

# 异性偶像崇拜与浪漫关系：一个有调节的中介模型

何幼银, 吴泳桃, 刘学兰\*

华南师范大学心理学院, 广东 广州

收稿日期: 2022年10月2日; 录用日期: 2022年10月26日; 发布日期: 2022年11月2日

## 摘要

采用问卷法对277名崇拜异性流量明星且处于恋爱状况的青少年女生进行调查, 以考察浪漫关系质量、偶像崇拜、自我同一性及依恋回避四者之间的关系。结果显示: 1) 理性偶像崇拜显著正向预测浪漫关系质量; 2) 自我同一性中对将来自我投入的愿望在理性偶像崇拜与浪漫关系质量之间起部分中介作用; 3) 理性偶像崇拜经由将来自我投入愿望影响浪漫关系质量的中介作用受依恋回避的调节, 上述中介效应只体现在低依恋回避的个体中。具体而言, 对依恋回避水平较高的个体来说, 将来自我投入的愿望在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间的中介效应不显著, 理性偶像崇拜对将来自我投入的愿望的预测关系不显著; 对依恋回避水平较低的个体来说, 将来自我投入的愿望在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间起部分中介效应, 理性偶像崇拜的提升伴随着自我同一性中将来自我投入愿望的降低, 进而降低其浪漫关系质量。

## 关键词

偶像崇拜, 浪漫关系质量, 自我同一性, 依恋回避

# The Relationship between the Heterosexual Idolatry and the Quality of Romantic Relationship: A Moderated Mediation Model

Youyin He, Yongtao Wu, Xuelan Liu\*

School of Psychology, South China Normal University, Guangzhou Guangdong

Received: Oct. 2<sup>nd</sup>, 2022; accepted: Oct. 26<sup>th</sup>, 2022; published: Nov. 2<sup>nd</sup>, 2022

\*通讯作者。

文章引用: 何幼银, 吴泳桃, 刘学兰(2022). 异性偶像崇拜与浪漫关系: 一个有调节的中介模型. *心理学进展*, 12(11), 3666-3674. DOI: 10.12677/ap.2022.1211445

## Abstract

By questionnaire method, totally 277 teenage girls who worship heterosexual idols and are in love were recruited to participate in this study to investigate the relationship among romantic relationship quality, idolatry, self-identity and attachment avoidance. The results indicated that: 1) Rational idolatry significantly and positively predicted the quality of romantic relationship. 2) The desire for future self-devotion in self-identity played a partial mediating role between rational idolatry and the quality of romantic relationship. 3) Attachment avoidance moderated the first path of the mediated effect of the desire for future self-devotion in self-identity. To be more specific, the relationship between rational idolatry and the desire for future self-devotion in self-identity was marginally significant for teenage girls with low attachment avoidance. However, it became insignificant for those with high attachment avoidance. Therefore, both mediating and moderating effects existed in the association between rational idolatry and the quality of romantic relationship.

## Keywords

**Idolatry, Romantic Relationship Quality, Self-Identity, Attachment Avoidance**

Copyright © 2022 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

浪漫关系(romantic relations)一直是心理学研究的热门话题(Berscheid, 1999), 拥有高质量的浪漫关系是人们生活满意度和幸福感的重要来源(Facio & Resett, 2013)。浪漫关系指的是情侣在相互交往的过程中形成的心理关系。对于处于青少年晚期和成年早期的个体, 浪漫关系甚至比亲子关系和同伴关系更为重要(王浩, 俞国良, 2019)。高质量的浪漫关系不仅能够促进个体人格的完善, 还有助于心理健康的发展(Braithwaite, Delevi, & Fincham, 2010; 孟雅雯, 2013)。因此, 探讨影响青年浪漫关系形成和发展的因素及其作用机制有着重要的现实意义。

