生，崇拜“杰出人士”的男生语文成绩显著高于崇拜“歌星影星”的男生。

其次，正确的偶像崇拜对青少年的人际交往，特别是朋辈之间的相处和交融有着重要的促进作用。

国内学者^{②③}通过各自研究证实，有偶像的中学生在同性关

① 姚计海、申继亮、张彩云：《中学生偶像崇拜与学业自我概念、学业成绩的关系研究》，《应用心理学》2003 年第 9 期，18—23 页。

② 姚计海、申继亮：《中学生偶像崇拜与自我概念的关系研究》，《心理科学》，2004 年第 1 期，55—58 页。

③ 梁旗：《初中学生偶像崇拜与自我价值感、学业成绩关系的研究》，东北师范大学硕士学位论文，2005 年。

系、异性关系的融洽度上显著高于没有偶像的中学生,说明中学生的偶像崇拜行为对其自我概念的发展,尤其是建立良好的同性、异性关系具有重要意义。有偶像崇拜的中学生更加倾向于对同伴关系和非学业方面的表现做出积极的自我认识与评价。

香港学者通过对是否参加影迷歌迷俱乐部的学生进行对比研究后发现^①,那些经常参加俱乐部活动的学生可以受益于群体之间的互相交流,从而会帮助他们形成相对稳定的同伴关系、地位尊重和价值参照,进而有助于提升他们的自我确认和评价。

英国的一项研究亦表明^②,对名人的崇拜在这其中发挥着重要作用。研究人员在调查了 191 名 11 至 16 岁的在校青少年后认为,那些十几岁的追星族,通常能把他们的情绪调节得很好并且拥有较好人缘。大约 30% 的青少年因为对名人的共同兴趣而乐于彼此交谈,对所喜爱的人物评头品足,他们的社交时间大多花在这上面。这些孩子除了拥有特别牢固且亲密的朋友圈外,同父母的关系也保持在一种健康的情感距离之内。

再次,正确的偶像崇拜对青少年人生奋斗目标和奋斗动力,有着一定激励作用。

我们崇拜偶像,不单指某人已经是别人的偶像了才值得崇拜,更值得崇拜的是,他如何成为别人的偶像的。这种成功的因素

① Cheng, S. T. (1997). Psychological determinants of idolatry in adolescents, *Adolescence*, 32(127), 687—692.

② 引自一可:《“追星”有益青少年成长》,《家庭科技》,2004 第 12 期,34 页。

能够为崇拜偶像的青少年指明前进的方向和目标。几乎每一个青少年都渴望成功,渴望成为引人注目的人物。他们崇拜明星,追随明星,在明星的成功中发现自己潜藏的素质,逐渐加深对社会对自我的认识。对偶像成功因素的认同,能够激发青少年自我成长的动力,辅助他们尽快地发现自己,尽快成材。

有研究在对长沙市 600 名中学生的调查中发现^①,认为应该模仿和效仿偶像内在品质的学生占 27.50%,虽然小于认为应该模仿偶像外表的比例(39.90%),但是在访谈中部分学生也表示:

每当我遇到困难或挫折的时候,只要想起自己崇拜的偶像,我就对自己很有信心。有一段时间,我感到学习很烦恼,真的不想再学了,但是我一想到他通过努力所取得的成功,就逼自己认真地学。我总是对自己说我一定做得像他一样好。

让我们这些原本不相识的朋友在网上结识,为共同的人、目标而努力,与其说是一场战斗,不如说是实现梦想,将自己本来无法完成的梦想交给了偶像,觉得只要他们实现了梦想,就等于我们实现了一样快乐与真实……我想每天快乐多一点,我会支持我心爱的偶像到永远,大家一起努力,实现我们的梦想。

① 黄创:《当代青少年偶像崇拜与教育对策研究》,中央民族大学硕士学位论文,2004 年。

偶像探视 31 做粉丝使人变得积极向上

“非飞是我的网名,就是‘非支持许飞不可’的意思,就是单凭我这个网名,大家也会选我做会长的哦!”

凡是湖南的“飞碟”,恐怕没有一个不认识非飞的。非飞本姓葛,湖南益阳人氏,是全国“飞碟歌迷会”长沙分会的会长。

“你是什么时候开始担任这个会长的?”记者问。

“自从许飞在今年的‘超女’长沙赛区出现后,我们这些歌迷认定她会走得很远的,就开始筹备‘飞碟歌迷会’。我是长沙地区的发起人,算是元老级的人了,自然也就是会长啦!我其实在去年的时候是张靓颖的歌迷,也就是‘凉粉’。今年,许飞出现后,我觉得她和张靓颖有很多相似的地方,特别是在个人气质方面,她们简直就是一个人。”

“那你现在还是不是‘凉粉’?”

“应该不是了,但是,只要有关于张靓颖的新闻我都非常关注,只要是她出的专辑我就会去买。”

22岁的非飞今年毕业于长沙理工大学通信专业,现在在长沙一家计算机城工作。“去年我只是一名比较活跃的‘凉粉’,但是,通过做‘凉粉’我还是学到了许多东西,可以这样说,如果没有‘凉粉’的经历,今年就成不了这个会长!”

“你当会长具体要做些什么事情?”

“事情可多了。在全国‘飞碟歌迷会’中,长沙分会的会长是

最忙的,总决赛在长沙举行,全国各地分会的会员代表要来长沙看演出,我这个会长就得负责他们的食宿安排。还有就是,由我分发进现场看演出的票,安排谁上台献花和举标语……反正,这些事情说来容易,但做起来还是挺复杂的。”

“会不会因为这些影响你的工作?”

“不会的,相反,我还会因为这些去要求自己更好地去工作。您想想,如果我们这些‘粉丝’们没有好的经济条件就不可能去做个好的‘粉丝’。自从我成为‘粉丝’后,无论过去的学习还是现在的工作都像是换了个人样,我觉得做‘粉丝’完全可以改变一个人,使人变得积极、向上……”

“假设你因为工作或其他事情与‘粉丝’事务冲突,那你怎么办?”

“我不会因为自己是‘粉丝’而影响工作的,如果我抽不开身的话,自然会有人顶上去的。”

摘自《长沙晚报》2006年9月3日

点评:

偶像,是人生自我耸立的一面旗帜,是肃然起敬的一种冲动,也是人生旅程中不可多得的一片绚丽美景。偶像的崇拜,表达着人们纯真的心迹,是精神渴求理解的呐喊;是生命与生命交感时的自信低语。此外,偶像自身获得成功时付出的努力能为崇拜偶像的孩子们指明前进的方向和目标。

32. 最能体现青少年偶像崇拜积极性的案例

对偶像的崇拜可不可以给青少年带来积极健康向上的自我人生发展动力呢？我们认为，是完全可以的。这里有太多因为偶像崇拜而奋发向上的青春故事，他们或者因为偶像的奋斗故事而感动，或者为偶像参与慈善事业而一同付出，再或者以偶像为目标，以超越偶像为人生前进的动力，从而让自己的人生丰富多彩。

一个青春偶像既可以成为青少年崇拜及情感的依附，也可以成为青少年自我成长及激励的榜样，偶像崇拜可被视为青少年人格成长道路中一个自然的环节，对杰出偶像的人格魅力以及事业成功等方面的认同，将会帮助青少年在学习和效仿中，降低虚荣欲望和不切实际的浪漫幻想。

事例 1：面对追星，清醒永远比狂热更重要^①

中央电视台 2005 年春节联欢晚会上，出现了令所有人屏息凝视的一幕——敦煌彩塑中的千手观音。人们牢牢记住了 21 个创造

^① 摘编自卢勤：《告诉世界，我能行！》，中国少年儿童出版社，2005 年版。

惊人之美的聋哑演员,尤其是秀美沉静的第一尊观音——邵丽华。

邵丽华出生在湖北宜昌,两岁时因高烧而聋哑。7岁那年,邵丽华走进了聋哑学校。在这里,一堂律动课改变了她的一生。那天,老师踏响了木板上的象脚鼓,把震动传给站在地板上的学生,让他们知道什么是节奏。邵丽华全身匍匐在地板上,她指着自己的胸口“告诉”老师:“我喜欢!”邵丽华突然发现,有一种语言是属于她的,那就是节奏。

15岁时,邵丽华正式学习舞蹈,十分崇拜舞蹈家杨丽萍并酷爱她跳的《雀之灵》。一天,她练舞的情形被著名编导张继钢先生看见了,非常感动,便打电话给著名舞蹈家杨丽萍,说有一个聋哑姑娘,特别喜欢她的孔雀舞,请她看一看。杨丽萍当时说:“看看可以,但我不会教她跳的。”来到艺术团,邵丽华给杨丽萍跳了一遍《雀之灵》。杨丽萍惊讶地说:“假如把我的耳朵捂住,我无法想象自己能够完成《雀之灵》。”杨丽萍当即脱掉鞋子,全身心地指点起邵丽华跳《雀之灵》的每一个动作。

执著加上天赋,使邵丽华很快脱颖而出。她经常随中国残疾人艺术团出国演出,多次获得各种奖项。她和伙伴合作的《千手观音》在雅典残奥委会上震惊了世界,随后又来到了春节联欢晚会的舞台上。

同样是靓女,同样在追星,为什么追逐张国荣的女孩变成了冤魂,而崇拜杨丽萍的女孩却成为舞台上耀眼的明星?

这里蕴含着两层不一样:一是追星的目的不一样:前者是痴

迷,并因此盲目地迷失自我。后者也是痴迷,却清醒地成就自我;二是追求的内容不一样。前者追发型、衣着、星座,而忘记了根本——明星的成功之道;后者追品德、艺术、成就,最终业精于求,学艺到手。

偶像崇拜 19 :青春偶像的力量

青春偶像的力量是一种潜在的力量,它的力与美不在偶像本身,而在于这偶像对于青春的作用,它像一面镜子,照出了平凡世界里涌动着的激情。

在这个炎热的夏季,“青春偶像”成为网络上流行的一个主题。寻找、向往、或者呼喊,热火朝天的气氛,并不只是漂浮于时光的水面,它的热度在我们的内心聚集。也许只是片刻之后,这个词语连同生命的激情和梦想,就像成熟的果实,在生命的枝头悬挂着了。于是,我们忍不住的激动了,沉醉于从内心深处散发出来的香甜气息。

青春偶像,是寂寥夜空上的星斗,指引着心灵的方向。青春偶像,是从儿时的美梦中开始闪烁的灯塔,是温暖的火焰,那光明的来路以及火焰的温度,是灵魂的养料,是孤单生命对抗现实的勇气。

世界上众多的知名人物,之所以成就了一番伟业,超越了平庸,都是由于他们心中有一个偶像,那偶像也许遥远,也许已经成为死亡的历史。可是它的力量却在世间继续着,它通过心灵的感知和传递,从遥远到达了眼前,从彼岸抵达了此岸。

青春偶像是理想的参照物,是人们内心渴望的现实支点,是我们心中的“神”。它在诞生的那一刻开始,就给我们的心灵下达了指令:热爱我,追赶我,超越我!

假如你去追究,你会发现,这指令的魔力令人吃惊。你会发现,人类的伟大就在于,他善于从偶像的身上,学习借鉴,激励超越。从某种意义上说,人类的进化,人类的文明的进程与偶像的力量也不无关系。当第一只猿猴学会了制造工具,他于是成为了其他猿猴心目中的偶像;当第一个原始人开始懂得羞耻,用兽皮和树叶遮住赤裸的身体的时候,他又成为了所有原始人的偶像。人类正是在对一个个偶像的学习、超越中,从原始森林走到了城市,从一丝不挂走到了衣冠楚楚,从野蛮无知走到了知识渊博。

有这样一个传说,魔鬼和天使原本是两个人的名字,而且他们是孪生兄弟。可是后来,魔鬼和天使长大了,选择了不同的偶像。魔鬼的偶像是撒旦,天使的偶像是上帝。再后来,魔鬼就真的变成了魔鬼,成为了邪恶的象征。而天使则成为了光明、圣洁的象征——可见,在青年时期,在我们的心中树立一个怎样的偶像,是一个不容忽视的问题。它甚至可以影响到我们一生的命运。

学秦皇汉武,一统天下;学王祥虞舜,孝感动天;学毒蛇猛兽,荼毒生灵;学闲云野鹤,逍遥人生……偶像的力量,在人们的

心里发芽,然后在世界上长成野草、荆棘、花卉、或者森林。古语有云:“择善而从之”。可见古人对于偶像的树立已经学会了辩证思考,那么我们呢,是否也应该慎重地思考一下,我们究竟应该选择谁,作为我们心目中的偶像?

信仰并不意味着相信,只意味着愿意相信。偶像也是这样。当你在心中确立了一个偶像以后,他的生命就会在你这里继续,他的力量就会在你的血液里奔跑——你听,你听,那偶像花开的声音,多么美妙的声音——假如你有一个善于倾听的耳朵,一个善于思考的心灵,你会在这动听的声音里,听见你一生的命运……

摘自胡凡:《青春偶像的力量》,南方网,2004年8月31日。

事例2:一个玉米的标准样本:为了春春而上进^①

白二少(网名),女,广州人。2005年9月4日于天涯论坛的娱乐八卦版中发表帖子《(乱盘超女:特辑之一)李宇春PK话筒架》后,在“玉米地”中一举成名。该帖引来5144条回帖和83445次的点击率,并被转载到全国各大网络论坛,至今仍被奉为玉米帖中的经典文字。她在接受《新世纪周刊》2006年第30期访问时,道出了她自己作为一个“玉米”的感人故事:

^① 摘编自《新世纪周刊》,2006年第30期。

可以这么说,如果当时没有看到春春(粉丝对于李宇春的呢称),我不会一直看超女,可能瞟几眼就算了。我父亲是体育教练,我从小一直跟着他看体育比赛,长大之后也会看看国际新闻和经济新闻,但对娱乐新闻从来都不关心。

2005 年夏天,因为超级女声实在是太火了,于是我就准备看看到底是怎么回事——在此之前,我连李宇春的名字都没有听说过。看的第一场是全国总决赛的 10 强入围赛,看了几眼后,觉得节目不过如此,便准备换频道。可就在这时,春春出现在舞台上。她把电影《东成西就》中的插曲改成了为其他选手加油的歌,歌词非常好玩。当时念头就是:这女生怎么这么搞笑,挺让人喜欢的。同时春春在台上特别放松,特别自然,有着青春少年的放肆和可爱,所以我一下子就被吸引住了。最关键在于,她笑起来挺坏的,特别像一个顽皮小孩。我小时候上树掏鸟窝、追得小男生逃进厕所这种事情没少干,我这个从小就调皮的人,看人坏笑一眼就认出了同类。

第二周周末同一时间,我守住了湖南卫视。这天,春春穿着黑色肩带小背心和白色长裤,清唱了一首《我的心里只有你没有他》,非常漂亮。在后来的赛区冠军“友情帮帮唱”的环节中,她淡定地把手伸给同伴——就是这绅士般的一伸手,把我彻底镇住了,太有范儿了,一个女生怎么能既漂亮又帅成那样!

