

# 意义分析视角下的青少年偶像崇拜心理

曾 慧

福建师范大学心理学院, 福建 福州

收稿日期: 2023年10月8日; 录用日期: 2023年11月18日; 发布日期: 2023年11月29日

## 摘 要

青少年偶像崇拜是当今普遍的社会现象, 也受到了研究者们的关注。从意义分析疗法的视角来看, 偶像崇拜是青少年探寻自己生命意义的渠道之一, 青少年在偶像崇拜的过程中能够通过创造、爱和苦难的方式体会到相应的创造性价值、体验性价值以及态度性价值, 进而获得属于自己的独特生命意义。理解青少年偶像崇拜的心理, 有助于引导他们通过健康的偶像崇拜行为形成稳定的自我, 为其顺利过渡到成年角色奠定基础。

## 关键词

偶像崇拜, 意义分析, 生命意义

# The Psychology of Adolescent Idolatry from the Perspective of Logotherapy

Hui Zeng

School of Psychology, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

Received: Oct. 8<sup>th</sup>, 2023; accepted: Nov. 18<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 29<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

Youth idolatry is a common social phenomenon nowadays, which has also attracted the attention of researchers. From the perspective of Logotherapy, idol worship is one of the methods for teenagers to explore the meaning of their own lives. In the process of idolatry, teenagers can experience the corresponding creative value, experiential value and attitude value through the ways of creation, love and suffering, and then obtain their own unique meaning of live. Understanding the

psychology of idolatry is helpful to guide teenagers to form a stable self through healthy idolatry, laying the foundation for their smooth transition to adult roles.

## Keywords

**Idolatry, Logotherapy, Meaning of Life**

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

## 1. 引言

偶像崇拜是青少年社会化发展过程中所产生的一种较为普遍的社会心理现象。我国大多数学者认为自 2005 年《超级女声》节目播出后，我国偶像崇拜的浪潮开始兴起[1]。而 2018 年起以腾讯、爱奇艺两大平台为首推出的《创造 101》《偶像练习生》系列选秀节目再次引发全民“pick”偶像的狂欢，由此“养成系偶像”这一全新的偶像生产模式进入大众视线，中国也进入了新的偶像工业时代[2]。而时代发展至今，偶像崇拜开始变得普遍化、多元化，几乎所有的青少年都有自己的偶像，但不仅仅局限于大众认为的“爱豆”，还包括影视演员、歌手、主持人、运动员、科学家甚至虚拟 AI 角色等等[3]。

以往的学者认为青少年崇拜偶像的过程也是一个心理认同的过程，它为粉丝提供了一个不同于传统分类的群体身份，让他们能体验新的情感、创造新的经验，因此合理适度的偶像崇拜可以对青少年身心健康起到一定程度的导向、辅助作用，但是在这样的认同过程中，个体不止对群体产生了群体认同，对于偶像也将其视作了自己人生的一部分，因此群体利益、偶像利益都化作了自我利益，当自己属于的粉丝群体受到威胁时，粉丝会愤怒、攻击威胁的对象，当偶像遭遇危机时，粉丝会产生“拯救偶像”的使命感，拼尽全力维护他[4] [5] [6] [7] [8]，由此便引发了病态的偶像崇拜行为，不仅对青少年自身发展不利，还造成了社会的不便，青少年偷用家长账号“非法集资”、为了追偶像围堵机场、商场等公共场合等负面社会新闻屡见不鲜。

过去的研究中主要采用了以下两个心理学派的观点对青少年偶像崇拜现象进行解释，一是精神分析学派，如史佳露以埃里克森的自我同一性理论为基础，认为青少年对偶像的崇拜是为了实现对自我同一性的确认[9]；而龚超和吴进华则从自体心理学角度出发，认为青少年的合理偶像崇拜是心理发展的正常表现和结果，是为了满足其镜映自体客体需要、理想化自体客体需要以及孪生自体客体需要[10]；二是人本主义学派，认为偶像崇拜是出于青少年自我实现的需要，将自身对成功的诉求转化为对明星的崇拜，在他们身上寻找自身的未来，其次偶像崇拜也是出于归属的需要，处于青春期阶段的青少年有强烈的寻求归属于某个同伴群体的需要，因此无论是主动崇拜还是被动崇拜，青少年为了获得与团体的一致性而不被孤立，偶像崇拜是最好的手段[11]。