偶像崇拜(celebrity worship)即“追星”, 是个体或群体对其主观认同并具有激励作用的人物表现出关注、情感投射以及为其付出的意愿(时嘉惠, 张梦圆, 杨莹, 冯姬, 寇彧, 2016)。互联网的飞速发展清除了粉丝与偶像之间原有的时空障碍, 导致粉丝和偶像之间形成了以网络空间想象为基础的亲密关系, 即“拟态亲密关系”, 这种关系已经进入到传统意义上亲密关系的范畴(朱丽丽, 韩怡辰, 2017)。这一现象主要出现在“流量明星”上, 流量明星是拥有超高知名度和庞大粉丝群体的名人(符昱叶, 2019)。本研究对流量明星的操作性定义是: 粉丝借助新浪微博平台成立数据组, 相互协作地创造热度进行支持的偶像。粉丝会移情和幻想偶像是自己的理想伴侣或朋友(章文宜, 代玉玲, 2019), 其中女性更痴迷于自己所崇拜的偶像, 更多地选择异性偶像并陷入浪漫幻想(岳晓东, 严飞, 2007)。而浪漫关系是高度排外和亲密的(王浩, 俞国良, 2019), 粉丝与异性流量明星之间形成的拟态亲密关系可能对其浪漫关系产生影响。基于以上论述, 本研究拟探讨青少年女生的偶像崇拜对浪漫关系质量的影响及其内在作用机制, 并进一步假设偶像崇拜可以预测浪漫关系质量。

同时, 自我同一性也是浪漫关系的影响因素之一。自我同一性状况可以影响亲密关系的质量(Cook & Jones, 2002)。此外, 自我同一性还是其它因素影响浪漫关系的关键中间变量, 如自我同一性在依恋对浪

漫关系的影响中具有显著的中介作用(白明, 2016)。埃里克森人格的社会心理发展理论同样研究了自我同一性对浪漫关系的直接作用。他认为自我同一性(ego identity)是个体对自己内在的能力、信仰和个人历史等具有连续性和一致性的主观感觉和体验。青少年的主要发展任务是解决同一性危机, 从而建立和发展浪漫关系。偶像崇拜是形成自我同一性的途径之一(张振华, 张宁, 2013), 理性崇拜是指粉丝能客观全面地看待偶像, 理性认识和处理自己对偶像的情感, 并能有效地控制追星行为(李强, 韩丁, 2004)。相关研究表明, 理性崇拜能正向预测自我同一性中将来自我投入的愿望, 对自我同一性中现在的自我投入和过去的危机没有显著预测作用, 并且非理性崇拜对自我同一性无显著预测作用(郇少琦, 2018)。将来自我投入的愿望是对自己未来的一种期待, 对自己到底能做什么, 自己会做什么的一种探索(张晶, 2015)。基于此, 本研究假设理性偶像崇拜对浪漫关系质量有积极的预测作用, 且自我同一性在理性偶像崇拜对浪漫关系质量的影响中具有显著的中介作用。

此外, 自我同一性的发展具有个体差异。依恋(attachment)是个体发展过程中与他人建立的一种深层持续的情感联结(Bowlby & Bowlby, 1979)。依恋与偶像崇拜存在显著的相关关系(陈红艳, 2015), 依恋理论认为, 个体在早期与重要他人建立的依恋方式会对其在人际交往情景中的目标、思维、感受和行为产生深远的影响(Bowlby, 1973; Shaver & Mikulincer, 2002)。其中, 依恋回避是指对与依恋对象亲近的排斥或者不舒服的体验(林国风, 耿靖宇, 高峰强, 韩磊, 2018)。以往研究表明, 高度依恋回避的个体难以信赖他人, 从而影响个体与他人的交流, 不利于自我同一性的获得, 即依恋回避程度能负向预测自我同一性的水平(李新利, 凌辉, 刘静, 2011)。鉴于以往依恋回避与偶像崇拜、自我同一性交互作用的研究还不够深入, 本研究提出依恋回避对理性崇拜通过自我同一性影响浪漫关系质量的关系具有显著的调节作用, 对具体的调节模式仅作探索性分析。

