

# A Study on the Inhibition of Return of Idol Worship of College Students

Chao Huo

Chongqing Normal University, Chongqing  
Email: 1063484591@qq.com

Received: Jan. 7<sup>th</sup>, 2019; accepted: Jan. 22<sup>nd</sup>, 2019; published: Jan. 31<sup>st</sup>, 2019

---

## Abstract

In order to explore the inhibition of return of College Students' idol worshippers, 25 college students' idol worshippers and 19 college students' low idol worshippers were selected by using CAS-R. The clue-target paradigm experiment of star and non-star faces was conducted. The results showed that the main effects of group, target location and stimulus material type were significant, and there was no interaction among them. In the non-star picture stimulus material, the effective response of cue was significantly slower than that of invalid cue; in the star picture stimulus material, there was no significant difference between the effective response time of cue and the invalid response time of cue. Under the condition of online cable validity, the response of star picture material is significantly faster than that of non-star picture material; under the condition of online cable invalidity, the response of star picture material is significantly faster than that of non-star picture material. This study shows that under the non-star picture material, there is inhibition of return, which reflects the effective choice of attention; while under the star picture stimulation, there is no inhibition of return, which is a regression phenomenon in the process of human social adaptation. Whether the position of the target is valid or invalid, the response of star image material is faster than that of non-star image material.

## Keywords

College Students, Idolatry, Return Inhibition, Clues, Targets

---

# 大学生偶像崇拜的返回抑制研究

霍超

重庆师范大学, 重庆  
Email: 1063484591@qq.com

收稿日期: 2019年1月7日; 录用日期: 2019年1月22日; 发布日期: 2019年1月31日

## 摘要

为探讨大学生偶像崇拜者的返回抑制,以大学生为被试,采用偶像崇拜量表(CAS-R)筛选出大学生偶像崇拜者25名,大学生低偶像崇拜者19名,进行明星和非明星面孔的线索——靶子范式实验。结果呈现,在非明星图片刺激材料下,线索有效的反应显著慢于线索无效的反应;明星图片刺激材料下,线索有效的反应时与线索无效的反应时之间没有显著差异。在线索有效的条件下,明星图片材料的反应显著快于非明星图片材料的反应;在线索无效的条件下,明星图片材料的反应显著快于非明星图片材料的反应。该研究表明,在非明星图片材料下,出现了返回抑制,体现了注意力的有效性选择;而在明星图片刺激下,没有出现返回抑制,是人类社会适应进程中的一种倒退现象。不管靶子呈现的位置有效或无效,均出现了明星图片材料的反应快于非明星图片材料的反应。

## 关键词

大学生,偶像崇拜,返回抑制,线索,靶子

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

## 1. 引言

偶像崇拜(celebrity worship)指个体对所喜欢的人物在情感上的依附和社会认同(岳晓东,梁潇,2010),其核心是心理认同和情感依附,即个体在认知、情感和个性成长接纳其他人的价值观、外形以及行为方式等,并且加以崇拜和效仿(岳晓东,2004)。大学生的偶像崇拜,尤其是明星崇拜逐渐演变成一种广泛的心理现象,耳濡目染地影响着他们的日常生活、学习,感染着他们建构自己的思想行为和价值观念。大学生树立合理的偶像崇拜观,可以起到一个良好的模范作用,从而促进大学生形成健全的人格;但是大学生极端的偶像崇拜观会致使他们“自我人格”缺陷,“思想的自由”丧失,被人利用,甚至阻碍他们身心健康健全的发展。偶像崇拜的青少年会耗用大量的时间和精力,例如,某些歌星或影星的偶像崇拜者会长期收藏关于偶像的资料,或花费很长的时间等候见到偶像,或花费很多时间看偶像的影视作品或表演等(Cheng, 1997)。因此,许多教师和家长担心年轻人的学业成绩会因偶像崇拜而产生不良影响(姚计海,申继亮,张彩云,2003)。相关统计显示,学生对偶像注意力投入过多会导致学习努力程度下降。其中可能是因为学生在面临偶像崇拜和文化课时,对前者在认知和行为上投入了过多的注意力,从而相对地忽略了后者的学习(李强,韩丁,2004)。非理性的偶像崇拜者面临作业和工作时,更容易存在精力分散、注意力偏移,他们会无意识地把注意力更多地放在偶像身上,从而影响注意选择的有效性。

