

P135~152

國中學生偶像崇拜的心態與行為探討

賴淑芬

壹、前言

五〇年代電影《梁山伯與祝英台》風靡臺灣，為了爭睹巨星風采，造成萬人空巷，而飾演梁山伯的凌波小姐在影迷心中，至今仍佔有一席之地。演藝圈中人才輩出，除了單打獨鬥外，群體作戰亦因應而生，從早期「大小百合」、「小虎隊」等，至目前的「SHE」及「F4」、日韓偶像團體……等等，吸引著各式各樣的崇拜者，從默默的注視、漏夜排隊等著進演唱場，甚至忘情的成為「追星族」，崇拜者愈來愈善於以行動來表達心中的熱情。

國中學生正處於身心快速發展的青春期，除了需面對生理的快速變化外，在心理方面也有很大的改變。隨著傳播媒體的發達，資訊流通的便利，國中學生已不再受限家庭、學校的影響，大眾媒體塑造了國中生所喜愛的偶像，巧妙地運用包裝和宣傳等方法，將這些偶像傳送到學生的眼中，甚至心中，而在這麼眾多的偶像中，國中生如何篩選出自己所要的？又表現出什麼樣的行為呢？本篇文章除了收集相關研究報告外，又實際找一所國中隨機調查三十一位學生的意見，以實際瞭解當前偶像崇拜對國中學生的影響。



貳、偶像崇拜的理論與基礎

一、偶像崇拜的意義

(一) 偶像的意義與影響

所謂「偶像」，是指用各種材料雕塑的神像佛像（何容，民 79）。由此意而言，係以宗教的成份為重；而英文中之「偶像」（idol）亦為神偶之意，對偶像之崇拜，即對神的禮讚、膜拜。

由此可見，不管中西，「偶像」的原始用法，即專指與宗教信仰有關的神偶（有形的偶像或存於心中無形的神或上帝）而言；至於「偶像崇拜」或「崇拜偶像」，則由對偶像的崇敬、膜拜等，衍生為泛指對聖賢、偉人佳德懿行的推崇，有自我鞭策、學習仿效的作用；於是，偶像又為「典型在夙昔」的「典型」、「典範」、「楷模」等，相當於英文中的 typical model（張淑美，民 82）。

偶像崇拜的現象，在青少年階段尤其明顯，青少年認同的對象，從最初的父母，轉而模仿師長、中外古今聖賢豪傑或漫畫、卡通人物，抑或受同儕而認同影視明星。「一個人價值觀的形成過程，是透過模仿與學習所認同的對象，改變自己的思想觀念、言行舉止，而形成自己的價值觀，這是發展的過程，也是社會化的過程。」（陳奎憲，民 69；林清江，民 71）。

青少年認同的對象，除了最初的父母之外，也轉而由具體

的、影像的、符號的漫畫人物、卡通人物等，而逐漸模仿或認同於抽象的、超越時空的中外古人，聖賢豪傑的志節；抑或受同儕影響，群起模仿時下的影視歌星等「消費型」偶像（鄭貞銘，民 80）。

由前述可知，偶像崇拜是青少年在成長過程中無法避免的，一方面除了擴大青少年的視野，藉著模仿與認同等學習過程，來改變自己的思想觀念和言行舉止，可使青少年的自我觀念及價值觀，趨向獨立與成熟；但另一方面，若流於偶像盲從，則易使青少年沈溺於幻想，迷失自我，而造成不實的自我概念。

（二）偶像崇拜的界定

本報告所指稱的國中學生崇拜的偶像，即界定為「國中生最想成為的楷模」，包含實際生活中的人物，如父母親、師長、同學朋友、親人、政治人物等；想像中的偶像：如電影電視的角色、卡通人物、小說人物、電玩人物等等。