综上所述, 本研究拟选取崇拜异性流量明星且处于恋爱状况的青少年女生为研究对象, 考察自我同一性在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间的中介作用以及依恋回避对上述中介作用前半段的调节作用, 即为一个有调节的中介模型, 如图 1 所示。

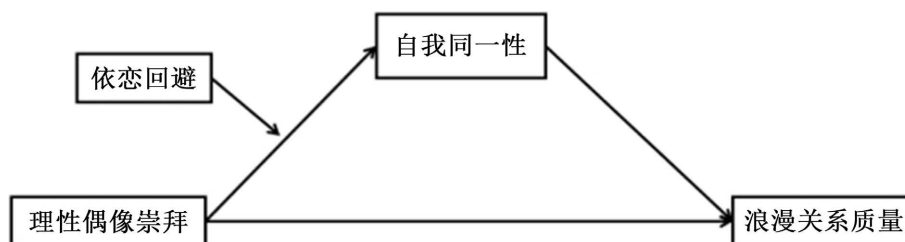


Figure 1. A moderated mediation model  
图 1. 有调节的中介模型

## 2. 方法

### 2.1. 被试

采用简单随机抽样法, 使用在线问卷平台和纸质版问卷, 对崇拜异性流量明星且处于恋爱状况的青少年女生进行调查。回收整理获得有效问卷 277 份, 回收率为 93.86%。其中, 初中生 16 名, 高中生 20 名, 大学生 220 名, 研究生 21 名。

### 2.2. 研究工具

#### 2.2.1. 偶像崇拜

采用南开大学李强教授编制的偶像崇拜问卷(王楠, 2008)。分为理性偶像崇拜和非理性偶像崇拜两个

维度, 共计 27 个项目。采用 5 点计分, 各维度得分越高, 表示其对应的偶像崇拜的程度越高, 如“我常常想象与他(她)亲密接触的场景”。本研究中该量表两个子维度的  $\alpha$  系数分别为 0.78, 0.90。

### 2.2.2. 依恋回避

采用李同归和加藤和生(2006)修订的亲密关系经历量表(ECR)中文版中的依恋回避分量表进行测量, 共计 19 个项目。采用 7 点计分, 得分越高, 表示依恋回避程度越高, 如“当恋人跟我过分亲密的时候, 我会感到内心紧张”。本研究中该量表的  $\alpha$  系数为 0.89。

### 2.2.3. 自我同一性

采用由加藤厚编制, 张日昇(2020)修订的自我同一性地位量表。分为过去的危机、现在的自我投入和将来自我投入的愿望三个维度, 共计 12 个项目。采用 6 点计分, 各维度得分越高, 表示其对应的自我同一性的发展水平越高, 如“对自己是怎样的人, 能干些什么, 我正在比较几种可能的选择并认真地考虑这些问题”。本研究中该量表的  $\alpha$  系数为 0.70。

### 2.2.4. 浪漫关系质量

采用由 Patrick 和 Knee 等人(2007)编制的亲密关系满意度量表(QRI)对亲密关系质量进行测量, 共计 6 个项目。采用 6 点计分, 得分越高表明个体对目前的浪漫关系越满意, 如“总的来说, 我们的关系已经好得不能再好了”。本研究中该量表的  $\alpha$  系数为 0.91。

## 3. 结果

### 3.1. 共同方法偏差的控制与检验

采用自我报告法获得数据可能存在共同方法偏差, 因此本研究在程序方面采用匿名、部分条目反向计分等方式, 数据回收后, 采用 Harman 单因子检验法进行共同方法偏差检验(周浩, 龙立荣, 2004)。结果表明, 特征值大于 1 的因子共有 20 个, 且第一因子解释的变异量为 13.51%, 小于 40%的临界标准, 表明本研究不存在明显的共同方法偏差。