就这样,我由一个从不看综艺节目的人,变成了 2005 年超级女声的忠实观众;我以前喜欢 NBA 球队的艾弗森、詹姆斯,现在

多了一个歌手李宇春；只热衷于体育新闻的我，开始看湖南电视台的娱乐新闻。总决赛结束以后，我为内地终于出了可以和港、台地区及日韩抗衡的超级偶像而高兴，满心的赞叹和欣赏不吐不快。于是，花了一个星期的时间，我很自然地就写了《李宇春 PK 话筒架》的帖子。

不过，比赛期间我从来没有参加过任何上街拉票的活动，也没有去游说别人给春春投票。因为那时只是把春春当作一个难得的偶像和实力兼备的歌手来喜欢和欣赏。

对春春的感情发生质的变化，是在 2006 年湖南电视台跨年演唱会上。那天春春唱了好几首歌，印象最深的是《Thank You》。唱歌前，她说了一些感谢歌迷的话，让大家要爱护家人、爱护自己。然后跑到台边把外套扔下，自己把话筒扛到舞台中央，一个人站在舞台上，看着下面的歌迷，含着眼泪唱起了《Thank You》。当时的她虽然穿得特别简单，却让我感觉美好得不像是真的。在春春温暖体贴的歌唱中，有一种感动猝不及防地包围了我。

看着她，心里有些酸酸的，觉得这个“小孩”太过于单纯了。这种性格在复杂的娱乐圈里，恐怕会令她的路走得有些艰难。那个时候，我突然意识到，她在我的心中，已经从一个歌手变成了自己家的小孩儿，会为她担心，想要保护她。

为了春春而上进

从决赛到现在，已经一年了，无论是我对春春的感情，还是我自己的状态，都发生了相当大的改变。原先就是投个票，现在要去

看她的个唱现场,原先是正常范围的喜欢,现在她是我家小孩儿,原先该干吗干吗,现在打算多赚点钱往职业精英发展。

我这个人一向很懒散,可是现在上进多了,因为看演唱会要花钱,花了的钱得赚回来。从前我不愿意加班,现在加班我就会考虑了。毕竟不是小孩子了,虽然演唱会花费并不是太大,但我得做到收支平衡,对自己交待得过去。

另外,春春是“小天使基金”的代言人,也积极参加公益事业,很多“玉米”跟随她的脚步,有捐款的,有无偿献血的。国庆节期间我也跑去无偿献了血,倒不全是因为她,也是借着机会了了一直想要无偿献血的愿望,算是送给自己的一份礼物。献血有益身体健康,人人都献出一份关爱,世界会更加美好。

其实,我这个人挺自我的,并不在乎别人理解不理解我,也不在乎别人的看法。我一直认为自己得到的比付出的要多,这一年多来做的一切都挺值得的,也过得很高兴。这个世界上,找到自己喜欢的事、喜欢的人不容易,感情是用钱买不到的,千金都难买我愿意。

事例 3:追星族追出一个春蕾班^①

看到“言承旭春蕾班”六个字挂在乡村小学教室门口,你有什么感觉?而这只是“全球最爱言承旭家族”这个粉丝团体送给言

^① 摘编自《大学时代》,2005 年第 12 期,《粉丝:在深情与狂热之间》。

承旭的礼物之一。他们还于 2003 年 9 月捐款 5 万元,参加了重庆市妇联组织的“春蕾计划”,以偶像的名义帮助失学辍学女童完成求学的梦想。

同年,甘肃兰州市大砂沟有 200 多亩土地被命名为“言承旭希望林”。从发起的那刻开始,一个月内“家族”就收到了旭迷近 5 万元捐款。他们还亲手带回了一捧泥土送给言承旭。



全国唯一以明星命名的爱心春蕾班

事情缘起于 2003 年 1 月 1 日,“全球最爱言承旭家族”和“言承旭港湾”两大粉丝团体共同捐款在台湾的《大成报》花了 11 万元台币买下半个头版,为言承旭的生日登广告,没想到言承旭却通过

经纪人告诉粉丝,不希望他们花太多钱在这上面,不如去帮助那些需要帮助的人。于是一个口号就此印在了所有的言承旭的粉丝心里,“最爱言承旭,把爱传出去。”于是,言承旭的粉丝们将原本要用来买给言承旭礼物的金钱,集资在重庆成立了这个“春蕾班”,用言承旭的名义,让更多失学的孩子回到学习的道路上。现在,这个口号已经成了“家族”的座右铭,目前全国以明星命名的春蕾班仅言承旭一人。

2006年6月,言承旭春蕾班第一届学生举行毕业典礼。这50位原本失学的孩童取得毕业,言承旭除了鼓励他们要继续加油之外,更再度捐出25万台币,在内蒙古成立第二届的“春蕾班”,期望帮助更多失学的孩子。

偶像探视 32 为那英的坚强喝彩

这是一位高一学生为自己偶像那英倾诉心结的信,在信里她为那英的坚强而感动,而喝彩。

“初次在银屏上见到那英,便被她那浑圆而又略带几分粗犷的嗓音吸引住了,但更吸引我注意的是那英骨子里透出的那份坚强。

那英虽没有让人一见就令人怜爱的甜样,也没有让人一听就觉得骨头都酥了的嗓音,但她却以其独有的气质和深厚的艺术功底赢得千千万万观众的喜爱,成为一个真正的实力派歌手。

那英之所以能有今天,就是因为她有着“天塌下来也不怕”

的坚强。记得我在报纸上读到这样两则故事：一次那英在一个有水池的舞台上演出，一不留神，踩进了水池，当时观众们一片寂静，那英穿着湿的鞋袜依然继续演唱，此时台下已是掌声雷动。还有一次是在一个体育场举办的大型晚会上，那英站在行驶的汽车上唱歌，突然连人带车翻进了沙坑，而满身是沙的那英站起来继续演唱，顿时全场响起了一片喝彩，这是为了那英的执著与独有的坚强而欢呼。与其说那英接二连三受天公捉弄，不如说是她凭着一份坚强，凭着对观众的热情换来了歌迷的敬佩。

坚强的那英能够面对一切困难，去征服它们。这，就是那英，一个坚强自信的人，一个充满希望与热情的人。与其说喜爱那英是因为她的歌，倒不如说是因为佩服她的坚强。”

来源：大藏主编：《心有星星结》，中国民族摄影艺术出版社，

1992 年版，89—90 页

点评：

不管青少年所崇拜的偶像是明星、政治领袖、英雄模范、科学家，还是艺术家，每个被崇拜的对象都代表了青少年们的一种特殊的心理和情感发展需要，每一项崇拜行为都可以给他们的生活带来快乐，丰富和充实他们的精神生活。因此，偶像崇拜具有激励、调节和赋予情感依托的积极效应。

33. 青少年偶像崇拜的消极影响

由于青少年思想意识、思维方式处于不稳定、不成熟的状态,他们崇拜对象的选择往往片面、盲目,会表现为一种短视心理、猎奇心理和虚荣心理。因此,在偶像崇拜的过程中,如果失去了自我,达到狂热甚至走火入魔的地步,就会产生较大的负面影响。

比如,《中国妇女报》曾经报道过,北京 25 中一位女同学是个球迷,当她得到心目中的偶像球星高洪波的签名后激动不已。但当被问及她是否知道“全国十佳少年”时,她很明确地告诉记者说不清楚,她说,虽然“十佳”应该是她学习的榜样,然而,球星才是她生活中的真正的偶像^①。

更为严重的,青少年因为疯狂崇拜偶像而产生了許多让人痛心的悲剧:^{②③}

一位女孩因为听了一场摇滚音乐会,便对摇滚歌星有了一种

① 金勇:《榜样与偶像的争夺》,《中国妇女报》,1996 年 5 月 5 日。

② 卢马:《变偶像为榜样——岳晓东博士谈偶像—榜样教育》,《少年儿童研究》,2005 年第 4 期,50—52 页。

③ 孙云晓:《青春期“追星综合征”观察与透视》,《中国青年研究》,2002 年第 6 期,5—7 页。

全新的感觉。她收集所有的歌带,把偶像的照片贴满整个房间。她疯了一样到处赶场,最后放弃所有的一切追随偶像去了。当她被偶像拒绝,被偶像的朋友送回家后说,“完了,我觉得自己的生命随着偶像对自己的拒绝一起消失了”。

2002年,四川夹江县一位13岁的女生在连看八遍《流星花园》后,听说剧中的偶像即将到成都,独自离家出走寻找偶像,迄今下落不明。

2002年,浙江温州一位初中生因为没钱亲眼见到偶像影星赵薇而服毒自尽。

2003年,大连一位16岁的少女在家中自杀,起因只是因为母亲没有给她买偶像张国荣的CD碟。她在日记中写道:“看着他我不知道哭过多少次。我喜欢他,不是因为他长得帅,而是因为他的那种与众不同的性格。他的一举一动一喜一悲都令我心动。”

类似让人心痛的悲剧还在我们身边的日常生活中不断上演。作家卢勤也因此大声呼吁^①,“面对追星,清醒永远比狂热更重要。”

赵雅文、王素云两位学者曾把青少年偶像崇拜出现的负向效应表现总结为如下四个方面^②:

第一是由于过分崇拜明星而成为“追星族”,因而直接参与明星相关的活动,购买明星物品,增加青少年的消费;二是由于过高

① 卢勤:《告诉世界,我能行!》,中国少年儿童出版社,2005年版。

② 赵雅文、王素云:《青少年偶像崇拜及其负向效应的抑制与诱导》,《锦州医学院学报》,2004年第2期,51—53页。

评估明星或他人的价值,理想化其对个人的影响,这样势必会使青少年降低对自我的信念和信心;三是由于过分认同和依恋,易使青少年对其崇拜的偶像想入非非,从而做出不切实际的幻想;四是由于过分抬高明星地位、贬低自我,因而对自我缺乏清醒的认识,沉湎于对偶像热烈的梦幻和疯狂的追逐之中。

在前面,我也详尽地分析过以人物为核心的偶像崇拜之特点,即对偶像人生观、言行举止等直接性模仿,对偶像行为表现和价值观的全盘性接受以及对偶像的沉湎式依恋。

当偶像崇拜以人物为核心时,往往就会极容易地陷入盲目性和狂热性之中,表现出情绪化和极端化的依恋性特征。盲目崇拜,归根结底,通常不是对偶像的盲目,而是对自身不了解的盲目跟从,离开对自己客观的理解与合理的评估,偶像所产生的作用就很容易本末倒置,盲目的崇拜最终会演化为对偶像的一种近乎于宗教般的狂热。

当偶像崇拜以人物为核心时,还容易造成青少年价值观的狭隘和扭曲。一些青少年唯偶像是从,对偶像的价值观不加选择地接受和吸纳,以形成自己对世界的看法。甚至有个别青少年会崇拜诸如希特勒一类的人物,对希特勒从一个小职员成为帝国总理的强权道路颇为认同,而对希特勒给人类带来的罪恶与灾难却全然不顾。这在一定程度上反映了青少年价值观的偏激和冲动,是典型的“暴力崇拜”的代表。

当偶像崇拜以人物为核心时,还容易导致青少年对现实和自

我的不满体验,从而诱使青少年拒绝现实生活,使他们迷恋或向往远离现实的人格形象和生活方式,形成不切实际、好高骛远的心理与行为特点。一些对青少年的调查资料显示^①,依赖偶像作为其道德和人生判断标准的青少年,往往缺乏解决问题的自信,更有可能发生过失行为,也更不喜欢接受正面道德观的教育。

偶像探视 33 孩子欣赏“老大”怎么办

长春市某重点小学校五年级三班的一名学生给同学张浩明起了一个绰号:“溥希墨”。原因是张浩明酷爱读历史书籍,尤其钟情于历史人物。据张同学讲,他对希特勒的意志力,墨索里尼的铁腕强权,溥仪的“以退为进”特别佩服。

许多学生还受到影视作品的影响,对黑社会“老大”、冷酷的“杀手”以及一生都在复仇的“江湖大侠”欣赏有加。有些学生津津乐道电影《这个杀手不太冷》中那个迷人的杀手,香港电影《古惑仔》系列中那个讲义气、敢打敢杀、冷酷到底的郑浩南也成为一些年轻人心中的偶像和模仿的对象。充斥在这类影视作品中的江湖义气、以暴制暴的手段,无形中成为不少花季少年犯罪的催生剂。

来源:新华网,2004年4月16日,《青少年需要“正面偶像”》

① 引自薛晓阳:《青少年偶像崇拜:一个值得关注的教育问题》,《思想·理论·教育》,2005年第1期,33—36页。

点评:

偶像崇拜也会产生超越于现实和自我的情感体验,它排斥现实生活内容,使青少年迷恋或向往远离现实的人格形象和生活方式,形成不切实际、好高骛远的心理与行为特点。同时,依赖偶像作为其道德判断标准的青少年,往往缺乏解决问题的自信,更有可能发生过失行为,也更不喜欢接受正面道德观的教育。

34. 最能体现青少年偶像崇拜消极性的案例

青少年通过偶像崇拜,发展属于这个群体的诸如疯狂、投入等特质。与此同时,偶像崇拜常常削弱了青少年的自我约束,产生超越于社会行为规范的行为方式,诸如冲动、破坏、超脱等行为表现。青少年的偶像崇拜还表现出三个行为特点:冲动性心理活动倾向、超现实的情感体验、过度的行为反应。在偶像崇拜过程中,往往情感成分胜于理智成分,过于激动、兴奋和不由自主的情绪体验不足为怪,超越社会行为准则的行为反应也时常可见,这些都可谓是青少年偶像崇拜中消极性的一面。

事例 1: 女子苦追偶像 12 年, 父亲拟卖肾圆女儿心愿^①

刘德华先生,

亲爱的华仔:

你好! 请在百忙之中尽快见见我们的孩子一面吧, 求你救救她吧!