二、偶像崇拜的相關理論與研究：認同的理論與研究

（一）認同的意義

認同（identification）一詞及其概念的提出，就文獻所及，說是起源於弗洛伊德（Freud）的心理分析論，據弗氏的定義，認同係努力塑成一個人自我（ego），去表現像被他選為楷模的人所表現的形式。可見認同是一種學習、表現出楷模行為的作用（張淑美，民 82）。



有關認同的定義，學者因理論之不同而有不同界定，綜述如下（吳淑玲，民 85；張淑美，民 82；林英貴，民 76；呂錘卿，民 76；李常貴，民 73）：

1. 認同是一種價值內化的過程

指認同於同一對象的過程，自會將楷模（model）的價值、思想等內化為自己的價值、思想。

2. 認同是一種行為的傾向，趨向於楷模的行為表現

此派學者認為認同係表現於行為的傾向，即一個人的行為趨向與另一個人（通常是楷模）在某一方面或多方面相似的傾向。

3. 認同是一種心理過程

部分學者以為認同是一種為增強和其認同的對象一致性的過程。此種立論強調過程是個體意識或潛意識的希求增強並擴大其認同楷模的過程。

4. 認同是一種社會化的過程

社會學習論者，認為認同楷模的過程，即是一種社會化的過程。換言之，認同係一個人將其思想、感想與行動採取所認定的楷模的型式展現出來。

（二）認同的理論

1. 心理動力論

弗洛伊德認為個體性別角色心理發展，主要經過認同的歷程。所謂認同，是指個體在潛意識（unconscious）（指潛伏在意識層次之下不為個人自知的意識）中，以他尊重或羨慕的人為榜樣進行模仿的心理歷程。

年幼兒童所尊重或羨慕的人，主要是他的父母，而男女童分別向父母的行為模仿認同，終於形成他們的性別角色（張春興，民 83）。

2. 社會學習論

社會學習論強調，在社會情境中個體的行為因受別人的影響而改變（張春興，民 90）。班杜拉（Bandura）以觀察學習及模仿來說明，觀察學習係指個體以旁觀者的身份，來觀察別人的行為表現（自己不必實地參與活動），即可獲得學習；而模仿是指個體在觀察學習時，向社會情境中某個人或團體行為學習的歷程。模仿的對象即稱為楷模（model）。

3. 社會權力論

社會權力論者認為，兒童會去認同成人的行為，主要是因成人擁有控制與支配兒童賞罰的權力，即成人對兒童環境的控制，而影響認同的傾向（Atkinsons, 1983）。各種能力處於弱勢，兒童處在成人的控制與支配下，為了從成人之處得到需求的滿足，自然會去討好、服從、模仿成人的行為，上行下效，上之所好，下必甚之，認同作用於焉展開（郭隆興，民 82）。

4. 身分妒羨論

身分妒羨論假設認同是一種小孩和擁有令人羨慕的地位之父母間的一種敵對的互動結果，而任何酬賞、物質和社會的形式，皆可視為發展成敵對關係之價值來源。又進一步假定：小孩對他人的地位妒羨愈強，則他想要扮演那個人的角色的動機愈強烈（吳淑玲，民



85)。

5. 類似特質論

類似特質論者認為，個人之所以會去認同某一楷模的行為，在於個人本身與認同楷模兩者具有類似的程度（Atkinson）。若從人際吸引的觀點來說明認同的形成，個人之所以受別人影響，主要是喜歡、熟悉或接近某人或某團體，而將之視為楷模，進行學習與認同（郭隆興，民 82）。

就本報告所指的「偶像崇拜」，本身並無直接的理論依據，國內、外相關的理論及研究對偶像崇拜的定義均以認同視之。本報告界定之「偶像」，泛指國中學生所欲模仿、崇拜、喜歡的人物而言，包含實際的楷模，如父母親、師長、同學或朋友等；抑或符號的楷模，如透過大眾傳播媒體所接觸的影視明星，見諸書籍、文字而接觸的歷史人物、卡通、小說人物，或是電腦虛擬的人物等。