### 3.2. 描述性统计和相关分析

如表 1 所示, 非理性崇拜与依恋焦虑、自我同一性的两个维度呈显著相关, 依恋回避与自我同一性的三个维度以及浪漫关系质量呈显著负相关; 同时, 在读状态、恋爱时间和偶像崇拜时间等人口学变量也与所关注的核心变量具有显著的相关。此外, 偶像崇拜和恋爱先后顺序不同的个体在非理性崇拜上存在显著差异( $t = 2.06, p < 0.05, d = 1.84$ ), 先崇拜偶像的参与者非理性崇拜水平( $M = 49.58, SD = 9.85$ )显著高于先恋爱的参与者( $M = 47.02, SD = 10.90$ )。故考虑将在读状态、恋爱时间、偶像崇拜时间和先后顺序在进一步的分析中作为控制变量。

**Table 1.** Descriptive statistics for each study variable

**表 1.** 各个研究变量的描述统计

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) 在读状态	1									
2) 恋爱时间	0.24**	1								
3) 偶像崇拜时间	-0.07	-0.04	1							
4) 理性崇拜	0.10	-0.06	-0.12	1						

## Continued

5) 非理性崇拜	-0.22**	-0.07	0.12*	-0.49**	1						
6) 依恋回避	-0.16**	-0.24**	-0.07	0.01	0.06	1					
7) 现在的自我投入	-0.07	-0.09	0.08	-0.04	0.07	-0.20**	1				
8) 过去的危机	0.05	-0.01	-0.11	0.09	-0.14*	-0.24**	0.24**	1			
9) 将来自我投入的愿望	0.05	0.02	-0.06	0.07	-0.15*	-0.31**	0.56**	0.32**	1		
10) 恋爱满意度	0.03	0.18**	0.04	0.09	0.04	-0.43**	0.10	0.09	0.16**	1	
<i>M</i>	2.89	2.93	3.31	39.28	48.39	60.80	17.02	16.03	17.22	32.80	
<i>SD</i>	0.61	1.44	1.28	6.60	10.41	15.43	3.56	2.92	2.93	6.66	

注:  $N = 277$ , \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ , 下同。

### 3.3. 有调节的中介模型检验

采用 Hayes 编制的 SPSS 宏程序 PROCESS 3.4 进行运算, 将所有连续变量做标准化处理。根据温忠麟和叶宝娟(2014)推荐的有调节的中介模型检验程序, 如果同时满足以下三个条件则表明理性偶像崇拜对浪漫关系质量的影响是有调节的中介效应: a) 方程 1 中理性偶像崇拜对浪漫关系质量的效应显著; b) 方程 2 中理性偶像崇拜与依恋回避的交互项对自我同一性的预测效应显著; c) 方程 3 中自我同一性对浪漫关系质量的效应显著。

结果如表 2 所示, 在控制在读状态、恋爱时间、偶像崇拜时间以及恋爱和偶像崇拜的先后顺序的情况下理性偶像崇拜显著正向预测浪漫关系质量; 理性偶像崇拜与依恋回避的交互项显著正向预测自我同一性中将来自我投入的愿望, 而对自我同一性中过去的危机和现在的自我投入没有预测作用; 自我同一性中将来自我投入的愿望显著预测浪漫关系质量。满足以上三个条件。

Hayes (2015)认为要判断有调节的中介效应是否真正存在, 还要通过判定指标 Index 对有调节的中介效应进行检验。因此, 进一步确定将来自我投入的愿望的中介作用是否在不同依恋回避水平中存在差异。结果显示, 在理性偶像崇拜、将来自我投入的愿望影响浪漫关系质量的这一中介模型中, Index = 0.02, Bootstrap 检验 95%的置信区间为[0.001, 0.055], 区间不包含 0, 说明有调节的中介效应显著。综合以上结果, 本研究提出的有调节的中介模型得到支持。理性偶像崇拜经过将来自我投入的愿望影响浪漫关系质量的中介作用受依恋回避的调节。