返回抑制(inhibition of return, IOR)是指从先前的外围位置移除注意力,对随后出现在那里的刺激作出延迟响应。采用外源性线索的方式,对空间的某个位置进行忽然变亮或变暗的线索提示,当线索和目标之间的时间间隔(stimulus onset asynchrony, SOA)较小时,随后呈现在有效线索位置上的靶刺激的反应变快,即发生易化作用。当线索和目标之间的时间间隔(stimulus onset asynchrony, SOA)大于某个值时,那么抑制作用会代替易化作用,对线索有效位置上目标的反应慢于线索无效的位置,这种抑制作用被称为返回抑制。返回抑制鼓励朝向新的位置,因此可能促进觅食和其他搜索行为(Klein, 2000)。注意力从之前的位置解除,转移到新的位置,这有利于提升在视觉空间里注意搜索的速度,具备适应意义,反应了人

类对繁杂情况的进化适应性(Klein & MacInnes, 1999; Weaver, Aronsen, & Lauwereyns, 2012)。面孔是最特殊的视觉刺激,具有社会性和生物性(Weaver, Aronsen, & Lauwereyns, 2012),蕴含着充足的生物特征,如年龄、表情、性别和种族等(徐丹妮, 张佳悦, 李先春, 2013)。而明星又作为人类生活和社会交往过程中最特殊的面孔,对于极端的偶像崇拜者,他们很有可能在面对自己的偶像时,将自己的注意力完全集中到自己的偶像身上,而完全忽略旁边的事物,从而阻碍了选择注意的有效性,阻碍人类的进化和社会适应。

## 2. 实验方法

### 2.1. 被试

采用方便取样的方法,对某大学大一至大四本科生发放问卷 255 份,其中有效问卷 223 份,用偶像崇拜量表中文修订版(CAS-R)(彭文波, 邱晓婷等, 2010)筛选出 28 名非理性偶像崇拜者(以下简称偶像崇拜者)和 23 名低偶像崇拜者。其中,偶像崇拜者中,有 5 名男生, 23 名女生;低偶像崇拜者中,有 4 名男生, 19 名女生。平均年龄为 20.86 岁。

筛选标准为根据问卷编制者提供的方法计算各卷入类型,采用快速聚类分析和 fisher 判别分析,偶像类型可以分为四类:低卷入群体、交际型群体、移情型群体、妄想型群体四类。其中低卷入群体属于低偶像崇拜者,交际型群体属于理性崇拜者,移情型群体和妄想型群体属于非理性偶像崇拜者(偶像崇拜者)。

### 2.2. 实验设计

本实验采用  $2 \times 2 \times 2$  的三因子混合设计。被试间自变量:组别(低偶像崇拜者、偶像崇拜者)。被试内自变量:靶子呈现位置(线索有效、线索无效);刺激材料类型(明星图片材料、非明星图片材料)。因变量:被试在各个因素水平组合下的反应时。

### 2.3. 实验设备

采取 Eprime 随机呈现各个被试内刺激组合,记录被试反应时。仪器为 14 英寸 lenovo 型号 20435 笔记本显示器(分辨率  $1366 \times 768$ )呈现刺激,刷新频率为 50 Hz。被试眼睛与显示器在同一水平线上,间隔屏幕 60 cm。在白色的背景中央呈现一个  $0.8 \text{ cm} \times 0.8 \text{ cm}$  红色小圆圈(视角为  $0.8^\circ \times 0.8^\circ$ ),圆圈两侧为  $5.5 \text{ cm} \times 4.5 \text{ cm}$  黑色边框(视角为  $5.5^\circ \times 5.5^\circ$ ),方框中心离圆圈中心距离为 3.5 cm (视角为  $4.3^\circ$ ),外周线索为黑色边框方框内部变绿,中央线索为  $0.8 \text{ cm} \times 0.8 \text{ cm}$  红色注视点“+”,靶刺激为  $5.5 \text{ cm} \times 4.5 \text{ cm}$  矩形明星、非明星图片(水平和垂直视角分别为  $3.7^\circ$  和  $4.2^\circ$ ),靶刺激中央与黑色方框彻底重合,距离注视点 3.5 cm (视角为  $4.3^\circ$ )。