因为对你的痴迷和追求, 她已经付出了青春的代价。因为她对你的执著、痴迷的追求已经有 12 年了。她从 1994 年起至今, 每天几乎都梦见你, 每天都望着你的画像默默地与你说话。我们女儿最大的心愿就是今生能够见上你一面, 对她来说, 你就是她的惟一。

我们的孩子十分自信地认为她和你一定有缘见面。不仅如此, 她还认为你一定知道她的心, 一定会见她的。如果见不到你, 她会为此付出自己的生命, 作为父母, 我们心疼, 我们揪心, 只有你才能救她一命!

我们的孩子从 1994 年开始就做了关于你的好多梦, 而这些梦的内容后来竟神奇地出现在了你的许多歌词中, 她除了全部学会你唱的歌曲外, 还会模仿你的签名字体, 她说, 你的身影分分秒秒都在她的眼前和心里, 除了你, 她已经感受不到父母的爱和其他美丽的东西。

^① 摘编自《兰州晨报》2006 年 3 月 23 日,《女子苦追偶像 12 年, 父亲拟卖肾圆女儿心愿》。

为见你,她两次去了香港,还去了北京,但都没有见到你,为此我们已经倾家荡产,我们的女儿因此而受到巨大的打击,精神面临崩溃的境地。同时她还通过文化部和中央电视台转交了写给你的信件,但至今都没有得到你的回音。

请你见见她吧,见见她吧!不然她就精神崩溃了,救救她吧!

杨丽娟的父母泣泪至上

2006年3月23日

这封信,出自甘肃兰州市一位普通父亲之手,读来让人痛心和无奈。他的女儿因为疯狂迷恋刘德华而深深陷入偶像崇拜的泥沼无法自拔。

杨丽娟疯狂追星的根结问题

1994年,16岁的兰州女孩杨丽娟首次看到刘德华的照片,便义无反顾地喜欢上了他。

从那时起,杨丽娟辍学在家,当起了“专职粉丝”,并一再要求父母带她到香港去与刘德华会面。据杨丽娟声称,她曾在梦中数度与刘德华相会^①,并坚信在现实生活中,他们也会见面的,并成

① 杨丽娟曾对媒体说:“我一直做一个梦,梦见没有任何人,他(刘德华)牵着我的手,戴着一个礼帽,穿着黑色大衣,我问他心中有我吗?他当时把我的手握得更紧了,说他心中有我。”

为很好的朋友。

起初,杨丽娟的父母都曾规劝女儿放弃这一不切实际的想法。但他们最后耐不住女儿的不断索求,不仅完全接受了女儿的极端行为,还不惜卖掉房产来帮助女儿实现自己的愿望。几年来,他们曾数次到香港、北京等地观赏刘德华的演唱会,并寻求与刘德华单独见面的机会,结果都未成功。2007年3月19日,杨丽娟与父母再次来到香港找刘德华。为了成行,杨丽娟68岁的父亲杨勤冀还借了1万多元。

到香港后,杨丽娟一家人在“华仔歌迷会”的帮助下,参加了3月25日的华仔歌迷生日会,并如愿以偿与偶像合影。但杨丽娟父亲要求华仔与女儿私下单独谈一谈,被华仔拒绝。对此,杨勤冀非常不满,后来企图阻拦刘德华的车,结果又未成功。晚上,三个人回到他们栖身的快餐店,杨勤冀趁妻子女儿熟睡之时,留下12页的遗书,在尖沙咀天星码头跳海自杀。在遗书里,杨勤冀痛斥刘德华“你以为你是谁……你很自私……”,但仍要求刘德华与女儿单独会面,不然死不瞑目。

杨勤冀的自杀事件,轰动了香港及大陆。毕竟在此之前,从未有过一个追星族的家长,为了实现孩子的追星愿望而牺牲自己生命的。刘德华本人也对此深表震惊和遗憾。但面对杨丽娟及其母亲的无理指控,刘德华出示了3月25日与杨丽娟的合影照片,并希望大家能够正确、健康地追星。但杨丽娟及其母亲仍不罢休,她们还在执著地寻找机会与刘德华会面,并要“讨回公道”。杨丽娟

还对记者说,见不到刘德华,她也不想活了。

杨丽娟疯狂追星,根结问题在哪里?

根结问题就在于,她太自恋了!

在心理学上,自恋的人普遍有两大特点:一是高度的自我中心;二是高度的自我偏执。由此,自恋的人控制欲强,缺乏同感共情,不能换位思维,做事强加于人。杨丽娟 14 年苦苦追逐刘德华,到了香港不与刘德华单独见面誓不罢休。这就是强加于人、无理取闹的突出表现。在这点上,杨丽娟的追星行为已不再是表达对华仔的仰慕,而完全是为了满足自己的超级控制欲望。

由此,杨丽娟表面上是他恋,实际上是自恋。她应该怎样走出当前的困境呢?

首先,杨丽娟要学会换位思考、感同身受。杨丽娟认为自己从很远的地方赶来,所以华仔就应该给她单独见面的机会。但是,刘德华那么多的粉丝也一直在默默地关心他,难道他们就没有奉献吗?刘德华要对每位“粉丝”都给予特别关照,他忙得过来吗?他还能专注自己的演艺事业吗?所以学会换位思考是非常重要的。

其次,杨丽娟要学会理性思考,化偶像为榜样。每个人在成长过程中都需要偶像,但是把依恋偶像绝对化就适得其反了。对待偶像,人们需要的是心理认同,而非情感依恋。所以,当前杨丽娟最需要做的是告别偶像,寻找榜样。

杨丽娟应该彻底告别刘德华。因为当一个人让偶像来完全主宰自己的人生时,这已经是在彻底毁灭自己了!这已远远超越了心理认

同。而杨丽娟唯有告别自己的偶像,才有可能开始自己的人生。

总之,青少年追星,就像青少年脸上出现青春痘一样自然。因为他们要从父母的掌控之下完成独立化,需要有偶像的精神寄托。一个人进入二十岁以后,就应该慢慢地冷静下来,把对偶像的情感奉献转化为心理认同。这就需要对偶像崇拜有理性的批判思维。

杨丽娟疯狂追星的后果,应当引起所有粉丝的思考与警醒。

偶像崇拜 20 在追星时代里

2004 年 12 月 4 日台湾电影第 41 届金马奖揭晓,曾多次与该奖失之交臂的万人迷刘德华终于如愿称帝。《晶报》有两篇随笔和刘德华有关,非常适合向学生推荐。通过听听偶像们正在进行时的励志故事,具有显著的正面教育意义。让学生直接面对现实生活中的人物,让他们走进那些真实的故事,默默地感动,默默地思考,慢慢并且持续地健康成长。

《向刘德华学习》

“这么多年下来,我才发现,刘德华比我想象的要‘成熟’。多年来,就是这个叫刘德华的人,脚踏实地,身体力行,向我们展示了一种独特的‘成熟青春’。二十来岁出道,就被少女们追捧,如今四十出头了,依然是少女们热爱的偶像。这样的职业成就,有几个人能做到?所谓‘成熟青春’,体现在刘德华的身上,其实就是一种持之以恒。正如毛主席老人家所说,‘一个人做一件好事并不难,难的就是一辈子做好事’。那么,刘德华可以将偶像做

到五十岁、六十岁吗？现在我可以十分肯定地说，我绝不怀疑。”

《一种平凡的成功》

“他总是那么精神抖擞、意气风发，在公众面前的他，看不到任何疲倦。刚刚众望所归夺得金马奖影帝，来不及休息片刻，他立刻赶往台北机场，准备参加第二天在上海举行的《天下无贼》首映式。一夜未眠的他，看上去还是精力充沛的样子。大家都叫他‘刘铁人’……他一如既往认真诚恳的神情，他是最具有娱乐精神的香港艺人，他的认真与执著是出了名的，他一再表明自己没有天分只有靠勤奋，所以他任何时候都态度诚恳。他做过的事情，希望可以让每个人都满意，他是这样一个要求完美的人……他出身低微，没有什么高学历或者留洋背景，他拍过的烂片比好片多得多，他多次投资失败，他不是一个一帆风顺的人，他唱歌演戏都不是最好的。就是这样一个看似‘普通’的人，成就了今日二十年不倒的偶像刘德华。”

摘自毛冰、李艳丽、彭远群：《在追星时代里》，《广东教育》，

2005 年第 19 期，21 页。

事例 2：被疯狂粉丝缠绕^①

萧欣是一家报社的记者，可是他的生活，却因为他撰写的超女

^① 摘编自《新世纪周刊》，2006 年第 30 期。

报道而不再平静。

最近几天晚上萧欣时常被电话吵醒,他的手机里总是出现许多陌生号码,不依不饶一响就是很长时间。又是粉丝打来的,这是萧欣的第一反应。

让他有些吃惊的是,比赛期间并没有太多大动作的粉丝,赛后竟然疯狂了起来。

作为一直跟踪超女比赛的记者,萧欣说,今年粉丝排场明显没去年那么大,连人数都比去年差远了。他说,去年总决赛之后,粉丝们依然守在演播厅外久久不愿离去,今年比赛结束后,逗留在演播厅附近的最多还是记者和工作人员,在庆功宴的外面,也只有稀稀拉拉几个粉丝的身影。他曾感慨,今年,粉丝们已经不再发扬“围”、“追”、“堵”和“截”的战术了。当时有粉丝告诉他,今年各大粉丝团流行理性追星。不过近来,他觉得,“疯狂”二字依然被粉丝们所保留。

一天之内,萧欣工作单位的电话差点被打爆,接到的全是粉丝打来的投诉电话,原因是他写的一篇报道里提到某位超女星途堪忧。在这些粉丝眼里,这是对他们所喜欢的人的污蔑。萧欣有些委屈地说,粉丝们不但对着电话大吼大叫,而且还编造了他的话发到帖吧上,以让更多的粉丝厌恶自己。“他们说我对他们不礼貌,作为一个新闻工作者,我至少是知道如何待人接物的,而且我从来没说一句攻击他们的话。”萧欣回忆,自己当时只是在电话里提醒粉丝,请区分地域的关系,“那粉丝没等我把话说完,就自己先把电

话挂断了”。“他们内部甚至还公开了我们领导和我的电话,说要联合起来把我踢出去。我倒不是担心自己受到的威胁,而是怕连累了我的同事们,他们不堪其扰。”

“我当时问他们怎么会有我的电话,那粉丝说,全国媒体负责人的电话他们都有。”萧欣称,自己的报道只是很客观地反映了一些现象,并没有故意贬低或者抬高某些超女,只不过反映了一个普遍的现象,就是今年的超女的确没那么火。“在他们粉丝看来,我们不能写一句对他们偶像不好的话,哪怕是客观存在的事实,也要‘歌功颂德’。”萧欣顿了顿,“他们还认定我是另外一个超女的粉丝,我所写的内容完全就是在帮那个超女说好话,打压其他的人。但我保证,我绝对不是那些超女的粉丝,我也绝对没有凭个人情绪来写稿。”他还说,粉丝不但对自己所写的稿子意见很大,甚至连文章配的该超女的图片也不满意。“他们还打电话质问我编辑,要求我们撤换图片,强扭不过就在电话里哭起来,说我们应该照顾全国几百万该超女粉丝的感受。”

虽然事情已经过去好长时间,但该超女的粉丝提到他的名字,还是“怨气未消”：“他的报道伤害了我们喜欢的超女,也伤害了我们的感情。要是他不道歉,我们还要继续采取行动。”

青少年人如有崇拜偶像的情况出现,表示青少年有追求美好理想的特质。

——朱光潜

事例 3: 追星追得骨瘦如柴, 15 岁生日后离家出走^①

曾依是班上的班长兼学习委员, 曾经有着姣好的容貌, 然而, 她想把自己变得像孙燕姿, 憧憬着参加明年的“超级女声”, 可是疯狂的减肥, 却让她的体重从 44 公斤减到了 25 公斤, 并患上了神经性厌食症, 整个人形容枯槁。更让人不解的是, 2005 年 8 月 13 日, 15 岁的曾依不辞而别。

偷偷减肥日渐消瘦

其实, 没有减肥前的曾依漂亮而充满活力, 一年后节食减肥的曾依骨瘦如柴。昨日上午, 从岳阳来长沙苦寻女儿的曾勇拿着女儿一年前的照片和今年 7 月份的照片放在一起, 让人难以相信这种变化。

“曾依如果不生病出走, 今年 9 月份将读初三。”曾勇说, 女儿喜欢追星, 她的偶像是歌星孙燕姿。瘦瘦的、娇小无比的形象成了曾依梦寐以求的样子。

去年 10 月份, 曾依开始实施减肥计划。看见女儿饮食量一天比一天少, 人渐消瘦, 着急的父母亲带着她到岳阳市内的各大医院检查, 但医生并没有发现什么问题。今年 4 月初, 见女儿不见好转, 父亲带着爱女来到中南大学湘雅医院检查, 专家认为她得的是神经性厌食症, 在给曾依开了一些药后, 要她回家吃药观察。