Table 2. Results of moderated mediating effect analysis

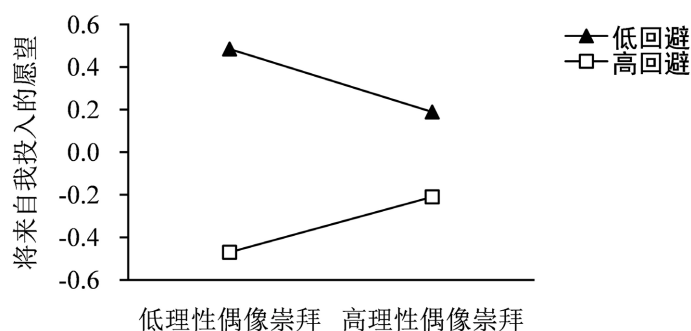
表 2. 有调节的中介效应分析结果

变量	方程 1				方程 2				方程 3			
	效标: 浪漫关系质量				效标: 将来自我投入的愿望				效标: 浪漫关系质量			
	$\beta$	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	$\beta$	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	$\beta$	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
理性偶像崇拜	0.19	0.07	2.82	0.01	-0.01	0.07	-0.13	0.89	0.19	0.07	2.83	0.01
将来自我投入的愿望									0.15	0.07	1.98	0.05
依恋回避					-0.34	0.06	-5.71	0.00				
依恋回避*理性偶像崇拜					0.14	0.05	2.68	0.01				
非理性偶像崇拜	0.13	0.07	1.86	0.06	-0.13	0.07	-2.02	0.04	0.15	0.07	2.22	0.03

Continued

在读状态	-0.01	0.06	-0.14	0.89	-0.03	0.06	-0.55	0.58	-0.01	0.06	-0.17	0.86	
恋爱时间	0.27	0.07	4.14	0.00	-0.08	0.07	-1.27	0.20	0.27	0.07	4.12	0.00	
崇拜时间	-0.02	0.07	-0.26	0.80	-0.06	0.06	-0.93	0.35	0.00	0.06	-0.04	0.96	
先后顺序	-0.18	0.14	-2.52	0.01	0.05	0.14	0.33	0.74	-0.33	0.14	-2.36	0.02	
$R^2$		0.08				0.15				0.11			
$F$		4.03 <sup>***</sup>				5.76 <sup>***</sup>				3.68 <sup>***</sup>			

为了更清楚地揭示该调节效应的实质, 将依恋回避按照正负一个标准差分成高、低两组进行简单斜率分析, 以进一步探讨理性偶像崇拜在不同依恋回避水平上对来自自我投入的愿望的影响(见图 2)。结果表明, 当个体的依恋回避水平较低时, 理性偶像崇拜对来自自我投入的愿望存在边缘显著( $B_{\text{simple}} = -0.15$ ,  $SE = 0.09$ ,  $p = 0.09$ )的负向预测作用; 当个体的依恋回避水平较高时, 理性偶像崇拜对来自自我投入的愿望的预测作用不显著( $B_{\text{simple}} = 0.13$ ,  $SE = 0.08$ ,  $p > 0.1$ )。这表明, 相对于高依恋回避个体而言, 理性偶像崇拜对低依恋回避个体来自自我投入愿望的影响更大。



**Figure 2.** Moderating effect of attachment avoidance on rational idolatry on the desire for future self-devotion

**图 2.** 依恋回避在理性偶像崇拜与来自自我投入的愿望之间的调节作用

## 4. 讨论

### 4.1. 结果讨论

本研究首次发现理性偶像崇拜能正向预测浪漫关系质量, 即青少年女生越能理性崇拜偶像, 其浪漫关系质量也越高。理性崇拜偶像的个体能够正确认识和控制自己对偶像的情感(王楠, 2008), 不过度依赖与偶像之间的拟态亲密关系, 从而全心投入到现实中的浪漫关系中, 这有利于提高浪漫关系质量。