比較前述心理動力論、社會學習論、社會權力論、身分妒羨論及類似特質論等五種理論而言，以社會學習理論最能做為「偶像崇拜」的理論基礎，其他理論則可做為佐證。

參、國中學生崇拜偶像的特徵

國內從最早對國中學生偶像崇拜之相關研究，距今已有數年之久，為實際瞭解當前國中學生之心態，輔以 2003 年元月，以桃園縣某一中型國民中學為對象，隨機調查 31 位學生之意見，茲發現如下：



一、國中學生崇拜偶像的類型

本次調查發現國中學生以崇拜影視明星的人數最多，共有 15 人，佔 48.39%，亦即將近一半的國中學生把影視明星當作自己的偶像。此與「隨著大眾傳播媒體的興起，電視中的歌星、連續劇的要角、英雄人物及風靡人物仍成為兒童或青少年主要的認同對象」（陳鏞，民 69；李美枝，民 75；郭為藩，民 70）之研究結果相同；另亦與張淑美（民 82）及吳淑玲（民 85）之研究結論相符。

惟本調查發現卡通及小說人物之崇拜者有 6 位，佔 19.35%；崇拜父母親僅有 5 位，佔 16.13%，不僅低於影視明星，亦低於卡通、小說人物。與「整體而言，國中學生所崇拜的偶像，以『影視明星』最多，共約有 31% 的學生回答『影視明星』是其最崇拜的偶像，次為父親（17.7%）、母親（12.5%）。惟，若將選父母親為崇拜的偶像之比例合計，則高達 31.2%，略高於影視明星。」（張淑美，民 82）之研究結果相異，而且可以發現國中學生崇拜影視明星的比例升高，如再加上卡通及小說人物為崇拜者，則幾達七成。

另外此次調查發現，國中學生崇拜的偶像中以「師長」為對象者僅有 2 人，僅佔總人數 6.5%，與「崇拜師長的國中學生比例為此十類偶像中最低者（2.43%），不但不如影視歌星，亦不如崇拜父母親者，可見老師的權威已大不如前。」（吳淑玲，民 85）

以此觀之，國中學生崇拜父母親及師長，不但不如影視歌星，亦不如卡通及小說之人物，可見父母及師長之影響力已大



不如以前。而綜合影視歌星及卡通小說人物的特徵，均是由大眾傳播媒體所塑造之人物，若媒體未能傳播正確的價值觀念，則對學生影響相當深遠。

二、國中學生偶像崇拜的訊息管道來源

就本次調查發現，國中學生偶像崇拜之訊息來源以電視（影）所獲得的訊息最多有 20 位，佔 64.52%；其次 CD、DVD 有 4 位，佔 12.90%；居第三位為報章雜誌有 3 位，佔 9.68%。以此而言，國中生獲得偶像訊息的重要來源為大眾傳播媒體，與「國中學生偶像崇拜之訊息來源以電視錄影帶所知者為最多，且居大多數，共有 137 人（55.47%），若再加上從報紙雜誌上所得知者，人數共有 157 人，佔 63.57，再次印證了大眾傳播媒體的廣大影響力」（吳淑玲，民 85）之研究結果相符。惟現今傳播媒體散播能力比當年更強，人數比例亦較當年高。

三、國中學生對偶像表達崇拜的方式

本次調查發現國中學生偶像表達不同崇拜方式之以蒐集資料（如 CD、海報、相片等）為主，共有 17 人（54.84%）；其次是暗藏心裏，不做任何行動，有 9 人（29.03%）。另以「國中學學生對偶像表達崇拜的方式以購買其相關產品居多，共有 92 人佔 37.25%；其次為看偶像之表演，人數 63 人，佔 25.51%」（吳淑玲，民 85）二者觀之，國中學生對偶像崇拜的表達方式，多以蒐集偶像相關資料為主。