青少年时期是个体一生发展的关键时期，一方面，偶像是青少年心灵的寄托，偶像崇拜丰富了青少年的精神生活，满足了他们的文化娱乐需要，但另一方面，在青少年的价值观、人生观和世界观尚未完全形成、认知判断能力不够成熟的情况下，青少年的偶像崇拜极易表现出盲目性和过激性，不利于青少年的身心健康发展。对青少年偶像崇拜现象进行研究，了解青少年的内心世界，理解他们崇拜偶像的目的和原因，有助于及时、正确地引导青少年健康成长。

## 2. 弗兰克尔的意义分析与青少年偶像崇拜

### 2.1. 弗兰克尔的意义分析

意义分析疗法(Logotherapy)是弗兰克尔在吸收存在主义和人本主义心理学、超越了弗洛伊德精神分析和阿德勒个体心理学局限性的基础上,结合自身在集中营的经历提出的一种心理治疗理论和方法。意义分析理论包括三种相互联系的基本假设:意志自由、意义意志以及生命意义,意志自由是指人类完全具有精神上的自由、态度上的自由,该理论认为虽然免不了受到环境的影响,但人们依旧可以选择自己的态度和立场,能够把握自己的命运,拥有自己独特的人生;意义意志即是追求意义的意志,弗兰克尔认为人的本性就是追求人生意义的,它是个体精神层面上的主动选择,人的最基本的动机就是在存在中尽可能地发现更多的意义、实现更多的价值;最后,弗兰克尔认为生命意义具有两重性,既有客观性又有主观性,一方面意义是可以发现的,它本身就具有现实性,是我们无法改变的,另一方面,每个人的生命意义又具有独特性,不同的人具有不同的生命意义,即使是同一个人在不同条件下其生命意义也不同[12][13]。对于个人而言,个体便是兼具这样的意志自由和意义意志的存在,当人们以此二者为基础去追寻存在价值之时,生命意义便会逐渐得到彰显和充盈[14]。整体理论重点关注人的生命意义所在,并提出了发现生命意义的三种途径:创造或工作、爱和苦难,通过这三种途径个体能感知到相应的创造性价值、体验性价值和态度性价值三种价值,实现生命的意义。

随着我国社会经济的飞速发展,社会生产力得到极大的提升,虽然人们的物质生活越来越富足,但人们的精神压力也日益凸显,生活节奏越来越快、无数的压力和冲突、找不到自己日复一日工作生活的意义等等导致大众产生身心分离的疲惫感和孤独无助感,最终体验到“存在空虚”,甚至患上抑郁、焦虑等。现代人群普遍存在的精神焦虑和存在空虚感正是意义分析疗法的治疗指征,它为解决人们的心理障碍提供了新的方法,同时与传统精神分析或行为主义疗法完全不同的理论方法使得意义疗法对于正常人的生活也具有指导作用,能更好地应用于当今社会人们所面对的问题。本研究即从这一新的视角来探讨青少年的偶像崇拜现象。

### 2.2. 偶像崇拜是青少年探寻生命意义的渠道之一

我国文化背景下,青少年在生活中的大多数决定都听从于父母,学习什么技能、交什么样的朋友、未来读什么专业、成为什么样的人,他们的人生大多都在父母的规划下,不是在做其他人做的事,就是在做其他人希望他做的事,由此产生了存在空虚感,心烦意乱但又不知道烦的是什么事。但与此同时青少年正处于独立自主意识的觉醒期,尤其是现今00后、10后等生长环境的不同导致他们的自主意识和需求更为强烈,他们追求自由,渴望他人能像对待成人一样对待自己,渴望找到自己存在于这个世界的意义和独特性。因此在心理上青少年会开始远离父母,试图切断原本所依赖的情感支撑、选择向外拓展以证明自己的独立,在行为上他们则会不断尝试能证明自我权力、自我意志和自我价值的活动。在如今这个娱乐活动相当丰富的时代,青少年通过各类网络媒体所能接触到的最多的信息就是偶像明星相关的信息,因此偶像崇拜成为了众多青少年选择的满足自身上述心理和行为需要的一种方式。

弗兰克尔认为人类存在的意义以人的惟一性和单一性为前提,但这个惟一性必须通过团体生活来实现。偶像为青少年与同龄人之间的交流提供了共同的话题,他们有着相似的价值追求和理想信念,在彼此认同过程中心理距离也在拉近,继而在虚拟网络或现实世界中聚集在一起形成高凝聚力的粉丝团体。Whiteman指出网络时代的网络粉丝社群具有较高的组织化程度[15],内部区分为路人粉丝、普通粉丝和核心粉丝等层级,随着青少年偶像崇拜的投入程度加深对应着前述三个粉丝等级,在这类似于“升级打怪”的粉丝“等级晋升”期间,青少年得以通过不同的途径找寻到自己的生命意义。