在明确了理性偶像崇拜对浪漫关系质量的直接影响后, 我们重点探讨了其中的作用机制, 提出了有调节的中介模型。结果发现, 来自自我投入的愿望在理性偶像崇拜对浪漫关系质量的影响中起部分中介效应, 表明理性的偶像崇拜可以通过个体的来自自我投入愿望的发展进而影响其浪漫关系质量。整体而言, 来自自我投入的愿望在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间的中介效应受到依恋回避的调节。对依恋回避水平较高的青少年女生来说, 来自自我投入的愿望在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间的中介效应不显著, 理性崇拜对来自自我投入愿望的预测关系不显著; 对依恋回避水平较低的青少年女生来说, 来自自我投入的愿望在理性偶像崇拜和浪漫关系质量之间起部分中介效应, 理性偶像崇拜的提升伴随着自我同一性中来自自我投入愿望的降低, 进而降低其浪漫关系质量。

依恋理论认为, 依恋回避反映了个体对他人消极的看法和更倾向于自我保护。低依恋回避个体在真实的亲密关系中愿意依赖和亲近恋人, 对他人抱有较信任的态度。如果理性偶像崇拜程度越高, 低依恋回避个体越能认识到粉丝和偶像的拟态亲密关系是建立在网络空间的想象上的(朱丽丽, 韩怡辰, 2017), 从而减少对这种拟态亲密关系的投入。人格发展八阶段理论认为, 青少年个体面临“自我同一性混乱与角色混乱冲突”, 需要通过对偶像等领袖人物的自居作用来寻求自我肯定, 从而顺利形成更完善的自我同一性。个体减少对与偶像的拟态亲密关系投入的同时也减少了对偶像的认同和信任, 无法再通过偶像崇拜来肯定自我, 于是对现实生活中的认知、情感、人际交往等各方面的感到不安与痛苦(张宝君, 吕瑶, 2010), 降低了将来自我投入的愿望。

高依恋回避个体对他人和周围环境缺乏信任, 此时拟态亲密关系既补偿了其真实亲密关系中无法满足的情感需求, 又减少了其受到实际伤害的可能。因此理性崇拜的高依恋回避个体能够借助拟态亲密关系较好地对自己发展的各方面进行探索, 理性认识和处理周围的环境并逐渐与社会融合, 重新了解和认识自我、接纳新的自我(王素萍, 2009), 对未来满怀期望并愿意为将来付出自己的努力(叶方圆, 2019)。然而, 该预测关系还未达到显著水平, 我们需要寻找新的变量来解释。有研究表明青年期个体的同伴依恋对自我同一性预测性最高(钟虹雯, 2018), 因此同伴依恋可以在将来的研究中考考虑进来。

总体上, 低依恋回避个体比高依恋回避个体拥有更高的自我同一性, 这与前人的结果一致(杜江红, 杨鑫, 聂光辉, 2016)。高依恋回避个体难以信赖他人和环境, 倾向于减少对外界的接触和探索, 因此难以建立更好的自我同一性。

另一方面, 对将来自我投入的愿望有利于提高浪漫关系质量。当个体对于自己的价值和未来的目标有较充分的认识, 个体可以积极探索自己在浪漫关系中的角色和地位, 对浪漫关系的看法会更贴近生活实际, 对伴侣和自己的错误和缺点也有着更积极包容的态度(李倩, 2018), 这有利于个体获得更高质量的浪漫关系。反之, 没能积极去认识自己和实现自我, 没能投入时间、精力去追求人生的某种目标的个体, 对浪漫关系的认识和思考也不足, 这一过程会阻碍浪漫关系质量的提升。