四、國中學生崇拜偶像的原因

就本調查發現國中學生崇拜不同原因以「才能」為優先，有 15 人（48.39%）；而「外表」（7 人，佔 22.58%）和「個性」（7 人，佔 22.58%）的人數一樣。「國中學生崇拜偶像的原因以偶像的特殊專長為最多，共佔 28.34%，其次偶像的外貌長相，佔有 21.86%，兩者合計則超過半數，亦即有半數的國中學生是因偶像的特殊專長或外貌長相而崇拜偶像。」（吳淑玲，民 85）由此可看出國中學生崇拜偶像的標準，主要是以偶像的外在所展現的條件為優先考慮。

肆、國中學生偶像崇拜對日常行為影響

另外有關國中學生偶像崇拜在日常行為上可能產生的影響，依本次調查尚發現如下的情形：

一、支持國中學生偶像崇拜因人而異

本次調查以國中學生日常接觸的「父母」、「學校教師」、「兄弟姐妹」及「同學朋友」為對象，分別在「知道」和支持當事人偶像崇拜為向度，茲發現如下：

(一)父母「知道」當事人的偶像（15 人）和「不知道」當事人的偶像（16 人）在人數比例上大致相當。惟父母「知道」且又「支持」者僅有 6 位，僅佔總人數 19.35%。

(二)學校教師「不知道」當事人的偶像有 22 位（70.97%）；而「知道」當事人的偶像僅有 9 人（29.03%）。學校教師「知道」且又「支持」者僅有 3 位，僅佔總人數 9.7%。



(三) 兄弟姐妹「知道」當事人的偶像有 13 位 (41.94%) ; 而「不知道」當事人的偶像有 18 人 (58.06%) 。兄弟姐妹「知道」且又「支持」者有 10 位，佔總人數 32.26% 。

(四) 同學朋友「知道」當事人的偶像有 19 位 (61.29%) ; 「不知道」當事人的偶像有 12 人 (38.71%) 。而同學朋友「知道」且又「支持」也是 10 位，佔總人數 32.26% 。

綜上所述，若以「偶像崇拜」這個向度來瞭解國中學生在日常生活的喜好，則以同學朋友對其瞭解較多且支持度較高；而學校教師則可能是最不瞭解當事人的喜好，而且支持度也偏低。因為這是由學生自己表示他人（父母、學校教師、兄弟姐妹及同學朋友）對自己在偶像喜好上的瞭解，其實也表示在學生心目中他人對其瞭解的程度。因此，學校教師實有必要對學生的喜好再加以注意。

二、可能將偶像當作學習的對象

有關國中學生會不會將偶像當作學習的對象，在本次調查發現：答「會」者有 22 人，佔總人數 70.97%；而「不會」者有 9 人，僅佔 29.03%。因本調查推論有限，故約略可知國中生可能會將偶像視為學習的對象。

三、學習偶像的可能方式

本次調查發現，國中學生可能會學習偶像的方式，最高為「才能」人數有 19 人，佔 61.29%；「穿著、髮型」有 4 人，約佔 12.90%。另外再輔以其主要對象為電視明（歌）星來看



「才能」此項，國中學生學習偶像的可能方式，應以模仿其外在行為及條件為主。

四、學習偶像的可能場合

國中學生可能在什麼時候表現出偶像的舉止動作，其中以「在同學朋友在一起時」最多有12人，佔38.71%；其次為「獨處一人時」有9人，佔29.03%；但在「喜歡的異性出現時」最少僅有1人。由此觀之，國中生在熟悉的場合中，有可能會學習偶像的行為；反而在喜歡的異性出現時，模仿偶像的機率最低。

五、偶像與國中學生情緒的關聯

至於國中學生可能在什麼樣的情緒下想到偶像，根據本調查發現，以「歡樂時」居首共有16人，佔51.61%；「悲傷時」和「憤怒時」較少想到心中的偶像，各僅有1人。因此，偶像在日常生活中帶給國中學生歡樂，而國中學生亦可能在歡樂的情緒時才想到心中的偶像。