### 2.2.1. 通过创造或工作获得生命意义

通过创造或工作获得生命意义是指人应当从我们所给予生活的东西中，从我们的创造物中实现创造性价值，进而发现生命的意义。所谓创造性价值蕴含在日常的生活、学习和工作的创造过程中，具体来说，某种原本不存在的东西因个体的创造活动而出现，个体得以影响了环境，同时因创造得到别人的认可称赞；又或者个体通过工作产生成果，工作成果继而产生某种影响，都能使个体体验到充实、快乐和愉悦的感觉，进而感到自己的存在是有价值的、有意义的。

如今“赋权式粉丝”模式是偶像崇拜的主流，所谓“赋权式粉丝”大致表现为粉丝除了“养成”偶像外，还承担着“经营者”和“推广者”角色[8]。粉丝中很大一部分人会在崇拜偶像的过程中，主动地去学习包括文学创作、剪辑、第二语言、周边设计等在内的技能，并以偶像的影视资料、生活经历等进行再生产，即所谓的“二创”，这是一种主动性的、充满激情的创作过程。而在现今社交媒体十分发达的今天，微博、B站、抖音、小红书、Lofter等等平台都成为了这些粉丝分享自己创作出的“作品”的渠道，平台的其他用户即是数量庞大的潜在观众，一个好的二创作品在这些平台可以收获上百万甚至更多的播放量，同时也可以为粉丝所崇拜的偶像“引流”，使得偶像获得更多人的关注。对于粉丝而言，自己的作品收到同为粉丝或者路人的肯定，偶像因为自己的作品得到了更多的关注，都会让他产生巨大的成就感，进而能因此体会到掌控感、胜任感以及自己存在的意义。

### 2.2.2. 通过爱与被爱获得生命意义

通过爱与被爱获得生命意义指的是体验某种经历感受，不管是结交某些人还是直接的爱与被爱，这种过程都可以丰富、提高人的生活经验，使其感受到体验性价值。

从直接的爱与被爱方面来说，彼此的爱，使被爱之人向所爱之人所期望的样子努力，让自己成为对所爱之人更有价值一般的存在，且无需回报，因为在努力的过程中，就会实现自我丰富，感受到幸福的价值[16]。在青少年偶像崇拜的过程中，青少年通常会把偶像当作可以倾诉的对象，通过譬如微博私信、评论、写信、参加专辑签售等不同形式和途径向偶像表达情感，“营业”的偶像也会相应的做出一些回应，而在这样的偶像粉丝双向交流的关系中，粉丝会对偶像产生浪漫式或认同式的依恋[17]，例如现在常见的所谓“女友粉”“男友粉”，甚至“妈妈粉”等等。不论是哪种粉丝，他们对于自己的偶像都会有一种“我要努力变得更好，变得更优秀以后去见他/她”的心态，并真正做出努力，还会在个人的朋友圈或微博平台晒出“凭证”，例如心仪大学的录取通知书、某类资格证书或是简单的个人小目标完成图等等，在他们为了变得更好的努力过程中，就感受到了快乐、实现了自我的丰富、自我的价值。

从结交到某些人这样的经历感受来说，King提出可以通过归属(关系)和行动(参与有意义的活动)的方式建立生命意义感[18]。大部分粉丝在偶像崇拜的过程中都会加入某个粉丝团体组织，在这样的粉丝团体内部，由于粉丝共同的崇拜偶像以及表现出的相似价值观和行为模式，使得粉丝很容易对粉丝社群产生情感认同和身份归属。另外，偶像粉丝群体间还会建立一种拟亲属感，他们通常有着统一的称呼，例如李宇春的粉丝叫“玉米”、TFboys粉丝叫“四叶草”等等，粉丝群体内部以“家人”相称，构建一种相隔万里的拟亲属关系。家庭是个体生命意义感最初的来源，个体往往在与他人的相互依赖中发现和创造意义感[19]。婴儿从出生开始便与父母相互依存，出于对关系的需求与渴望，父母和孩子共同构建一个家庭，这个家庭就被赋予了意义，家庭成员也由此获得了意义感[20]，而处于“心理断乳期”的青少年往往渴望独立，潜意识方面开始尝试从心理上远离父母以确认自我的独特存在，但又不能完全独立，远离父母让他们产生了无处依靠的危机感，因此他们又必须寻求一种能被接受的方式来化解这场危机，偶像粉丝群体的这种拟亲属感在某种程度上为青少年组建了一种新的“家庭”，在这样的家庭中，他们得以和“家人”相互依赖，发现和创造自己的意义感。