## 4.2. 研究意义和展望

本研究基于依恋理论和人格的社会心理发展理论, 构建了一个有调节的中介模型, 这种整合模型的研究首次揭示偶像崇拜对浪漫关系的影响机制, 本研究结果对浪漫关系的建立具有一定的理论和现实意义。

首先, 要重视偶像崇拜, 引导个体认清虚拟亲密, 理性追星。教育工作者、家长以及社会应客观正确地认识对个体崇拜流量明星的现象, 在尊重、理解和包容的基础之上引导个体明确和偶像之间的关系, 不被盲目的情感裹挟, 不过度依赖拟态亲密关系, 多关注现实中的人际交流和情感维系。

其次, 将来自我投入的愿望在理性偶像崇拜和与浪漫关系质量的关系中起部分中介作用, 这启示我们除了要重视偶像崇拜的引导, 也可以通过提高个体将来自我投入的愿望来促进浪漫关系的发展。因此教育工作者对正处于迷茫阶段的个体, 应适当地给予建议, 帮助个体探索和建立生活的目标和信念, 形成良好的爱情价值观, 对人生和未来进行规划。

将来自我投入的愿望的中介作用受个体依恋回避水平的调节, 特别要重视低依恋回避的个体的心理干预, 促进其树立对未来的目标, 形成良好的自我同一性, 进而提高浪漫关系质量。

然而, 本研究也存在以下方面的局限: 首先, 横断研究不能说明不同时期个体偶像崇拜、依恋回避、自我同一性及浪漫关系质量发展的特点, 且无法得出明确的因果关系推论, 未来研究可采用纵向研究深入去考察和验证; 其次, 本研究的条件过程模型显著, 但对总体变异的解释率较低。未来研究可以继续增加其他认知、情感或人际层面的变量, 以更全面地解释拟态亲密关系与浪漫关系的影响。

## 5. 结论

1) 理性偶像崇拜显著正向预测浪漫关系质量; 2) 自我同一性中对将来自我投入的愿望在理性偶像崇拜与浪漫关系质量之间起部分中介作用; 3) 理性偶像崇拜经由将来自我投入愿望影响浪漫关系质量的中介作用受依恋回避的调节, 上述中介效应只体现在低依恋回避的个体中。