### 2.4. 实验程序

本实验采用线索—靶子实验范式对偶像崇拜者的返回抑制进行实验。实验大概 5 分钟,分为三个部分:练习实验、正式实验。实验程序(见图 1)为:屏幕正中会出现一个红色圆圈和两个外周方框组成的黑色框架 800 ms,之后外周线索将会出现,即其中一个外周边框变绿(50%几率随机出现)呈现 200 ms,随后外周线索消失,外周框架呈现 250 ms,然后中央注视点“+”(引入中心线索的原因是为了确保受试者的注意力离开外围线索位置并再次返回到屏幕中心,这属于双线索程序),呈现 200 ms。外周边框再次呈现,在外周边框随机呈现明星或者非明星的图片,图片可能出现在外周线索框,也有可能出现在非线索框。要求被试注视中央注视点“+”和变绿的外周线索框,一看到明星图片即按下“F”键,看到非明星图片即按下“J”键,记录被试的反应时。

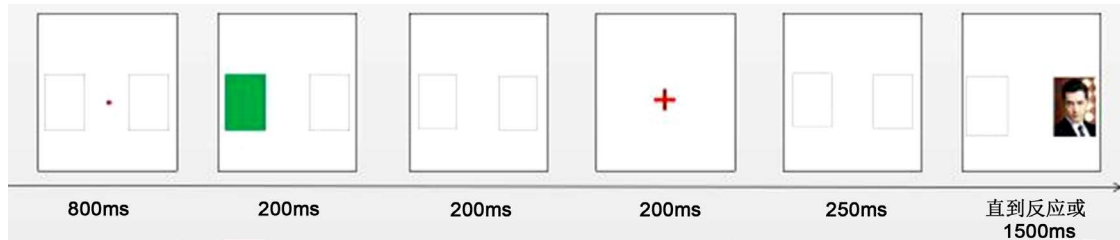


Figure 1. Flow chart of experiment  
图 1. 实验流程图

### 3. 结果

#### 3.1. 大学生偶像崇拜的特点

##### 3.1.1. 大学生偶像崇拜的基本情况

大学生偶像崇拜的非理性卷入并不高，各个维度得分均低于理论中值 3 分。其中，娱乐社交维度得分最高，其次是情感投射维度，而病理边缘维度的得分最低，仅为 1.72。此外，各个维度均分的标准差均接近于 1，表明大学生在偶像崇拜量表上，各个维度均分的均值波动较大。

在所处阶段中，大学生偶像崇拜者所处阶段处于非常喜欢的占比最多，为 55.2%。按照问卷编制者提供的方法计算，采用快速聚类分析和 fisher 判别分析，可把偶像崇拜的类型划分为低卷入群体、交际型群体、移情型群体、妄想型群体四类。其中低卷入群体属于低偶像崇拜者，交际型群体属于理性崇拜者，移情型群体和妄想型群体属于非理性偶像崇拜者。其中，低卷入群体最多，占比 44.4%；其次是移情型群体，占比 27.8%；接下来是交际型群体，占比 22.0%；最少的是妄想型群体，占比 5.8%。在偶像崇拜的类型中，低偶像崇拜者最多，占比 44.4%；其次是非理性崇拜者，占比 33.6%；最少的是理性崇拜者，占比 22.0%。