^① 摘编自《潇湘晨报》, 2005 年 8 月 22 日, 《女孩追星追得骨瘦如柴, 15 岁生日后离家出走》。

4月11日,见女儿病情没多大转变,曾勇夫妻再次带着女儿来到长沙。经湘雅二医院两个专家会诊,确定为神经性厌食症。随后,曾依住进了该院的精神科,经治疗,曾依的病情有所好转。6月1日曾依出了院,回到了岳阳的家中。然而,厌食症得到改善的曾依变得抑郁了。一个月过去了,见女儿的饮食又走下坡路,身体更加消瘦,父母苦劝女儿到岳阳的医院打点营养吊针,但曾依死活不去。7月3日,曾依偷吃了一粒樟脑丸准备自杀,被父母发现并送到医院抢救,幸无大碍。

这时,曾依的体重只有25公斤(一年前的体重是44公斤),整日郁郁寡欢。一天,曾依突然提出想到永州的几个姑妈家去玩。正发愁的曾勇想:换一个地方可能会让女儿能改变一下心情。

7月12日,曾依被接到永州的三姑妈曾金凤家,和表姐妹在一起玩耍。这期间,虽然曾依显得比以前快乐了许多,但饭量却越来越少。8月5日,曾依的双腿开始变得浮肿。由于害怕女儿有意外,曾勇马上赶到长沙咨询,湘雅二医院精神科医生建议曾勇赶快将女儿送到医院治疗。

由于8月10日是曾依15岁的生日,曾勇和曾金凤商量,等给曾依过完生日后,再劝她到长沙的医院治病。曾依在五姑妈曾萍家过了一个热闹的生日,借着生日欢快的气氛,姑父劝她到医院治病。

听到大家的劝说,曾依没有吭声。8月13日早晨8时许,曾萍在客厅的桌子上,发现一张纸条:“姑姑,我下去玩一下,等会就

上来。”

由于担心体弱的侄女会出问题，曾萍赶紧下楼去找，但没有发现曾依。返回时发现曾依的一个紫红色背包不见了。此外，曾依还带走了一件睡衣和一瓶小酸奶（五六瓶）、几包圆筒形的饼干。随后，焦急的一家人来到了永州火车站寻找。调看监控录像，发现曾依拿了一张车票进了候车厅。由于事发时只有一列永州到长沙的 5378 次列车，曾勇在岳阳当地报了案，又跟曾依的同学老师都打了电话后，坐车来到长沙寻找女儿。

“曾依对长沙很熟悉，曾和大姑妈在长沙读大学三年级的女儿邱蓉玩得好。”曾勇说，女儿平时对“超级女声”很感兴趣，没事或放假就会在家里唱卡拉 OK。去年“超级女声”比赛时，她曾为喜欢的“超女”被淘汰而伤心地哭过，今年 6 月中旬，女儿出院后，还表示明年要报名参加。由此，曾勇深信女儿肯定是到长沙来了。

曾依是岳阳市四中的学生，“她是班上成绩最好的学生，在整个年级也是排名前几名的学生。”其班主任任萍说。据任萍介绍，曾依平时在家里喜欢看书，听音乐，练二胡，其中二胡过了十级，并且很喜欢孙燕姿的歌，班上搞活动都是她牵头。

也许正因为如此，在父母的心目中，女儿一直很乖，所以很少管。但自从女儿患病直至失踪后，曾勇有些后悔，“到现在为止，孩子怎么想的，我们还是不知道。要是平时多跟她沟通一下，就不会出现这样的情况了。”说完，曾长叹了一口气。

为了能找到女儿，曾勇每天早晨 6 时许出发来到长沙各大

汽车站、火车站寻找女儿,每天都是凌晨两三点才睡觉。这期间一些市民也给他提供了很多线索,8月15日,当时一个男子在长沙还看到过曾依,问她为何一个人出走,曾依说,是父母亲对她不好。

“我现在最大的希望就是找到女儿,将她的病治疗好,让她好好地读书,一家三口团团圆圆地生活。”

偶像探视 34 :寻找周杰伦

曾经有一部电影,叫《寻找周杰伦》,而现实生活中,真的有一位17岁的偏瘫少年周枫,在上演现实版的“寻找周杰伦”。他离家出走,从湖南追到上海、北京,直到广州,期间住过20多个救助站,再将救助站的微薄资助积攒起来购买偶像的演唱会门票。上周六晚,就在周杰伦声称两年之内不会再开演唱会、在广州的演唱会将成“绝唱”时,当现场气氛空前热烈,数万歌迷在周杰伦的歌声中欢呼沉醉时,感觉万念俱灰的周枫却在看台上一口气服下了30粒安眠药……

苏醒后的周枫断断续续向记者道出了为何自杀的原委:“广州是周杰伦这次亚洲巡演的终点站,我十天前赶到广州,住进救助站,昨天是开演唱会的日子,我也从救助站走出来买了一张180元的门票进入演唱会现场。当我知道见他没希望了,就吃下了安眠药,他的歌声也就渐渐听不清了……一醒来就躺在了这里。”

“又是一个追星的小孩！”旁边有人这样议论。没想到周枫立即反驳：“我不是！我是寻求周杰伦帮助的，只有他才能救我！”“为什么你要找周杰伦救命呢？”记者十分疑惑。“因为，因为我的偏瘫越来越厉害，再找不到他我也许就站不起来了。”

周枫对记者说，他出生在湖南邵阳一座偏僻的大山上，今年17岁。由于与父母之间的关系一直不好，加上后来一次外伤导致他出现了偏瘫，使得他在家中更得不到亲情的温暖。“我常常觉得头痛，身体不舒服加上父母还要打骂我，我实在忍受不了了。”而在网吧上网听周杰伦的歌就成了他人生的最大乐趣。周枫称，他之所以要离家出走“寻找周杰伦”，是为希望能得到偶像的帮助，“我半年内走遍了六个省市、住过20个救助站，虽然受罪，但好过在家受罪。我辗转‘蹭’了五趟车才赶到北京，可我却错过了那场演唱会。但是南京、上海、深圳、广州的演唱会我全都听了。在南京五台山体育馆门口，我被人挤倒在地差点被人踩死，幸好有个好心人迅速将我拉起来护住了。在深圳体育中心，我饿晕了，幸亏有救助站帮我。”

“你为什么一定要找到周杰伦？”记者问道，“如果没有病痛折磨、没有家人对我冷淡，我不会寻求他的帮助。我一心能到外面的世界去寻找到他，得到他的帮助，让我得救，找回个人生命的价值。”“那为什么要自杀呢？”面对记者的问题，周枫有些伤感地说：“我知道自己的病，它一天比一天严重，我这次见不到周

杰伦,可能下次想见都走不了路了。当他在台上说近期不开演唱会时,我觉得非常绝望。”周枫称,他自己现在也不知道应该怎么办,“我还是去救助站吧,但我还会继续寻找周杰伦的。”

来源:《成都晚报》,2005年12月19日
《周杰伦宣布两年不开个唱,歌迷当场吞药自杀》

点评:

我们不能指责周枫的盲目追星,那样就太粗暴了;我们也不能批评他把人生的快乐放在一个遥不可及的偶像身上,那样则太没有同情心了。试想一下,一个17岁的残疾孩子能够在如此艰难的条件像长征一样地一路跟到底,吃尽奔波劳顿的苦头,执著地去做一件事情,可见他并不是一个脆弱、没毅力、不能吃苦耐劳的人。他的坚韧值得人们尊重和佩服。而就是这样一个少年,他只有一条死路。因为,他的病没希望诊治,他不愿意回到以打骂为待遇的家,他更没有财力跨越海峡继续追寻周杰伦的足迹。

毫无疑问,在他灰色的人生中,是因为太缺少温暖和光亮,遥远的周杰伦才成了他的太阳。周杰伦不可能了解一个湖南僻壤里的少年的痛苦,在生活中,谁是真正可以给周枫光明、温暖、希望的“周杰伦”呢?在他揣着180元钱和一瓶安眠药南北奔波的时候,谁来搭救?他的家人乃至学校、社会是不是更应该反思一下,在哪些方面该负一点责任,从而使未成年人不必把快乐和希望寄托在烟花一样短暂而虚无的偶像身上?

35. 传统榜样教育面临的挑战

今天的榜样教育面临着巨大的挑战,我曾听过一家长说自己的儿子如何聪明,不断数说他如何考取名校、选择名校、名校又如何争着录取他,又如何选择难入的大学、难入的学系。那种崇尚名校和因此所产生的炫耀之心态溢于言表。我听后就想,他的儿子日日熏陶在如此环境下,不崇尚名牌才怪呢?当家长们只懂批判年轻偶像和传媒教坏他们的子女时,他们有没有反省自己的责任呢?

于是,在年轻人中出现了王朔小说《顽主》中的于观之类的一批人物。于观的父亲对儿子实施榜样教育,试图用老山前线英模团的英雄事迹教育于观,要他“该想想怎么能多为人民做些有益的事”,反而遭到于观的调笑。

父亲在无奈中骂于观说:

“真拿你没办法,我怎么养了你这么个寡廉鲜耻的儿子?”

“那你叫我说什么呀?”于观也站起来,“非得让我说自个是混蛋,寄生虫?我怎么就那么不顺你的眼?我也没去杀人放火,上街游行,我乖乖地招谁惹谁了?非得绷着块儿坚挺昂扬的样子才算

好孩子吗？我不就庸俗点吗？”^①

类似于观的话，相信今天不少为人父母为人师的长辈，应该并不陌生。

俗话说“榜样的力量是无穷的”，尤其对于思想尚未定型、思考非常活跃的青少年来说，他们的思想认知、价值判断和人生选择都需要有人给予有益的引导，在这个过程中，榜样的个人形象、思维方式以及言行，都会产生非常直接而明显的影响。可以说，如何赋予“偶像”以一个更为准确、更为积极向上的全新定义，不仅是青少年们人生道路上迫切的需求，更是一个全社会教育的重大命题。

就目前我国教育管理的思路而言，青少年偶像崇拜的日益盛行及由此带来的教学层面的思索，基本上属于“思想品德”问题。因此许多从事学生管理和学生思想政治教育的工作者，也多从思想政治教育的角度出发，调查和观察青少年偶像崇拜以及在思想品德上生发的影响，并对如何引导青少年采取正确的偶像崇拜方式进行实际的探索。

榜样教育在内地的德育中一向占据重要地位。传统的榜样教育强调示范价值和激励价值，主张榜样范例是思想道德信息的承载体，榜样言行是社会对其成员提出的道德期望的体现，榜样的感召力可使人们产生“比、学、赶、帮、超”等行为。但如前所述，明星崇拜与杰出人物崇拜已成为当今青少年偶像崇拜的主体，榜样对

① 王朔：《顽主》，摘自《王朔文集》（第4卷），北京华艺出版社，1994年版，57页。

于青少年越来越缺乏感召力。

长期以来,偶像崇拜与榜样教育之间一直存在着某种对立:学生崇拜的偶像势必会冲击学校榜样教育的推广效果;学校树立或推广的榜样未必会为学生真心接受。许多中学生都坦言“榜样没有用”或者“我们不需要榜样”,而教育工作者也将当今中学生称之为“没有榜样的一代”。

造成这种对立是多方面的,但主要原因有两个:一是偶像多是学生自己选择的,而榜样则是学校及社会树立的;二是偶像的选择基于个人的兴趣爱好与思想认同,而榜样的树立基于学校的德育需求与社会期望。由此便出现了下面的榜样教育困境:

(一) 学生自己选择的偶像与学校推广的榜样绝少重叠,甚至互相排斥;

(二) 学生的偶像崇拜成为教育的“三不管地带”(社会不管、学校不管、家长不管),任凭学生随意选择;

(三) 一方面学生不断更换自己崇拜的偶像,不在乎教育榜样的存在;另一方面学校又忙于加强榜样教育的力度,希望榜样驱走偶像。

由此,榜样教育面临着巨大的挑战,这主要表现在以下几个方面:

■ 榜样树立多元化的挑战

传统的榜样教育很强调榜样人物的树立要具有明确的示范作用和激励作用。由此,榜样人物的选择无不是精挑细选的,榜样人物的宣传也是全国推广的。这种人物树立的模式与当今社会发展

之多元化和信息化的趋势甚不协调,对学生缺乏亲和力,难以调动其主动参与的意识。

例如,有调查表明^①,当今中学生自己心目中的偶像与教师认为应树立的榜样有很大的差异:学生崇拜的偶像均是政治领袖与歌星、体星等人物,而教师则希望学生接受英雄模范和优秀学生为其榜样。还有学者认为^②,现代榜样教育有四大缺陷:一是榜样形象呆板,缺乏现代人的亲切感和真实感;二是榜样种类单一,无法反映当今社会多元化的需求;三是教育方法陈旧,难以激起青少年的共鸣和参与;四是忽视个体的主观能动性,脱离了因材施教的原则,对榜样的学习要求整齐划一,置青少年于被动境地,难以对榜样产生心理认同。另有学者提出^③,榜样教育应具有真实性和多样性等特点。其中榜样教育的真实性主张榜样的树立要公正真切,并由学生自己评选;榜样教育的多样性主张榜样可有个人榜样、特色榜样和集体榜样等类型。所以有人大胆提出^④,榜样教育应允许学生主动提问题,独立思考,讨论诸如“难道一棵小树苗大于一个人的生命?(指赖宁)”之类的问题,以促进学生对偶像精神

① 薛晓阳:《偶像教育:教育理论的新概念》,《教育评论》(福州),1997年第1期,22—25页。

② 范中杰:《论青少年榜样教育的时代特征》,《教育科学》,2001年第2期,49—50页。

③ 刘安平:《榜样教育要注重“三性”》,《湖南教育》,1998年第4期,17页。

④ 雷开春、孙洪斌:《关于青少年榜样教育与偶像崇拜的心理调查及反思》,《青年研究》,2000年第7期,30—35页。

价值的理解。

由此,当今的榜样教育亟须多元化、自主化发展,要大胆地以学生自己选择的偶像/榜样,作为榜样教育的基础。

■ 榜样形象真切化的挑战

传统的榜样教育很强调榜样的言行举止要具有明确的道德示范性及深刻的教育意义,这势必会导致榜样形象的高度完美化。但面对现代教育之人性化、个性化和全球化的发展趋势,榜样教育如延续原有的教育模式,继续追求榜样形象的“高、大、全”,则不仅会脱离了公民教育的现实,也会与当今青少年的生活相差甚远,令师生均难以接受。