伍、國中學生偶像崇拜產生的問題

一、傳播媒體責任有待加強

「電視媒體對偶像的輸出與散播有最直接也最快的功效，就在這些休閒娛樂播送當中，對於相關的歌曲或是人物產生深刻的印象，這就是一個引發深入接觸的來源。」（朱龍祥、陸

洛，民 89），由學者的研究報告及本次問卷調查發現，國中學生崇拜偶像的類型以影視歌星、卡通人物為主；另外亦從電視（影）及報章雜誌來認識偶像，可知傳播媒體對國中學生影響之深。

但目前傳播媒體過度商品化，往往透過各種包裝及宣傳手法，快速得到消費者的注意，因此造成影視歌星名實不符的現象，甚至有違法亂紀的行徑產生，因此傳播媒體應確實負起把關責任，以免混淆視聽，造成錯誤示範。

二、父母和教師的影響力日漸薄弱

學校教育雖是正式的教育制度，但隨著社會環境的變遷，教師的權威已大不如前，而國中學生正處於狂飆期，身、心均在快速的轉變中，教師在學生心中的地位日漸低落，無法像影視明星受到學生的歡迎崇拜，使教育青少年的工作倍增困難，學校教育愈難以發揮其應有之教育功能。而國中生在崇拜父母親部分雖較師長為多，但因現代父母工作忙碌、身兼數職，在家庭教育功能的發揮上有限。若影響力最大的大眾傳播媒體未能傳播正確的價值觀念，則易使學生產生錯誤觀念，而導致偏差行為，此實令人擔憂。

三、父母和教師對學生的瞭解仍待加強

本次調查發現學生所崇拜的影視明星人物涵括範圍相當廣泛，除本土的歌手外，日本、韓國甚至美國均有之。可見隨著傳播媒體的力量，學生的視野已非侷限在國內之一角，此是否為父母及師長所當警惕？且前述調查發現，知道孩子偶像的家

長與不知道者人數相當，可見有半數的學生認為家長並不清楚自己的喜好；而在學生的心目中，教師更是僅有9人知道學生的偶像。由此可知，父母及師長對學生的瞭解仍有待加強，否則和自己的孩子或學生的距離會愈來愈遙遠。

四、同儕力量超越父母及師長

隨著年紀的增長，孩子認同的對象越來越複雜，甚至透過視訊媒體而遠跨世界各地，因此，父母或師長要完全瞭解孩子的思想是不可能。依前面調查所述，有關偶像的選擇，大部分國中學生都不約而同的選擇影視明星為自己的最愛，可見在國中生同儕之中有著喜好的雷同；另外，有關他人對國中生偶像瞭解與否的向度上，可以很清楚知道在國中生的心目中，同學和朋友遠較父母和師長瞭解自己。因此同儕在國中學生的心中，其產生的影響力遠高於父母及師長，此亦代表益友與損友在國中這個階段，對學生影響之深遠。

五、重外在條件輕實質內涵

在本次調查中，國中學生對影視明星的喜好明顯偏高，再分析其影視明星的特質均是以時下的偶像歌手為主，雖部分歌手確實有歌唱或表演的才能，但大部分都是外表討喜、包裝精美。如研究者曾發現「在日常生活中，外在條件就是一種最容易吸引人注意的因素，所以在百家爭鳴的唱片市場上，這個在人際交往中不變的道理是最被拿來應用的，有著突出的外表，自然減少了其他費力的宣傳，而受訪者也坦承不諱這是他們被吸引的首要條件」（朱龍祥、陸洛，民89）。另外藉由這次的



調查，我們也發現國中學生的確會學習心目中的偶像，而且以偶像所表現出的行為為主。因此，我們不免擔心長久浸淫在這種假象下的學生，會不會影響其人格及未來待人處事的態度？