以如今的粉丝文化而言，粉丝仪式化行为是每个粉丝团体必不可少的特点，仪式化行为包括日常的超话签到、粉丝应援群打卡、偶像微博评论控评打卡等等，有时还包括一些特殊的周年纪念日活动，例如在 KPOP 粉丝圈中遇到偶像出道周年，就会有常见的广告应援打卡、粉丝特供咖啡店以及偶像歌曲随机舞蹈活动等。粉丝内部个体间其实存在着年龄、职业等差别，而粉丝社群组织的这些内部粉丝交往活动可以加强粉丝之间的社会关联，使得不同属性的粉丝群体间打破既有的物理边界和群体边界的区隔，构建统一的粉丝团体。此外，互动仪式链理论指出，仪式过程能够促进仪式参与者之间高度的积极互动 [21]，粉丝间的这种仪式化活动强化了粉丝个体与团体、社会间的潜在联结，促进了他们与他人形成积极人际关系，很多粉丝通过这些仪式化活动结交到同好，人际圈得到拓展，同时还能获得来自同好的积极关注和情感支持，使他们体验到自我价值，对自身的生命意义进行了积极建构和确认。

### 2.2.3. 通过苦难获得生命意义

弗兰克尔认为如果人能够勇于直面苦难的挑战，并尽全力去战胜甚至超越苦难时，就能从中实现自己的态度性价值并感悟生命的意义。所谓“苦难”并不单指生死存亡这样至关重要的时刻，任何使得个体遭受强烈痛苦的事件都可称作苦难。苦难是人获得生命意义的途径，但不是必要条件，如果通过苦难，人的能力得到增长，结交到某些人、有了某种感悟认识等等，那这个苦难就是有意义的，如果仅仅只是苦难，人在其中得不到除了痛苦以外的任何东西，那这个苦难就是没有意义的。

对崇拜偶像的粉丝群体而言，偶像塌房便是一种苦难。首先青少年崇拜偶像是对自己潜能的一种肯定，在偶像崇拜的过程中他们不可避免地将理想化的自己投射于偶像身上，对偶像产生认同和依赖，看着偶像成长、功成名就就好像是那个理想的自我获得了成功一样，而偶像塌房则是对青少年预示着理想自我的不可及，是对他们自我潜能的一种否定。那些偶像光环褪去后甚至还不如一些普通人，这种理想与现实的差距扩大了青少年现实自我和理想自我之间的差距，有碍于他们自我同一性的整合，造成同一性混乱，使其陷入迷茫与痛苦之中。其次，在现今粉丝经济文化下，青少年的偶像崇拜已经变成了一种情感投射和经济供养的异化追星模式，粉丝同时兼具追随者和消费者的双重身份 [2]，粉丝对偶像投入过多情感，偶像及其背后的资本亦迎合着粉丝的需求，主动营业给粉丝带去情绪价值，这样的正面强化使得粉丝不断加深情感投入；同时资本和一些大粉还会给许多粉丝灌输“不花钱就不是粉丝”“不给偶像花钱就是不爱他”等等“洗脑”言论，使粉丝不论是主动还是被动，都投入了大量金钱，这样高的情感和物质投入导致沉没成本也过高，想要在偶像塌房之后立即放弃这样的情感和关系无疑十分困难，放弃之后也很容易陷入巨大的空虚之中。

在偶像塌房之后，一部分人认识到过于理想的“我”很难在现实生活中出现，他们需要重新调整目标，重新建构理想自我，进行自我的再认识并选择从对偶像的过度沉迷中抽离出来，这样的新理想自我如果具备发展的可能性，就会成为青少年自我发展的现实动力，有助于他们顺利进行自我同一性的确立；此外，当青少年能理性看待偶像塌房后，他就能认识到在整个追星过程中，自己已经掌握了许多以前没有的技能、结识了众多有共同观念的好友，各方面自身都得到了成长。因此，即使偶像塌房给青少年带来了一定程度的痛苦，但从整体来说，整个偶像崇拜的过程对于他们仍旧是有意义的。

## 3. 结语

人的本性就是追求人生的意义的，偶像崇拜行为是青少年独立意识觉醒时期自主探索、追寻自己生命意义的渠道之一。青少年在青春期试图摆脱对父母的依赖并尝试能证明自我意志的行为，通过偶像崇拜他们能够找到新的情感寄托，不至于体验到孤独感，又能融入粉丝团体中参与对偶像的“塑造”，体验到掌控感和自己的存在价值。具体而言，崇拜偶像的过程中青少年能以创造、爱和苦难的方式体验到