例如,有调查表明^①,教师均认为榜样教育的现状不尽如人意,其主要原因有:①榜样形式单一,内容刻板、空洞,政治色彩浓,造成学生反感(40.82%);②榜样形象过于完美,不切实际,缺乏感召力(36.73%),难以与学生在心理上达到一致,使学生对这些传统的方法缺乏兴趣;③学生心目中的偶像与教育者树立的榜样差异太大(16.33%)。由此,榜样的树立要贴近生活,切忌“高、大、全”似的人物。此外,也有学者提出^②,榜样也可有其不完美的一面,在教育进程中不能有意地文过饰非,进行片面性宣传。现

① 雷开春、孙洪斌:《关于青少年榜样教育与偶像崇拜的心理调查及反思》,《青年研究》,2000年第7期,30—35页。

② 戴锐:《榜样教育的有效性与科学化》,《教育研究》,2002年第8期,17—22页。

代的榜样教育在榜样的信息处理上,存在精神内涵模糊(主要原因是对榜样精神缺乏提炼、教育内容不集中)、榜样缺乏可信性(主要原因是榜样人为拔高,过度渲染榜样的事迹)等问题,这会严重影响受教育者对榜样的认知和态度。在这当中,人们普遍对榜样教育存在一个误解:榜样教育的效果取决于榜样宣传的时空规模。实际上,榜样教育的有效性并不与榜样宣传的时间上的频度和空间上的广度成正比。相反还可能造成受教育者心理上的逆反。

由此,当今的榜样教育亟须走出榜样树立完美化的误区,使榜样贴近学生的生活,也使榜样学习能促进学生独立思考和批判意识的成长。

■ 榜样教育自主化的挑战

传统的榜样教育很强调教育的指导性、干预性、传递性等功能,主张将榜样教育纳入德育的一部分,采取自上而下、一步到位的宣传做法,这样做是缺乏对学生自主性的尊重。

榜样教育以教师(或教育部门)为中心的一个巨大困境是缺乏对学生内心世界及心理需求的了解与沟通。这不仅无益于学生创新意识和批判精神的培养,还会引起他们对榜样教育的逆反。所以,当今的榜样教育亟须从学生的视野看问题,根据学生的成长需求,在学生的崇拜偶像当中选取榜样人物来开展其榜样教育。

其实,早有学者关注到偶像——榜样教育的重要性。例如,薛晓

阳主张^①,榜样教育与偶像崇拜的协调统一,可使青少年的偶像行为在传统教育中发挥积极的作用。具体地说,偶像教育具有认知疏导和行为控制两大功能。其中认知疏导主要是关于偶像意识的认知性交流,以推动青少年学会正确的价值分析和价值思考的方法;行为控制主要是关于偶像崇拜的行为和情感自制,学会“理智性”的认知方式,让偶像行为维持在适度、合理、健康的水平上。宋兴川、金盛华则提出^②,偶像崇拜多元化是时代的特点,其中第一人格偶像(家庭成员)的形成是自然情感的流露,而第二人格偶像(青少年自己选择的偶像)的形成则是青少年脱离父母依赖的需要,需要教育工作者加以积极的引导。韩振华也提出^③,对偶像的理解要分析其崇拜的特质,克服媒体在宣传上的偏向,引导青少年有良好的崇拜行为。难怪有人会惊呼:“现代社会年轻一代不缺乏偶像,缺乏的是一种信念。”^④

总之,面对榜样教育自主化的挑战,人们亟须从学生的角度看问题,不把偶像崇拜的兴起看作是对榜样教育的挑战,而是看成培养学生独立思考和批判精神的良机。

① 薛晓阳:《偶像教育:教育理论的新概念》,《教育评论》(福州),1997年第1期,22—25页。

② 宋兴川、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,1—7页。

③ 韩振华:《高中生和中师生的偶像崇拜调查分析》,《青年研究》,2000年第7期,17—22页。

④ 益广、水易:《青少年偶像崇拜现象透视》,《教学与管理》,2000年第10期,12—13页。

偶像探视 35 :《我为歌狂》“热”背后的原因

当下正在播映的我国第一部校园青春偶像卡通片《我为歌狂》^①,又一次在学生中掀起狂热。这股热流从去年暑期播映前26集开始。据媒体报道,当时与电视卡通片同步推出的卡通小说《我为歌狂》,短短一个多月竟然加印6次,销量达30万册,据最保守的估计,此书发行量也要在50万册以上。笔者就此分别在小学、初中和高中召开学生座谈会,了解到几乎所有学生都看过这部电视卡通剧,有的是第三遍、第四遍观看,还有不少学生买了VCD光盘,一有空就看;很多学生是电视动画片、卡通漫画和小说书一起过瘾。与此形成对比的是,笔者在对50多名教师进行调查了解时,只有一人看过这部卡通片,有些教师听说过片名,除一人外其他教师均不了解这部卡通片是什么内容。《我为歌狂》在学生中的“热”和教育者中的“冷”形成了强烈反差。都说如今的孩子看不懂,如今的学生好难教,但是最能反映当今学生愿望梦想和价值取向的校园流行文化,却是许多教育者不屑问津的领域。

《我为歌狂》以我国当代学生校园生活为背景,对教育界现实存在的主流价值观发起了挑战:

1. “青春偶像”取代“传统榜样”

① 《我为歌狂》是中国第一部国产青春校园动画片,讲述的是一群少年追求自己的音乐的路程,后来被改编为小说和漫画,均深受青少年的追捧。

在调查中,最为青少年学生崇拜的“青春偶像”叶峰,恰恰是劣迹斑斑的“差生”:上课睡觉、考试作弊、不做早操、穿着旱冰鞋上学、追女孩、写情书、打架。但是,不幸的童年生活经历和极高的音乐天赋,使他形成独立、狂傲、冷漠的性格,加上他那颀长的身材、蓬乱的长发,极其符合青少年们心目中“酷”的标准。

可以被奉为传统榜样的是小说中的另一位人物形象丛蓉,她是德智体全面发展、样样都中规中矩的好学生,是老师备加宠爱的“乖乖女”。但是这样一个传统榜样,却令同学们敬而远之,后来,同学们的评价使她本性觉醒,她决心改变自己。座谈会上,很多学生表示喜欢改变形象后的丛蓉。

2. 教师形象大逆转

《我为歌狂》中代表正统教师形象的是教导主任冷老师,她摆着一副永远正确的脸孔,是真理和秩序的化身;她偏爱优等生,动辄训人,主观武断、以势压人;她不理解学生,和学生之间存在很深的代沟,只好用安插“间谍”的手段来控制学生。与冷老师形成对比的是一位实习老师朗老师,他天性热情,真心喜爱这帮有着音乐天赋的学生,不大讲究师道尊严。尽管他缺乏教育经验,很多做法不登大雅之堂,却赢得了学生们真心的喜爱。

摘自:马兰霞:《教育者该从中读懂点什么——简析〈我为歌狂〉“热”背后的原因》,《思想·理论·教育》,2002年第6期,29—31页。

点评:

现实世界越是不允许的,在该作品中越是表现得酣畅淋漓。比如,现实中学校只看重语、数、外等主要学科,《我为歌狂》偏偏让全校学生为音乐而疯狂;现实中中学不允许谈恋爱,《我为歌狂》偏偏大胆地表现少男少女纯美的爱慕之情以及为爱而陶醉、疯狂、嫉妒、明争暗斗等复杂心态。更令他们激动的是,故事中的主人公们作为正面歌颂的形象,勇敢地、大胆地向传统的教育观念、陈腐的教育方法发起挑战,执著而坚韧地追寻着自己的理想,最终获得了成功。而在以往的影视文学作品中,学生总是被作为错误的、需要教育的一方而存在。虽然仅仅是一部电视动画片,但是却真实反映了当下学校榜样教育所面临的尴尬。榜样教育如若和学生激情和意趣相脱节,则教育工作者必然把握不住青少年偶像崇拜的脉络,也自然无法从根本上“强身祛病”。

36. 传统榜样教育的误区

我认为,长期以来,对于偶像与榜样的关系,传统榜样教育存在以下四个误区。

■ 偶像崇拜是道德行为的表现

偶像崇拜属道德行为,这是传统的榜样教育对青少年心理及人格成长的普遍误区。依照心理学理论,青少年由儿童向成人过渡需要通过对不同偶像的认同和依恋来确定自我价值,寻求自我发展;青少年从自我的迷茫状态中走出来,也需要通过对一些成年或同龄人中偶像人物的认同来实现自我确认。由此,偶像崇拜是青少年时期心理矛盾运动的产物,有其必然性和过渡性的一面,也有其可塑性和疏导性的一面。

在这层意义上,把偶像崇拜看作是一种纯道德行为表现,会导致人们对偶像行为的傲慢与偏见。教育工作者应该正视偶像崇拜这一青少年时期的突出的心理需求,不要从道德规范的角度来看待偶像行为,也不要将青少年的情绪波动和叛逆行为归结为不良偶像崇拜的后果,更不要以榜样教育来取代偶像崇拜,而是以偶像崇拜补充榜样教育的不足。

■ 偶像人物缺少教育价值

偶像人物难以提取教育价值,这是传统的榜样教育的另一误区。如前所述,当今青少年崇拜的偶像主要包括了明星偶像和杰出人物偶像两大群体。表面上看,前者通常给人以年轻富有、貌美才显、生活豪华甚至个性反叛等印象,而后者也多给人以智力非凡、能力超群、人格完美、贡献重大等感觉。诚然,这些特质均与传统的榜样教育所倡导的特质(如助人为乐、克己奉公、服从纪律、尊重师长等)有相当大距离,但教育工作者不容忽视的一个事实是,这些偶像人物也都是成功的典范,他们可以对青少年的自我成长

发挥正面的指导或激励作用。

因此,教育工作者要善于引导青少年多从正面、积极方面及个人成长的角度来看待偶像的价值,化偶像为榜样。在这层意义上讲,偶像不缺教育价值,缺的是对其教育价值的发现。换言之,每个偶像的成功之路都有其教育价值可提炼,这本身也是一个批判学习的过程。

■ 榜样一定要具有突出代表性

传统的榜样教育还担心榜样的泛化会有损榜样形象的树立,使他们不再具有突出的代表性、说服力、可模仿性等特点。其实,将榜样的代表性确定在某几个方面势必会导致榜样形象的僵化,无助于学生批判意识的培养。由此,所有的偶像都可以榜样化,而榜样化意味着个人的某种行为、成就及性格特征值得他人效仿。

就社会学习理论而言,榜样最大的价值在于其替代学习价值,正像每个人都有创造力一样,每个人也都有其自身的榜样价值。另外,榜样与模仿者之间的模拟性越大,学生模仿学习的动机也就越大;榜样越是有可借鉴性,榜样学习就越发是自愿的。

■ 榜样教育不应提倡个人奋斗

传统的榜样教育主张不能忽略个人成长所依赖的社会支持,那样会导致“个人奋斗”的不良效应,这在当今社会当是落伍之见了。从马斯洛的需要层次理论而言,个人奋斗正是通向自我实现的原动力,没有个人奋斗,就没有群体的竞争,也就没有社会的发展。在这层意义上讲,个人奋斗并非要损害群体利益,也并非要突

出个人,相反个人奋斗是要促进群体的进取向上意识。

而就社会学习理论来讲,榜样学习向来就具有个人功利性,没有其自我的功利性,社会学习就不会开展。作为教育工作者,我们面临的挑战是怎样利用这种模仿功利性来培养学生的亲社会行为和人格完善,使学生产生强烈的榜样学习需求。所以,在当今社会中,如果仍回避谈“个人奋斗”就不能促使学生多元化地选择可供自己认同的偶像。

总而言之,面对当今教育多元化、个性化、人性化的重重挑战,传统的榜样教育要认识并摆脱其原有的误区,多从心理学的角度来看待榜样教育的功能,大胆倡导榜样教育对于个人奋斗的激励作用。

偶像探视 36 榜样教育要注重“三性”

榜样教育的真实性

榜样教育的真实性就是所树立的榜样一定要有真正为大家所公认所敬佩的事迹。不要对榜样的形象进行人为的加工,更不能伪造。这是进行榜样教育的基础。对树立的榜样,必须公正,要有可信度,让学生自己评选,切忌主观臆断,越俎代庖。否则,将有损榜样教育力量。

榜样教育的多样性

榜样教育的多样性主要是用多种类型的榜样,对学生进行教育。榜样的树立可从以下三个方面入手:

1. 树立个人榜样。学校要重视学生身边榜样的树立。如

学校和班级自己评选“十佳少年”、“标兵”、“优秀干部”等。并利用学校广播站、电视台、黑板报、橱窗等大力宣传。

2. 树立特色榜样。如：制定《校级特色人才评选条例》，并在每年“六一”或建队日期间评选“小管理家”、“小作家”、“小数学家”、“小画家”、“小发明家”、“小体育健将”等各类特色人才。

3. 树立集体榜样。一个人表现再差，到一个有良好风气的集体中，可能很快地得到转变；一个表现较好的学生到了一个风气很坏的地方，也很可能因受影响而退步。如：“赖宁中队”、“文明号中队”、“扶贫中队”、“雏鹰中队”、“礼仪规范中队”等。

榜样教育的深刻性

榜样教育的深刻性，一方面是指作为榜样的人物的思想行为要有深刻的教育意义，另一方面是指应该宣传榜样的高尚的思想品德，引导学生走榜样成长的道路，而不仅仅停留在简单模仿榜样的个别行为上。