##### 3.1.2. 大学生偶像崇拜的年龄、性别差异

偶像崇拜的五个维度在年龄上无显著差异。表明偶像崇拜一般情况下，不随着年龄的变化而发生变化。在偶像崇拜五个维度中，部分维度在性别上存在差异，其中，只有娱乐社交维度和情感投射维度在性别上存在差异，具体表现为女生的娱乐社交均分和情感投射均分均高于男生的。其余三个维度没有显著的性别差异(见表 1)。

Table 1. Idolatry of college students at age, sex difference (M ± SD)

表 1. 大学生偶像崇拜在年龄、性别差异(M ± SD)

	18 岁及其以下	19 岁及其以下	t	p
娱乐社交均分	2.90 ± 1.01	2.87 ± 1.00	0.18	.861
情感投射均分	2.51 ± 1.29	2.27 ± 1.11	1.19	.239
完全认同均分	2.00 ± 1.07	1.89 ± 0.92	0.68	.499
关系幻想均分	2.18 ± 1.07	2.09 ± 0.95	0.61	.546
病理边缘均分	1.76 ± 0.95	1.70 ± 0.80	0.45	.652
	男	女	t	p
娱乐社交均分	2.68 ± 1.02	2.99 ± 0.97	-2.29*	.023
情感投射均分	2.09 ± 1.08	2.47 ± 1.18	-2.40*	.017
完全认同均分	1.87 ± 1.01	1.94 ± 0.92	-0.53	.599
关系幻想均分	2.17 ± 0.99	2.07 ± 0.97	0.68	.495
病理边缘均分	1.77 ± 0.89	1.69 ± 0.80	0.68	.495

注: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ , 下同。

### 3.1.3. 大学生偶像崇拜在偶像性别上的差异

大学生偶像崇拜在男性偶像和女性偶像上存在显著差异, 喜欢男性偶像的大学生有 187 人, 喜欢女性偶像的有 32 人。大学生的性别在崇拜男性偶像和女性偶像上没有显著差异, 其中喜欢男性偶像的男大学生有 73 人, 喜欢男性偶像的女大学生有 114 人; 喜欢女性偶像的男大学生有 7 人, 喜欢女性偶像的女大学生有 25 人。大学生的年龄在崇拜男性偶像和女性偶像上不存在显著差异(见表 2)。

**Table 2.** Gender differences in idolatry among university students

**表 2.** 大学生偶像崇拜在偶像性别上的差异

偶像性别	被试特征	观察数	期望数	$\chi^2$	$p$
男性偶像		187	109.5	109.703***	<.001
女性偶像		32	109.5		
男性偶像	男大学生	73	68.3	3.471	.062
	女大学生	114	118.7		
女性偶像	男大学生	7	11.7		
	女大学生	25	20.3		
男性偶像	18 岁及其以下	41	39.3	.654	.419
	19 岁及其以上	146	147.7		
女性偶像	18 岁及其以下	5	6.7		
	19 岁及其以上	27	25.3		

### 3.2. 大学生偶像崇拜者的返回抑制

剔除正确率 80% 以下的 7 名被试数据(包括男性低偶像崇拜者 1 人; 女性偶像崇拜者 3 人, 女性低偶像崇拜者 3 人), 剔除错误反应的数据(占总试次的 13.73%), 从反应结果中排除小于 100 ms 和大于 1500 ms (总试次的 1.96%) 的数据。实际上, 对 44 名被试(25 名偶像崇拜者, 19 名低偶像崇拜者)根据各种条件下的反应时进行  $2 \times 2 \times 2$  的重复测量方差分析。

结果表明: 靶子呈现位置的主效应显著,  $F(1, 43) = 7.444, p = 0.013, \eta^2 = 0.262$ , 线索有效的反应时(916.60 ms  $\pm$  59.97 ms)显著大于线索无效的反应时(879.53 ms  $\pm$  54.26 ms), 说明出现了返回抑制。刺激材料类型的主效应显著,  $F(1, 43) = 35.893, p < .001, \eta^2 = 0.631$ , 非明星图片材料的反应时(965.78 ms  $\pm$  62.60 ms)显著大于明星图片材料反应时(830.34 ms  $\pm$  52.77 ms)。组别的主效应显著,  $F(1, 43) = 6.633, p = 0.018, \eta^2 = 0.249$ , 低偶像崇拜者的反应时(1027.91 ms  $\pm$  71.30 ms)显著大于偶像崇拜者的反应时(768.21 ms  $\pm$  71.30 ms)。靶子呈现位置、刺激材料类型、组别三者之间没有交互作用。