创造性价值、体验性价值和态度性价值，进而获得自己独特的生命意义。

可见偶像崇拜不过是青少年心理发展过程中的一种普遍社会现象，合理的偶像崇拜有利于青少年的心理健康发展，可以促进青少年寻求更高的价值并为其进入成年角色奠定基础，避免其因找不到人生的意义感到自身存在的空虚，进而患上存在性神经症。了解青少年偶像崇拜的心理，有助于我们从不同方面对其展开帮助与引导：首先是在学校方面，教育工作者能够对青少年形成较为客观全面的认识，改进教育的方式，例如将偶像崇拜引入心理教育课堂中，将此过程已经出现的和可能出现的问题进行讨论，引导青少年对偶像崇拜行为进行思考；在家庭方面，家长能够了解孩子的内心世界，与他们形成共通的情感联结，针对孩子的偶像崇拜行为提出合理性的建议；而个人方面，青少年能够明晰自身行为，提高对偶像崇拜现象的判断能力，避免盲目偏激的崇拜行为。

## 参考文献

- [1] 吕鹏, 张原. 青少年“饭圈文化”的社会学视角解读[J]. 中国青年研究, 2019(5): 64-72.
- [2] 胡静凝. 情感依恋与消费理性: 偶像工业时代的“恋爱塌房”现象研究[J]. 当代青年研究, 2022(5): 49-56.
- [3] 谢晓林, 刘杨, 刁佳玺. 新时期偶像崇拜对青少年网络暴力行为的影响研究[J]. 心理月刊, 2022, 1(16): 12-15.
- [4] 蔡琪, 欧阳菁. 社会与传播事业中的“粉丝”文化[J]. 淮海工学院学报(社会科学版), 2007, 5(2): 73-76.
- [5] Stephan, W.G. and Stephan, C.W. (2017) Intergroup Threat Theory. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 13, 1-12. <https://doi.org/10.1002/9781118783665.ieicc0162>
- [6] Van Zomeren, M., Leach, C.W. and Spears, R. (2012) Protesters as “Passionate Economists”: A Dynamic Dual Pathway Model of Approach Coping with Collective Disadvantage. *Personality and Social Psychology Review*, 16, 180-199. <https://doi.org/10.1177/1088868311430835>
- [7] 申凡, 钟云. 网络粉丝群体心理研究[J]. 南京邮电大学学报(社会科学版), 2009(11): 27-31.
- [8] 闫文洁. “养成系”偶像及其“粉丝”文化的生成机制与内在逻辑——基于技术、文化与心理的多重视角[J]. 思想理论教育, 2021(8): 86-92.
- [9] 史佳露. 自我同一性视角下青少年偶像崇拜的因果分析[J]. 桂林师范高等专科学校学报, 2016, 30(2): 151-153.
- [10] 龚超, 吴进华. 自体心理学视角下的青少年偶像崇拜心理分析[J]. 兰州教育学院学报, 2018, 34(12): 158-159+166.
- [11] 黄涛. 青少年偶像崇拜心理学分析及教育对策[J]. 邢台职业技术学院学报, 2011, 28(16): 48-50.
- [12] 刘翔平. 寻找生命的意义: 弗兰克尔的意义治疗学说[M]. 武汉: 湖北教育出版社, 1999.
- [13] 维克多·弗兰克尔. 活出生命的意义[M]. 吕娜, 译. 北京: 华夏出版社, 2018.
- [14] 杨雅琴. 追寻生命的意义——弗兰克尔意义疗法述评[J]. 黑龙江教育学院学报, 2008, 27(1): 77-79.
- [15] Whiteman, N. (2009) The De/Stabilization of Identity in Online Fan Communities. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15, 391-410. <https://doi.org/10.1177/1354856509342341>
- [16] 周稳荣. 弗兰克尔的意义疗法研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2021.
- [17] 王桂丽. 新时代青少年偶像崇拜现象及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2021.
- [18] King, G.A. (2004) The Meaning of Life Experiences: Application of a Meta-Model to Rehabilitation Sciences and Services. *American Journal of Orthopsychiatry*, 74, 72-88. <https://doi.org/10.1037/0002-9432.74.1.72>
- [19] King, L.A. and Hicks, J.A. (2021) The Science of Meaning in Life. *Annual Review of Psychology*, 72, 561-584. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-072420-122921>
- [20] 吴明证, 陆一冉, 严梦瑶, 林铭, 孙晓玲. 家庭仪式与青少年的自尊: 亲子依恋和生命意义感的链式中介作用[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 52(10): 69-83.
- [21] Collins, R. (2005). *Interaction Ritual Chains*. Princeton University Press, Princeton. <https://doi.org/10.1515/9781400851744>