摘自刘安平：《榜样教育要注重“三性”》，
《湖南教育》1998年第2期，17页。

点评：

偶像和榜样都受周期规律的影响而盛衰更迭。从历史的角度看，总是一代巨人接替另一代巨人，总是若干明星取代另一些明星。每一位巨人与明星都遵循着一种不可抗拒的“周期”定律，即榜样影响力的形成—榜样影响力的高涨—榜样影响力的

减弱——榜样的内在完善与超越——榜样影响力持续。从此意义出发,青春偶像必然“长江后浪推前浪”,在商业造星的大潮前,逐渐暗淡失去光芒。然而榜样人物则不同,他们有如天穹中的恒星,经过历史的洗涤,依旧熠熠生辉、光彩照人。这就是偶像和榜样的本质区别。

37. 什么是榜样——偶像教育模式

我从来没有把张学友当偶像看,我从来都是将他当作我的一个突出榜样来看待。虽然至今我还没有见过他,但在我感觉中,我们已是相识多年的老朋友了。我时常感到,他就像我的一个兄长……

我觉得我中学的老师才是我真正的偶像,他有才气,待人热情,长相也相当英俊。我能有今天的成就,完全是他当初教导和指引的结果。所以在我心目中,他是超越一切偶像的偶像……

以上是两个中学生对自己心目中偶像的描述,它突出说明一个问题:并非所有偶像都给人感觉那样高不可攀,也并非偶像都必须是个名人。在日常生活中,一个名人可以给人以感觉很平常,很和蔼

可亲。同样,一个平常人也可以给人感觉很非凡,很具有明星气质。

对青少年自发产生的偶像崇拜心理及行为,我们不应该再采取淡化态度或者不干预态度,也不应该从青少年偶像行为消极的外部表现出发,把偶像崇拜行为定义为一种纯品德行为,继而简单粗暴地加以排斥和否定。

为使青少年偶像崇拜行为发挥积极的心理功能,我们必须承认学生的偶像崇拜现象,站在青少年的角度,理解他们的心理,从而强化偶像身上积极的一面,做出正向的引导。

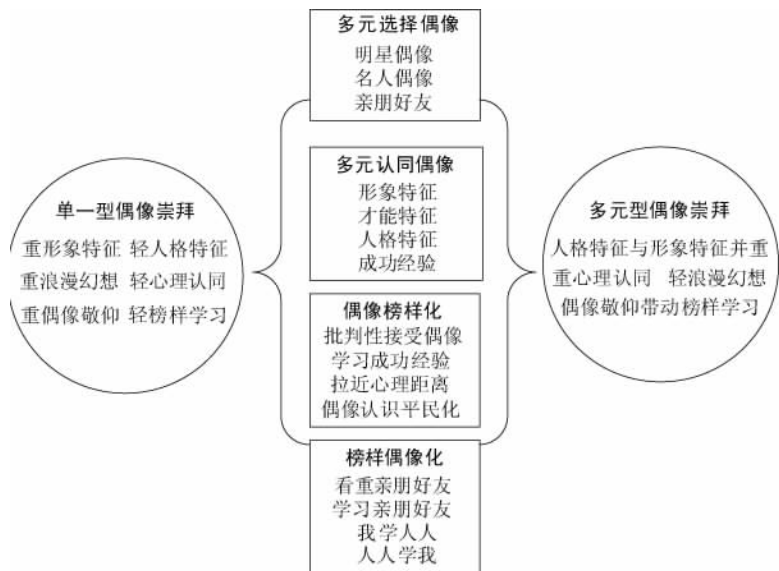
针对当今青少年偶像崇拜的普遍性及传统榜样教育的某些局限性,我就此提出了一种新的教育理念——偶像—榜样教育。它旨在接受青少年偶像崇拜的客观事实,加强对偶像功能的认知疏导,协调偶像崇拜与榜样教育的矛盾冲突,培养学生的批判意识,调动学生参与榜样学习的积极性,化偶像为榜样,最终开拓榜样教育的新方向、新资源与新模式(如图表 4.1)。

作为一种崭新的教育理念,偶像—榜样教育具有如下特点:

■ 多元选择偶像

单一化是当今青少年偶像崇拜的突出特点,这与青少年偶像选择之多元趋势成鲜明对比。所以,青少年宜多选择不同类型的人物为偶像,这当中既包括明星偶像,也包括杰出人物偶像及身边的亲朋好友等。这样做会促使青少年学会从不同偶像身上吸收有利于个人成长的成分,并把偶像当作人生的榜样来学习,而非当神明来供奉。

图表 4.1 单一型偶像崇拜模式到多元型偶像崇拜模式转化图



在这当中,青少年要加强对杰出人物偶像的崇拜和认同。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),并从中汲取最大的精神力量。杰出人物的吸引力是其人格感召力,它可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。

长久以来,青少年的偶像文化本质上是商品文化,以娱乐消费

为核心目标,给人带来的满足也主要在物欲、情欲之层面上。这不利于青少年的自我成长,而多元选择偶像可弥补这一不足。

■ 多元认同偶像

当今青少年偶像崇拜的另一特点是较注重偶像明星的青春貌美、才艺或反叛性格等特点,而缺乏对其成功背后的努力及人格塑造方面的认同。所以,香港青少年还宜多从不同层面来认同偶像(如形象特征、才能特征、人格特征和偶像的奋斗成功经验等),学会从不同层面接受同一位偶像,再从不同偶像身上汲取同一养分。这种多元化的偶像认同方式不仅可促使青少年避免盲目跟随偶像的表面行为,也会提高青少年“追星”中的批判意识,降低其盲从性和极端行为表现。其实,问题的核心不在于怎样阻止青少年追逐明星人物的风采,而在于怎样有效地引导青少年把心中的偶像化作为成功人士的榜样。

换言之,怎样引导青少年理智、客观、实事求是地看待偶像人物,通过对他们的认同和模仿实质行为来增强自我的信心和成长动力,将是社会面临的巨大挑战。在此当中,我们应该帮助青少年认识到每位偶像其实是有其独特之处,青少年应发掘出其偶像奋斗的历程和其锻炼所付出的苦功,走出偶像的光环,从这些人物身上汲取努力成才的养分。

积极帮助青少年对自己所崇拜的偶像建立以特质为核心的社会学习和依恋,而不是建立以人物为核心的社会学习和依恋,以促进其个性成长。由此,无论是对明星偶像,还是对杰出人物偶像,

单一化的认同必然导致盲目崇拜,多元化的认同必然导致批判性学习。

■ 偶像榜样化

青少年学会批判性地接受偶像,其关键在于学会将所有偶像都加以榜样化,而偶像榜样化的关键在于认同偶像的成功经验或人格特征,以化对偶像的敬仰为自我成长的动力。一般说来,偶像颇具理想性和幻想性功能,而榜样则多具实用性、现实性和替代性功能。本书在第一章里曾提过,偶像和榜样之间存在着一种理想化与现实化,浪漫化与理性化,绝对化与相对化的对立关系。偶像一般是一种理想化、完美化、非凡化和浪漫化的形象,而榜样则是一种现实化、世俗化、功利化和平凡化的形象。所以,偶像榜样化实际上就是理性化、批判性地看待偶像的价值和特征,把偶像当平常人来看待,加强其榜样学习。

此外,偶像榜样化还会拉近个人与偶像的心理距离,那样才能以平常心认识与接受偶像。其实偶像也是人,宜以普通人的角度去接受偶像,勿将偶像神化。所以,榜样化地接受偶像会大大促进青少年的个人成长。

■ 榜样偶像化

最后,青少年也宜多看重身边的亲朋好友的出色表现,学会从他们身上汲取成功的元素并加以发展,将他们视作自我成长的偶像。其实,这些人物可以被称为偶像型榜样,他们虽不具有名人的名声和感召力,却胜在贴近青少年,可随时给他们提供帮助和指

导,与之直接交流思想。所以在青少年心目当中,他们可能是人生动力的源泉,但其价值也可能被夸大、神化甚至浪漫化。他们之所以成为偶像型榜样,完全是青少年在自我感觉中,扩大了他们的影响力。

由此,偶像崇拜的“大同世界”当是“我学人人,人人学我”的境界,是偶像崇拜的“卡拉 OK”境界。到那时,每个人都可以成为自己的榜样或偶像,同时我们自己也可以成为他人的榜样或偶像。

偶像探视 37 喜爱周杰伦,因为他孝顺

杭州青春中学最近开展青春偶像评选活动,周杰伦成为该校近四分之一学生的首选。这并不稀奇,稀奇的是,不少学生选周杰伦是因为他的孝顺和耐心。学校老师表示,新时期的中学生已不再从同一个视角、同一层次理解偶像,应因势利导,帮助学生发现偶像光环之外的品性优点,促进学生成长。

初二学生小赵说:“我选的是周杰伦,因为他很孝顺!你看,他把自己的专辑叫《寻找叶惠美》,让全世界都知道了他妈妈的名字,因为爸妈听不清他唱的歌,还特意写了一首吐字清楚的《东风破》给他们听!”还有一些学生认为周杰伦有些歌的歌词表达了一种催人奋进的精神,因此要把他作为青春偶像。

此外,也有不少学生把本校教师俞震天当成心目中的偶像,因为他“上知天文、下知地理”,而且对同学真诚友好。

“偶像选得好,对学生的成长推动不止一点点!”学校的老师

普遍表示。他们认为,应当以开放的态度看待中学生偶像崇拜行为,不要作简单的“追星”定论,应该相信学生自身的理性选择能力。另外还应巧妙利用偶像的作用对学生进行启迪和激励,让偶像真正成为前进的动力。

来源:《每日商报》,2007年1月26日

点评:

青少年偶像行为在本质上不是一种单纯的道德行为,而是同道德品质、个性行为有关系的一种发展心理行为。因此,偶像教育无论是在内容、形式与方法上更接近于心理教育的手段,其任务是认知方式疏导,价值观念的交流等。

偶像教育的目的,不仅是为了实现道德教育的价值,更多地是为了实现对青少年整个的调节和控制,使之具有健康人格,并帮助他们顺利渡过身心发展的困难阶段。同时榜样的树立要贴近生活,切忌“高、大、全”,内容上更丰富,方法上更灵活。

偶像崇拜 21 如何引导孩子看电视?

编辑同志:

最近,一位同事给我讲了他儿子的事:孩子在初中毕业留言簿上写道,他的理想竟然是当一个杀手!他质问儿子,为什么会有这样的“理想”?儿子说:“电视上的杀手多酷啊,作为堂堂男子汉就应该像那样!”……父子争辩一通,谁也说服不了谁。同

事为此很苦恼,问我怎么办,我也拿不出什么主意。

过去的影视剧好人、坏人形象鲜明,观众爱恨也分明。近些年,电视剧都把主角塑造得“亦正亦邪”——这似乎就是所谓“人性化”的潮流。许多孩子都会津津乐道《这个杀手不太冷》中那个迷人的杀手、《古惑仔》中那个酷酷的黑道老大。唉,我这个既做老师又做家长的,该如何把孩子从电视的阴影中带出来呢?我该如何回答同事?

编辑的回信:

曾几何时,屏幕的色彩变得过于斑斓;频频闪动的暴力镜头、又帅又酷的黑道人物、亦正亦邪的男女主角、充满“智慧”的作案手段,看得不少模仿性极强的未成年人心醉神迷,难辨是非。那种罔顾法律的江湖义气、睚眦必报的爱恨情仇、以暴制暴的自我张扬,带来的潜移默化也与法治社会的道德观念背道而驰。

在影视节目推波助澜下的青少年“偶像崇拜”,也已成为一个人们普遍关注的问题:一些少男少女为了“追星”甚至离家出走、花季凋零,屡屡发生悲剧。

凡此种种着实让不少家长满心困惑。禁止孩子看电视是不现实、不科学的,关键在于引导,引导贵在得法。

家长要真正深入孩子的内心世界:一是要把平等尊重放在第一位,用心倾听孩子的喜怒哀乐;二是多从孩子的角度而不是

家长的经验看问题,赋予孩子申辩的权利和机会,以及时化解矛盾和误会;三是设身处地、将心比心地与孩子真诚交流,提出建议,帮助孩子跨越成长的“坎”,给孩子以成长的信心。

来源:《人民日报》,2004年4月29日,《如何引导孩子看电视》

38. 什么是偶像—榜样教育的指导原则

偶像—榜样教育与传统的榜样教育不同,它主张采取“大禹治水”的态度,对青少年偶像崇拜的现象,不是简单地采取压制和干涉,而是帮助青少年学会正确的价值分析和价值思考的方式,对偶像进行认知上的疏导。其实,青少年的“追星”行为就好像他们脸上长的青春痘,到了一定的年龄段就会自然消失。因此,我们不能用高压手段去消灭“它”,更不能用强制手段去“挤”它。合理调节,疏导有方,让青少年们清楚地知道,为何崇拜,崇拜什么,才是正确的教育思路。

在这其中,偶像—榜样教育主要有以下四个指导原则:

■ 参与性原则

偶像—榜样教育倡导学生参与榜样教育,在学生钦佩、敬仰的

人物中选取榜样,并共同探讨其榜样价值。这不仅可以避免传统的榜样教育可能给学生带来的逆反心理,还可调动他们的主动参与意识,以更好地从榜样学习中获取自我成长的养分。参与性原则还可促进榜样教育的多元化发展,其中既有学生自己选择的偶像/榜样,也有社会、学校和家长向学生推荐的偶像——榜样,从而提高学生的独立思考能力。

■ 批判性原则

偶像——榜样教育倡导通过榜样教育来促进学生的批判思维。传统的榜样教育多是自上而下,为学生提供明确的示范信息和学习内容。这虽然有助于榜样形象的树立,却无益于学生独立思考能力的培养。批判性原则鼓励学生对自己选择偶像做理性判断,这既可避免学生采取以人物为核心的认知方式来面对偶像,又提高其多元认同的能力。批判性原则还有助于学生创新思维的培养,学会多元化地看待偶像,并促使学生心甘情愿地接受其榜样教育。