非明星图片材料下, 线索有效的反应时与线索无效的反应时之间有显著差异,  $t = 2.439, p = 0.022$ , 表现为线索有效的反应时(999.33 ms  $\pm$  316.80 ms)显著大于线索无效的反应时(933.35 ms  $\pm$  244.51 ms); 明星图片刺激材料下, 线索有效的反应时与线索无效的反应时不存在显著差异,  $t = 0.303, p = 0.764$ 。说明在非明星图片材料下, 出现了返回抑制, 而在明星图片刺激下, 没有出现返回抑制。在线索有效的条件下, 明星图片材料的反应时与非明星图片材料的反应时存在显著差异,  $t = -5.47, p < 0.001$ , 具体表现为明星图片材料的反应时(873.78  $\pm$  237.11)显著小于非明星图片材料的反应时(1043.05  $\pm$  325.08); 在线索无效的条件下, 明星图片材料的反应时与非明星图片材料的反应时之间有显著差异,  $t = -4.29, p < 0.001$ , 具体表现为明星图片材料的反应时(873.24  $\pm$  288.87)显著小于非明星图片材料的反应时(994.55  $\pm$  323.42)。说明无论在线索有效还是线索无效的条件下, 均出现了明星图片材料的反应时快于非明星图片材料的反应时。

## 4. 讨论

### 4.1. 大学生偶像崇拜的特点

调查结果显示,偶像崇拜在大学生群体中的现状不容乐观,大学生大多属于非理性崇拜者,这可能是因为在青少年时期形成的消极偶像崇拜观,没受到父母、学校的高度重视。

偶像崇拜的得分在年龄分组上无显著差异。说明在一般情况下,偶像崇拜不随着年龄的变化而发生变化。可能是因为偶像崇拜是在青少年早期形成的,一旦形成就不易改变,这告诫着教育者和家长要引导青少年在早期就形成正确积极的偶像崇拜观。大学生偶像崇拜五个维度中,娱乐社交维度和情感投射维度在性别上存在显著差异,具体表现为女生得分显著高于男生,这说明女生较男生会更多地将自己情感依恋寄托到偶像上,女生在社交中的方式也包括和社会中的其他成员讨论偶像。岳晓东、严飞(2007)的调查表明,女性偶像崇拜的比例普遍高于男性比例,女性崇拜偶像的程度更为痴迷。郝玉章、风笑天(2000)认为女性比男性更容易崇拜偶像以缓解压力,且女性处于来自同辈群体的压力,更容易出现偶像崇拜行为。该调查的结果与之前的研究结果一致。

大学生偶像崇拜在偶像的性别上有显著差异,而大学生的性别在偶像性别上没有显著差异。这说明大学生偶像崇拜者中,不管男生还是女生,都更倾向于喜欢男性偶像。这与先前调查的结果一致,岳晓东、严飞(2007)调查显示对于男性偶像和女性偶像,总的来说,青少年更喜欢男性偶像。男大学生存在“同性认同”现象,女大学生中存在“异性认同”,这表明女生更可能产生对偶像的浪漫幻想。大学生的年龄在男性偶像和女性偶像上没有显著差异。岳晓东、严飞(2007)的一项调查显示,青少年偶像崇拜的基本特点是对与自己性别不同的偶像存在浪漫依恋,且通常情况下女生高于男生,且年龄越小就越容易产生浪漫性幻想。这与本调查结论不一致,这可能是因为本调查选择的被试年龄集中在17~24之间,对偶像崇拜的基本情况趋于一致,即有可能在17岁左右就已经形成了稳定的偶像崇拜,在17~24岁期间,成熟的影响对每个被试是一致的。