## 参考文献

- 白明(2016). 大学生成人依恋与自我同一性对其亲密关系满意度的影响及团体干预研究. 硕士学位论文, 上海: 上海师范大学.
- 陈红艳(2015). 自主性、依恋与初中生偶像崇拜的关系. *中国健康心理学杂志*, (6), 877-880, 881.
- 杜江红, 杨鑫, 聂光辉(2016). 医学生成人依恋自我同一性与手机成瘾的关系. *中国学校卫生*, 37(8), 1250-1252.
- 符昱叶(2019). 粉丝身份认同对代言效果的影响. 硕士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- 李倩(2018). 大学生恋爱自我同一性的现状及其促进研究. 硕士学位论文, 呼和浩特: 内蒙古师范大学.
- 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*, 20(3), 23-26.
- 李同归, 加藤和生(2006). 成人依恋的测量: 亲密关系经历量表(ECR)中文版. *心理学报*, 38(3), 399-406.
- 李新利, 凌辉, 刘静(2011). 大学生自我同一性与父母教养方式、依恋的关系. *中国临床心理学杂志*, 19(1), 81-84.
- 林国凤, 耿靖宇, 高峰强, 韩磊(2018). 大学生依恋回避与抑郁: 复合中介模型的检验. *中国临床心理学杂志*, 26(1), 82-85.
- 孟雅雯(2013). 大学生浪漫关系研究述评. *太原师范学院学报(社会科学版)*, 12(1), 144-147.
- 时嘉惠, 张梦圆, 杨莹, 冯姬, 寇彧(2016). 初中生偶像崇拜及其与生活目标和主观幸福感的关系: 性别的调节作用. *心理发展与教育*, 32(6), 666-674.
- 郜少琦(2018). 初中生偶像崇拜与自我同一性的关系. 硕士学位论文, 呼和浩特: 内蒙古师范大学.
- 王浩, 俞国良(2019). 浪漫关系中的关系攻击. *心理科学进展*, 27(1), 106-116.
- 王楠(2008). 中学生偶像崇拜与自我同一性、心理健康的关系研究. 硕士学位论文, 石家庄: 河北师范大学.
- 王素萍(2009). 自我同一性视域中的青少年偶像崇拜. *中国青年研究*, (6), 103-105.
- 温忠麟, 叶宝娟(2014). 有调节的中介模型检验方法: 竞争还是替补? *心理学报*, 46(5), 714-726.
- 叶方圆园(2019). 大学生偶像崇拜对爱情完美主义的影响: 自我同一性的中介作用. 硕士学位论文, 武汉: 武汉体育学院.
- 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.
- 张宝君, 吕瑶(2010). 大学生偶像崇拜的心理解析与对策. *吉林师范大学学报(人文社会科学版)*, 38(3), 104-106.
- 张晶(2015). 学术型硕士生自我统合、科研投入度和科研能力的关系研究. 硕士学位论文, 徐州: 中国矿业大学.
- 张日昇(2000). 同一性与青年期同一性地位的研究——同一性地位的构成及其自我测定. *心理科学*, 23(4), 47-51+127.
- 张振华, 张宁(2013). 偶像崇拜对90后大学生成长的影响研究. *吉林师范大学学报(人文社会科学版)*, 41(2), 89-91.
- 章文宜, 代玉玲(2019). 养成系偶像节目中大学生粉丝的满足、迷失及引导——以《创造101》为例. *浙江理工大学学报(社会科学版)*, 42(2), 143-148.
- 钟虹雯(2018). 高中生依恋与自我同一性发展的关系研究. 硕士学位论文, 延吉: 延边大学.
- 周浩, 龙立荣(2004). 共同方法偏差的统计检验与控制方法. *心理科学进展*, 12(6), 942-950.
- 朱丽丽, 韩怡辰(2017). 拟态亲密关系: 一项关于养成系偶像粉丝社群的新观察: 以TFboys个案为例. *当代传播*, 181(6), 72-76.
- Berscheid, E. (1999). The Greening of Relationship Science. *American Psychologist*, 54, 260-266.  
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.4.260>
- Bowlby, J. (1973). *Attachment and Loss: Vol. 2. Separation: Anxiety and Anger*. Basic Books.
- Bowlby, J., & Bowlby, R. (1979). *The Making and Breaking of Affectional Bonds*. Tavistock Publication.
- Braithwaite, S. R., Delevi, R., & Fincham, F. D. (2010). Romantic Relationships and the Physical and Mental Health of Col-



- lege Students. *Personal Relationships*, 17, 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01248.x>
- Cook, J. L., & Jones, R. M. (2002). Congruency of Identity Style in Married Couples. *Journal of Family Issues*, 23, 912-926. <https://doi.org/10.1177/019251302237297>
- Facio, A., & Resett, S. (2013). Work, Romantic Relationships, and Life Satisfaction in Argentinean Emerging Adults. *Emerging Adulthood*, 2, 27-35. <https://doi.org/10.1177/2167696813515854>
- Hayes, A. F. (2015). An Index and Test of Linear Moderated Mediation. *Multivariate Behavioral Research*, 50, 1-22. <https://doi.org/10.1080/00273171.2014.962683>
- Patrick, H., Knee, C. R., Canevello, A., & Lonsbary, C. (2007). The Role of Need Fulfillment in Relationship Functioning and Well-Being: A Self-Determination Theory Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 434-457. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.3.434>
- Shaver, P. R., & Mikulincer, M. (2002). Attachment-Related Psychodynamics. *Attachment & Human Development*, 4, 133-161. <https://doi.org/10.1080/14616730210154171>