■ 疏导性原则

偶像——榜样教育倡导加强对偶像认知的疏导工作。青少年学会批判性地接受偶像,关键在于教师怎样引导学生理性判断其偶像,把偶像当平常人来看待。疏导性原则主张尊重学生的个性,对学生的榜样选择实施因材施教,对教学过程实施启发互动,以最大限度地鼓励学生参与榜样教育过程。疏导性原则力图引导青少年从才能特征、人格特征、奋斗经验、生活智能的层面看待偶像,使其榜样学习有明确方向。

■ 自助性原则

偶像—榜样教育倡导通过榜样教育提高学生的自助能力,这主要体现在学生的批判思维能力、自我定向能力、独立决策能力等方面。依照罗杰斯的心理咨询理论,“助人自助”是助人成长的最高境界:它既帮助来询者解决实际问题,也帮助他提高独立解决问题的能力。由此,自助性原则力图摆脱那种一步到位、大包大揽似的教学模式,而是采取启发互动的教学方式来促进学生的独立思考和自助能力。

综上所述,传统的榜样教育多将偶像与榜样对立起来,这忽略了偶像的榜样功能,偶像—榜样教育旨在提炼偶像的榜样功能,使学生学会对偶像加以批判性接受,这会为学校德育和家庭教育提供无穷的资源市场。传统的榜样教育还将榜样教育等同于道德教育,这势必导致榜样教育的单一化,偶像—榜样教育强调榜样选择与认同的多元化,增加不同偶像—榜样类型之间的交叉渗透,以增强偶像—榜样的真实性和亲和力。传统的榜样教育多将榜样树立成“高、大、全”似的人物,这使得榜样与学生之间有心理距离,缺乏同感共鸣的基础。偶像—榜样教育力图拉近个人与偶像的心理距离,以平常心接受偶像。

值得强调的是,偶像—榜样教育不是要取代榜样教育,而是要拓展榜样教育的新空间。榜样教育在内地的德育结构中一向占有重要的地位,其生存空间不可否定,也不容否定。偶像—榜样教育力图本着实事求是的精神,就如何面对“化偶像为榜样”这一时代命题提出笔者的思考。

偶像探视 38 洪战辉 掀起净化心灵的热浪

“回过头来看看自己走过的路的时候,也感到很难,但是我觉得本来做的事情很简单,能够做好就是因为坚持。”——摘自洪战辉日记

洪战辉是河南西华人,家庭贫困且屡遭变故,在高中阶段曾一度辍学。但他却十二年如一日抚养一个被遗弃的小女孩,视其为亲妹妹,并用打工所得供其读书。洪战辉在艰苦的生活中自强不息并考上了大学。洪战辉的事迹经过媒体报道后,再一次激发人们的感动和爱心,在全社会掀起了净化心灵的热浪。

2003年,洪战辉考入远在湖南的怀化学院经济管理系。“我一直以来想读北大,想到北京读书。”洪战辉告诉记者,自己原来一直跟妹妹许诺,考上北大后带她去北京玩。所以高考成绩出来后,当时一度感到很失落。“妹妹倒是没有太失望,她失望的是最开始没能跟我一块来怀化。”

2004年的暑假,洪战辉没有回家,他要利用假期挣够下学期的学费。暑假前,洪战辉为来到怀化的妹妹取了个小名——小不点。妹妹先暂时寄住在一个老师家,后来又转到女同学的宿舍住了一段时间,慢慢地,当社会各界知道洪战辉的情况后,不少人提供财力、物力的帮助,但被他谢绝了:“不接受捐款,是因为我觉得一个人自立、自强才是最重要的!苦难和痛苦的经历并不是我接受一切捐助的资本。一个人通过自己的奋斗改变

自己劣势的现状才是最重要的。我现在已经具备生存和发展的能力。这个社会上还有很多处于艰难中而又无力挣扎出来的人们,他们才是我们现在需要帮助的。”

学院领导也被洪战辉的事迹感动了,破例单独给他安排了一间寝室,方便他照顾妹妹。在学院的帮助下,洪战辉还在学院附近的怀化市鹤城区石门小学为妹妹办好了插读手续。

妹妹重新回到了学校。一早,她背着书包去上学;中午,在校吃中餐;回到学院寝室后,哥哥还给她补习功课,教她说普通话。小不点变得越来越懂事了,她学会了做饭,有时候哥哥出去推销东西回不来,她就一个人做完饭后等着哥哥回来吃。

每次看到哥哥不高兴,小不点都会记在心里。她听哥哥的话,尽力帮哥哥做事。哥哥销售电话卡时,去女生宿舍不方便,她会帮着一个一个宿舍去叫卖。路上看到空瓶子,她也会捡回来。2004年农历五月二十五,这天是洪战辉的生日。洪战辉的手机响了,他一接听电话才知道,原来是妹妹拨打电信业务为自己点播了一首生日祝福歌。这么多年来,他从没跟人说起过自己的生日,但年幼的妹妹却记住了他的生日,洪战辉的眼眶湿润了。这天晚上,小不点放学回来,还为他送上了一只自己折的纸鹤。小不点说:“哥哥,这是学校里的姐姐教我的,好难折,我还是折成了,我没钱,不能买什么东西送给你,就送这个了……”

“这个时候,我是最幸福的!”洪战辉眼睛再次湿润了。

正如洪战辉自己所说,他的生活从没希望中走出了希望。他高兴地告诉记者,考入大学后,每年春节回家,都能欣慰地看到久病的父亲病情大有好转;2004 年底,母亲也感到了愧疚,回到了久别的家中;在外漂流了多年的弟弟现在也有了消息。我作为普通人,还会一如既往地去做我该做的事情,去尽我该尽的义务和责任,平和、静心、无悔、无愧地走完这一生几十年,不是很好吗?

来源:新华网,2005 年 12 月 29 日,《洪战辉,我们为你感动》

点评:

同走红的超女相比较,洪战辉代表的是一种凡人的不平凡的亲情与韧性,在他身上,透出的是一种朴实的道德力量,这种力量有别于时尚明星的感召力,又是一种亟待发扬的榜样的力量。而超女代表的是一种不涉道德的平民英雄文化,但在公众眼里,这已然成为 80 年代后的新生代们的两种精神偶像,紧密地关系着年轻人的价值取向。

根据一份调查显示,洪战辉已经被多数人视为是国家和民族需要的社会道德偶像,但在一部分青少年那里却受到冷落。我们,是不是该好好反省一下我们的榜样—偶像教育了呢?

39. 什么是偶像—榜样教育的实施方法

怎样引导青少年理智、客观、实事求是地看待偶像,通过对他们的认同和模仿实质行为来增强自我的信心和成长动力,将是社会面临的巨大挑战。在此当中,我们应该帮助青少年认识到每位偶像其实是有其独特之处的,青少年应发掘出其偶像奋斗的历程和其锻炼所付出的苦功,走出偶像的光环,从这些人物身上汲取努力成才的养分。

■ 批判性接受偶像

青少年学会批判性地接受偶像,其关键在于学会将所有偶像都加以榜样化,而偶像榜样化的关键在于认同偶像的成功经验或人格特征,以化对偶像的敬仰为自我成长的动力。一般说来,偶像颇具理想性和幻想性功能,而榜样则多具实用性、现实性和替代性功能。笔者曾提出,榜样是一种现实化、世俗化、功利化和平凡化的形象树立。其中偶像榜样化就是理性化、批判性地看待偶像的价值和特征,把偶像当平常人来看待,加强其榜样学习。

积极帮助青少年对自己所崇拜的偶像建立以特质为核心的社会学习和依恋,而不是建立以人物为核心的社会学习和依恋,以促

进其个性成长。由此,无论是对明星偶像,还是对杰出人物偶像,单一化的认同必然导致盲目崇拜,多元化的认同必然导致批判性学习。

此外,青少年偶像崇拜多注重偶像明星的青春貌美、才艺或反叛性格等特点,而缺乏对其成功背后的努力及人格塑造方面的认同。所以,青少年还宜多从不同层面来认同偶像(如形象特征、才能特征、人格特征和偶像的奋斗成功经验等),学会从不同层面接受同一位偶像,再从不同偶像身上吸取同一养分。这种多元化的偶像认同方式不仅可促使青少年避免盲目跟随偶像的表面行为,也会提高青少年“追星”中的批判意识,降低其盲从性和极端行为表现。其实,问题的核心不在于怎样阻止青少年追逐明星人物的风采,而在于怎样有效地引导青少年把心中的偶像化作为成功人士的榜样。

■ 多元选择偶像

青少年宜多选择不同类型的人物为偶像,这当中既包括明星偶像,也包括杰出人物偶像及身边的亲朋好友等。这样做会促使青少年学会从不同偶像身上吸收有利于个人成长的养分,并把偶像当作人生的榜样来学习,而非当神明来供奉。在这当中,青少年要加强对杰出人物偶像的崇拜和认同,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、气质性特征和成就性特征,并从中获取最大的精神享受。杰出人物的吸引力是其人格感召力,它可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。

青少年的偶像文化本质上是商品文化,以娱乐消费为核心目标,给人带来的满足也主要在物欲、情欲之层面上。这不利于对青少年的自我成长,而多元选择偶像可弥补这一不足。

总之,有别于传统的榜样教育模式,偶像——榜样教育是采用批判化、多元化、自主化的发展模式,大胆地承认学生自己选择的偶像,并以此作为榜样教育的基础。它采取的是一种“大禹治水”的智慧,不是去堵,而是去疏导。疏导的任务,不是灌输某种教育价值,而是提供有意义的价值内容及以多样性的价值形式,帮助青少年对偶像价值做出自己的判断和评价。国内学者周国平说:对于音盲来说,贝多芬是不存在的;对于画盲来说,毕加索是不存在的;对于只读流行小报的人来说,从荷马到海明威的整个文学传统是不存在的^①。面对青少年的偶像崇拜文化,教育工作者必须用真正具有精神价值的文化生活丰富青少年的灵魂世界,培养他们对流行价值的文化欣赏能力。

偶像探视 39 你知道孩子心中的偶像是谁吗

“同学们,你们心中有自己的偶像吗?请有的举黄牌。”现场80%的学生都举起黄牌。“家长们,请问你们知道自己孩子的偶像是谁吗?请知道的举黄牌。”全场100多位家长只有两人举起

^① 引自薛晓阳:《青少年偶像崇拜:一个值得关注的教育问题》,《思想·理论·教育》,2005年第1期,33—36页。

黄牌。“请问家长们,你们赞同孩子追偶像吗?赞同的举黄牌。”又只有两位家长举黄牌。

“追星浪费钱又浪费时间!”“追星去了哪还有心思学习啊!”“那些明星都乱七八糟的,孩子看样学样,学坏了怎么办!”家长们纷纷表示了自己的担忧。但其中也有不反对孩子追星的家长,“我儿子特别喜欢成龙,尽管成龙的电影多是武打的,孩子沉迷这些不好,但成龙也有些好的行为,只要适当地引导还是好的。”这位家长的发言博得了孩子们的阵阵喝彩。

这组画面来自于一场“与孩子的心灵对话”小组讨论。你知道孩子心中的偶像是谁吗?你赞同孩子以明星为偶像吗?你会与孩子一起欣赏他的偶像吗?

现场专家认为,追星不是洪水猛兽,关键在于家长如何引导孩子,方法得当,偶像可以成为家长们走进孩子内心世界的最好切入点。在孩子们心中,明星代表着一种时尚和潮流,他们很容易被这些吸引。这是青少年的一种正常心理状态,家长们不应一味否定。尤其处于叛逆期的孩子,否定他们偶像很容易引起他们的逆反心理,进而听不进家长所有的话。家长们或许可以试试,心平气和地与孩子一起欣赏他们的偶像,引导孩子学习明星们努力奋斗的精神,学习他们好的行为,对明星的不当行为也先不要指责,而是拿出来和孩子讨论、分析,从而给孩子正确的指引。

摘自《佛山日报》2006年9月25日

点评：

一位中学生曾经在日记里这样写道：九门主课，十年寒窗，我们并不抱怨，只是对于那尚未成熟的大脑来说，实在是极大的负担。因此我们常常需要一些润滑剂，使被“XYZ”和“之乎者也”阻塞住的大脑机器重新运行。这段描述充分反映了应试教育所带来的学业的重压与青春梦幻之间的矛盾。这就告诉我们，教育工作者在一味批评青少年过度追星的同时，是否也应该反思一下“我的教育方法是否正确”，“我是否能倾听孩子的心声”这些现实问题呢？

40.

什么是榜样——偶像教育的实验案例

就心理学而言，偶像认知(idol perception)泛指人们对所敬仰人物之外、产生内在特征的认识与理解。而榜样化偶像认知(emulative idol perception)泛指人们对偶像的认知侧重在其可模仿性、可替代性方面，如偶像的成熟性格、为人、举止、风度、成就、谋略等人格魅力特征上，而非在其理想化、神圣化方面，如偶像的美好容貌、身材、动作、发型、财富、知名度、生活方式等形象魅力特征

上。换言之,榜样化偶像认知旨在化表层性偶像崇拜为实质性偶像崇拜,进而强化对偶像的榜样学习与认同。

如何将偶像—榜样教育的理念应用到实际教育工作中,很多学者也在探索之中。例如,Gash 和 Conway 曾通过对美国和爱尔兰的青少年偶像崇拜进行了一项教育干预实验,它证明青少年可根据偶像信息转化而改变对原有偶像人物的认知,并采用更积极的态度来面对偶像崇拜^①。但偶像榜样化的实验研究可谓凤毛麟角,且缺乏完整的理论阐述,笔者遂于中国的香港及深圳进行实验,试图找出更多有关偶像榜样化的研究资料。

该实验分别在香港选取了 1 651 名中学生和深圳选取了 773 名中学生,以偶像巨星刘德华为目标,运用启动效应(priming effect)的原理,通过框架转换(frame switching)的实验方法,揭示刘德华在演艺生涯中奋斗成功的一面来强化青少年学习偶像的倾向,从而化非理性、非批判、沉迷式的偶像崇拜模式为理性的、抽象的、反思的偶像崇拜模式。

在日常生活中,每个人遇见先前所接触的提示(exposure)(例如,辨识文字或物体)时,其随后的行为表现都会变得比较有效率(例如,增加行为表现的正确率或是加速行为的表现),这种启动理论(priming theory),常被用来研究人类的认知历程。

Berkowitz 和 Alioto 在 1973 年做了一组经典的启动效应

① Gash, H., & Conway, P. (1997). Images of heroes and heroines: How stable? *Journal of Applied Developmental Psychology*, 18, 3, 349—372.