### 4.2. 大学生偶像崇拜者的返回抑制

上述实验结果表明,在本实验中出现了返回抑制,非明星图片材料下的反应时显著大于明星图片材料反应时,低偶像崇拜者的反应时显著大于偶像崇拜者的反应时。这可能是因为偶像崇拜者看到自己所崇拜的明星时,注意力会被马上吸引,而不会出现返回抑制,这是注意力有效性的退步,这告诫着广大教育者和家长要注意和重视大学生培养、树立积极的偶像崇拜观。

在非明星图片材料下,线索有效的反应时显著大于线索无效的反应时,说明出现了返回抑制;而在明星图片材料下,线索有效的反应时和线索无效的反应时之间没有显著差异,说明没有出现返回抑制。进一步研究表明,在线索有效的条件下,明星图片材料的反应时显著小于非明星图片材料的反应时;在线索无效的条件下,明星图片材料的反应时显著小于非明星图片材料的反应时。即不管在线索有效或者无效时,明星图片材料的反应均快于非明星图片材料的反应。这可以用 Klein (2000)的观点解释,当没有获得 IOR 时,可能是:1) 它存在,但是用于测量它的任务对抑制不敏感;2) 存在并且可以测量,但是被相反方向的伴随效应遮蔽;3) 首先不存在。在本研究中,可能是因为返回抑制的效应和偶像崇拜的伴随效应相互抵消掉了。

## 5. 结论

在大学生群体中,女生有崇拜偶像的人数普遍多于男生有崇拜偶像的人数,女生迷恋偶像的程度比男生更大,不管男生还是女生都更喜欢男性偶像。大学生偶像者的消极偶像崇拜观可能会影响到其他的任务,比如学习任务、人际关系、以及工作等任务,这在一定程度上削弱了返回抑制现象,是人类社会

适应进程中的一种倒退现象，而低偶像崇拜者存在着一致的返回抑制现象，体现了其注意力的有效性、适应性。偶像崇拜会影响大学生注意力的有效性选择，这告诫着广大教育者、家长及我们自己，要注意和重视大学生培养、树立积极的偶像崇拜观。

## 参考文献

- 郝玉章, 风笑天(2000). 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*, (4), 22-29.
- 李强, 韩丁(2004). 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*, (3), 23-26.
- 彭文波, 邱晓婷等(2010). 偶像崇拜量表的修订及其理论模型的验证. *心理发展与教育*, 26(5), 543-548.
- 徐丹妮, 张佳悦, 李先春(2013). 面孔性别辨认中返回抑制效应的性别差异. *心理学报*, 45(2), 161-168.
- 姚计海, 申继亮, 张彩云(2003). 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*, (1), 18-23.
- 岳晓东(2004). 论偶像——榜样教育. *中国教育学刊*, (9), 17-20, 58.
- 岳晓东, 梁潇(2010). 青少年偶像崇拜系列综述之五: 论百年来中国大陆青少年偶像崇拜的变迁. *青年研究*, (4), 70-79+95.
- 岳晓东, 严飞(2007). 青少年偶像崇拜系列综述(之二)——偶像崇拜的性别差异. *青年研究*, (4), 15-20.
- Cheng, S. T. (1997). Psychological Determinants of Dolatry in Adolescents. *Adolescence*, 32, 687-692.
- Klein, R. M., & MacInnes, W. J. (1999). Inhibition of Return Is a Foraging Facilitator in Visual Search. *Psychological Science*, 10, 346-352. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00166>
- Klein, R. M. (2000). Inhibition of Return. *Trends in Cognitive Sciences*, 4, 138-147. [https://doi.org/10.1016/S1364-6613\(00\)01452-2](https://doi.org/10.1016/S1364-6613(00)01452-2)
- Weaver, M. D., Aronsen, D., & Lauwereyns, J. M. J. (2012). A Short-Lived Face Alert during Inhibition of Return. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 74, 510-520. <https://doi.org/10.3758/s13414-011-0258-8>

### 知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7273, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>  
期刊邮箱: [ap@hanspub.org](mailto:ap@hanspub.org)