实验^①。他们给两组实验人员在观看一场拳击比赛前分别提示失利者正面或者负面的特性。结果显示,受正面特性启动(primed)的被试者会因“英雄人物”的失利而惋惜,而受负面特性启动的被试者会因“坏小子”的失利而喝彩。Keating, Randall 和 Kendrick 在改变美国总统的细微面部形象后发现^②,被试者对政治领袖的人格映射随之发生改变。类似的,Hong, Morris, Chiu 和 Benet-Martinez 利用框架转换的实验方法来观察文化启动效应^③。在框架转换的实验中,受先行相关提示启动的参与者(例如,某种特定的文化象征符号)会因此增强对该种文化的崇敬和接纳度。Hong, Chiu 和 Kung 证实^④,接受中国传统文化启动的香港学生会加深对中国社会传统价值观的认可。同样的,Kemmelmeier 发现^⑤,接

① Berkowitz, L. & Alioto, J. T. (1973). The meaning of an observed event as a determinant of its aggressive consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(2), 206—217.

② Keating, C. F., Randall, D and Kendrick, T. (1999). Presidential physiognomies: Altered images, altered perceptions. *Political Psychology*, 20(3), 593—610.

③ Hong, Y., Morris, M., W., Chiu, C., & Benet-Martinez, V. (2000). Multicultural minds — a dynamic constructivist approach to culture and cognition. *American Psychologist*, 55(7), 709—720.

④ Hong, Y. Y., Chiu, C. Y., and Kung, T. M. (1997). Bring culture out in front: Effects of cultural meaning system activation on social cognition. In K. Leung, Y. Kashima, U. Kim and S. Yamaguchi(Eds). *Progress in Asian Social Psychology*, 1, 135—146. Singapore: Wiley.

⑤ Kemmelmeier, M. (1998). *What's in an American flag? National symbols help reinforce cultural values*. Paper presented at the Annual Scientific Meeting of the International Society of Political Psychology, Montreal, Canada.

受美国文化象征启动的美国学生会加深对美国独立自强的文化价值的认同。

在“变天王为华仔”的启动效应实验研究中,有三项基本假设:

① 接受偶像魅力信息启动的学生,会出现明显较高的表层性偶像崇拜;而接受偶像成就信息启动的学生,会出现明显较高的实质性偶像崇拜;

② 男生比女生较多出现假设一的情况,因为男生多关注偶像人格和成就等特征;

③ 内地学生比香港学生较多出现假设一的情况,因为香港学生的偶像选择多受娱乐传媒的影响,而内地学生的偶像选择多受传统价值观和教育环境的影响。

本实验的方法,建立在两个启动条件上:成就信息启动条件(achievement prompt condition)和魅力信息启动条件(glamour prompt condition)。其中前者提示有关偶像的个人奋斗、事业沉浮及成功人格特质的信息,主要内容包括刘德华的人生哲学、奋斗历程及成功人格特质;后者提示有关偶像的个人财富、声望及事业辉煌的信息,主要内容包括刘德华的个人财富、辉煌成就及个人崇拜。此外,还设立了一个控制组条件,它只要求被试者以个人—偶像为对象完成一份有关偶像崇拜的问卷。

本研究选取刘德华为代表性偶像研究个案,是因为作为影视歌三栖明星,无论在香港还是内地,刘德华都拥有非常高的知名度。同时,在个人成就方面,他还获得过“香港十大杰出青年”和“当代

100名杰出华人”等奖项。并且根据香港学者一项《香港人心目中的英雄人物问卷调查》表明^①,在前十位英雄人物当中,刘德华是少有的几位获选的明星偶像,且名列第六,可见他的受欢迎程度。

本研究使用的量表为偶像崇拜问卷,它包括表层性偶像崇拜和实质性偶像崇拜两部分。前者细分为偶像光辉化、理想化和浪漫化三个条目,后者细分为偶像认同、榜样学习及情感依恋三个条目。它们均可视作该研究的因变数。为确保问卷的质量,本问卷曾先向香港和内地共 763 名学生预试做答卷,信度维持在 0.701 至 0.895 的区间范围内,并按其预试结果做出了一些调整。

■ 偶像崇拜之三种启动效应下程度差异

实验结果表明,受成就信息启动的学生,比受魅力信息启动的学生,出现较高的偶像崇拜现象。

具体来说,就香港被试中学生而言,除了偶像浪漫化和偶像亲密化两个条目,被试者在成就信息启动下的偶像崇拜得分均高过在魅力信息启动下的偶像崇拜得分,且偶像理想化与偶像榜样化的差别具统计显著性。就深圳被试中学生而言,除了偶像浪漫化的条目,被试在成就信息启动下的偶像崇拜得分均高过在魅力信息启动下的偶像崇拜得分,且偶像理想化与偶像亲密化的差别具统计显著性。

① 黄成荣、江耀华:《香港人心目中的英雄人物问卷调查 2004》,香港城市大学应用社会科学系及香港电台,2004 年。

值得一提的是,接受魅力信息启动的两地被试者,较接受成就信息启动的两地被试者表现出更低的表层性偶像崇拜意向;而接受成就信息启动的两地被试者较接受魅力信息启动的两地被试者表现出更高的实质性偶像崇拜意向。还值得一提的是,香港被试者在成就信息启动下的偶像榜样化得分明显高于在魅力信息启动下的得分,且得分与控制组的得分十分接近。这表明,被试者在成就信息启动状况的偶像榜样化,与控制组之个人自选偶像的偶像榜样化没有明显差距;而内地被试者在成就信息启动下的偶像亲密化得分明显高过在魅力信息启动下的得分。最后值得一提的是,两地被试学生在魅力信息和成就信息启动下的实质性偶像崇拜得分均大大高过他们在表层偶像崇拜上的得分。这似乎说明,两地被试者对刘德华的崇拜程度均因有关其个人奋斗、事业沉浮及成功特质的情况介绍而得以提高。

综上所述,假设一得到了部分的验证,即接受偶像魅力信息启动的被试者并没有出现较高的表层性偶像崇拜意向,而接受偶像成就信息启动的被试者则表现出较高的实质性偶像崇拜意向。

■ 偶像崇拜启动效应之性别差异

就男被试中学生来说,被试在成就信息启动下的得分,明显高过在魅力信息启动下的得分,且全都具有统计显著性。就女被试中学生来说,被试者在成就信息启动下的得分,只有偶像光辉化、偶像理想化、偶像榜样化、偶像亲密化的得分高过在魅力信息启动下的得分,仅偶像理想化的差异具统计显著性。值得一提的是,男

被试者在成就信息启动状况下的偶像崇拜得分均十分接近自选偶像崇拜情况的得分。

综上所述,男被试者的确较女被试者更易受成就信息启动效应的影响。由此,本研究的假设二之魅力信息启动的性别差异没有得到验证,而成就信息启动的性别差异得到了很好的验证。

■ 偶像崇拜启动效应之地域差异

两地被试中学生在表层性偶像崇拜上没有表现出明显的地域差异,却在实质性偶像崇拜上表现出明显的差异。深圳男、女被试中学生的实质性偶像崇拜得分均高过香港男、女被试者的实质性偶像崇拜得分。

由此,本研究的假设三之魅力信息启动的区域差异没有得到充分验证,而成就信息启动的区域差异则得到了很好的验证。

本研究以刘德华为个案,调查了香港和内地的中学生在偶像认知之启动效应的情况。结果表明,两地学生在成就信息启动下,对刘德华的整体偶像崇拜程度均高过他们在魅力信息启动下的整体偶像崇拜程度,并十分接近于控制组自选偶像的崇拜程度。此外,两地学生对刘德华的表层性偶像崇拜并没有随着魅力信息的启动而得以提高,但其对刘德华的实质性偶像崇拜却随着成就信息的启动而有明显提高。这说明,两地被试者皆会因成就信息的启动而强化实质性偶像崇拜的意向,却不会因魅力信息的启动而强化表层性偶像崇拜意向。这一发现不仅证明不同信息的启动可以改变青少年对偶像的认知,也证明成就信息的启动效应较魅力

信息的启动效应对青少年的影响更为明显。它突出地证明了榜样—偶像教育在实施过程中的可操作性。偶像崇拜是可以转化为榜样学习并可通过偶像认知榜样化推动青少年的心智成长。

由此,这项研究清楚地找出了青少年之偶像崇拜行为也有其良好的一面。传统上,父母与师长均认为偶像崇拜行为有百害而无一利。成年人不单会担心孩子在追星过程中花费金钱购买与歌星有关的产品或演唱会门票等,也担心孩子们夜以继日地等待偶像以及因为常常出席追星活动而荒废学业。当然,他们最担心的是孩子们学习了偶



刘德华在演唱会上

像的不良习惯和人生价值观,例如过分追求物质生活,没有脚踏实地地做事情,在娱乐圈中夜夜笙歌的生活习惯及习染滥药或性放纵等不良行为。然而,这次研究的结果指出魅力信息的影响远不及成就信息的影响。作为父母及师长,其实并不需要替孩子/学生们过分担心。相反地,我们更应把握青少年偶像崇拜的机会,启发孩子寻索偶像的成就信息,从而让孩子们明白每位歌影视红星的成功均必须要努力和逆境自强才能达到。这种互动及启发的过

程,正是一种生命教育的机会,也是榜样——偶像教育的精华所在。

总之,类似“变天王为华仔”的偶像榜样化之实验研究旨在建立一个多元化、层次化的偶像崇拜模式,以淡化青少年对偶像的顶礼膜拜,强化对偶像的榜样学习,学会从不同层面接受同一位偶像,再从不同偶像身上汲取同一养分。这种多元化的偶像认同方式不仅可促使青少年避免盲目跟随偶像的表面行为,也会提高青少年追星中的批判意识,降低其盲从性和极端行为表现。

偶像探视 40 明星们成名前的职业

明星们并不都是生来就为明星的。他们在成名前,也有可能只是默默无闻的打工小弟,但是通过他们的持续努力和勤奋,终于成就现在的明星地位。这就说明,青少年的偶像崇拜,其实更应该关注明星本身奋斗的一面。

张柏芝:酒楼点心妹

李若彤:空姐

周迅:廉价挂历明星

章子怡:榨菜美眉

王姬:旅馆经理

张惠妹:台东农民

郭富城:冷气技工

李宗盛:送气工人、业务员

周润发:酒店小弟

王杰:全能打工仔

朱孝天:快递员

阿杜:工地监工

迪克牛仔:挑砖工人

梁朝伟:电器售货员

刘德华:洗头仔

何家劲:搬尸工

古天乐:货真价实古惑仔

来源:《文化报》2006年9月21日

点评:

其实,偶像也是和我们一样的人,共食人间五谷杂粮,同怀一颗永不泯灭的追求与探索之心。当我们走近偶像,透过那七彩光束的炫耀,并不难窥见:置于明星身后的依然是一条条普通的小路。生命之初,他们也同我们一样平凡地降临于世,发出相同的啼哭,那骤然响起的掌声,原本是对他们艰难跋涉,执著追求精神的歌颂。成功的花环,乃是沉默已久而爆发的辉煌。我们崇拜心目中的偶像,就是要将他们高尚的品质,执著的追求,坚定的信念融在自己年轻的生命里,迸发出更多希望的火光。

岳博士论积极的青少年偶像崇拜

- ❖ 青少年喜欢一个偶像人物,本质上还是为了更好地激励自我和塑造自我,以获取个人生活和事业上的更大成功。
- ❖ 青少年苦苦寻觅着自己的偶像,其实是在寻找自己生命的节奏,是在选择天空一隅属于自己的星座,是在企盼属于自己的辉煌。
- ❖ 当青少年走近自己的偶像时,想象中的理想化、诗意化的光环注定会逐渐黯淡,盲目的狂热最终会渐渐消退。
- ❖ “明星”和“偶像”是许多青少年心中的完美,是他们理想中的自我,但也是难以实现的青春之梦。
- ❖ 失去理性的狂热的崇拜会使青少年年轻的心受到束缚,从而不自觉地将自己真挚的感情钝化、扭曲为极端的偶像崇拜行为。
- ❖ 偶像崇拜的负向效应表现为:青少年极易陷入盲目性和狂热性的情绪状态;造成青少年价值观的狭隘和扭曲;诱使青少年拒绝现实生活,使他们迷恋或向往远离现实的人格形象和生活方式,形成不切实际、好高骛远的心理与行为特点。
- ❖ 偶像崇拜与榜样教育之间一直存在着对立:学生崇拜的偶像冲击学校榜样教育的推广效果;学校树立或推广的榜样却不被学生所真心接受。
- ❖ “偶像—榜样教育”旨在接受青少年偶像崇拜的客观事实,加强对偶像功能的认知疏导,协调偶像崇拜与榜样教育的矛盾冲

突,培养学生的批判意识,调动学生参与榜样学习的积极性,化偶像为榜样,最终开拓榜样教育的新方向、新资源与新模式。

- ❖ 偶像崇拜的“大同世界”是“我学人人,人人学我”的境界,是偶像崇拜的“卡拉 OK”境界。
- ❖ 偶像—榜样教育与传统的榜样教育不同,它主张采取的是一种“大禹治水”的智慧,不是去堵,而是去疏导。
- ❖ “偶像—榜样教育”具有合理性和可操作性:偶像明星可以通过揭示其奋斗成功的一面来强化青少年学习偶像的倾向,从而化非理性、非批判、沉迷式的偶像崇拜模式为理性的、抽象的、反思的偶像崇拜模式。