陸、結語與建議

國中學生行為的發展與問題，一直是社會各界關注的焦點，而偶像崇拜更是普遍存在而影響國中生的認同。自我認同包含自我本身與社會需求的統整。個人除了對自己的心理特質、價值系統、能力興趣及社會角色的認知外；另一方面能夠依自己的價值系統來確定目標及方向，在社會上扮演合適的角色。

而國中生正值身心變化劇烈的階段，在主觀的自我意識，與客觀的社會環境之間未必能互相配合，因此國中生在自身、家庭、學校及社會不同的需求下，常有矛盾與衝突產生，難免會產生不安定的感受，實在需要父母、師長以及社會的關切及引導，使其能認清目前或將來所要扮演的角色，將來才能有信心擔負起成人應盡的責任與義務。

茲就家庭、學校及社會三方面建議如下：

一、家庭方面

(一) 坦然接納

父母應瞭解國中孩子偶像崇拜的現象，乃是個人成長及社會化過程中必經的歷程，以關懷、坦然的態度來對待，站在了理解的立場與子女分享偶像崇拜的正面經驗；若有過當情形產生



時，應適時勸導、制止。

(二) 自我教育

由於社會流行的更迭和資訊傳輸的快速，孩子所面對的社會，遠比父母當年所面對的情境複雜，因此父母本身應不斷地自我教育及學習，以明瞭孩子所面對的難題，和孩子並肩解決成長的挑戰。

(三) 以身作則

家庭是孩子的避風港，而父母更是家庭的掌舵者，一言一行對子女的影響均非常深遠，因此父母應注意自己的言行及對子女的管教態度，為孩子正確的價值觀奠基。

二、學校方面

(一) 瞭解關懷

由本調查發現，在國中學生的心目中，教師對其瞭解確實有限。因此除了學生的課業外，教師宜瞭解及關懷學生在日常生活中之所思所行。

(二) 言教、身教與境教

國中是學校教育的一環，學生身處其中，其受影響的不僅是教師的言教及身教，尚包含學校所營造的境教。因此學校宜多方經營，以期在言教、身教及境教三者並重下，以塑造學生正面的認同感。



(三) 校園倫理

隨著社會民主風潮及後現代的思維的影響，校園內面臨著相當大的挑戰，除了組織層級的消弭，教職員間的互動、以及師生的關係都面臨很大的改變，因此重塑校園倫理實有必要。

三、社會方面

(一) 大眾傳播媒體的自律

國中學生除了崇拜影視明星的比例最高之外，其藉由大眾傳播媒體來認識偶像的人數亦是最多。因此大眾傳播媒體除應客觀公正的報導之外，更應注重堪足表揚的學習言行，發揮社會教育的功能。

(二) 表裏相稱

目前偶像的塑造，多注重其外在條件，致使國中學生在偶像的認同上亦流於膚淺，因此傳媒在偶像的形塑上宜重表裏相稱，可透過較積極的示範行為，例如：參與公益活動等，來引導國中學生做正面的認同。

參考文獻

- 朱龍祥、陸 祥（民 86）。**流行歌曲歌迷偶像崇拜的心態與行為初探**。高雄：高醫行為科學研究所。
- 李長貴（民 73）。**社會心理學**。臺北：中華。

- 何容（民 79）。**國語日報辭典**。臺北：國語日報。
- 呂錘卿（民 76）。**我國兒童認同對象之研究**。國立臺灣師範大學教育研究所論文。
- 吳淑玲（民 85）。國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究（上）。**教育資料文摘**，37（3），頁 166-190。
- 吳淑玲（民 85）。國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究（下）。**教育資料文摘**，37（4），頁 157-175。
- 林清江（民 70）。**教育社會學新論**。臺北：五南。
- 林英貴（民 76）。**臺北地區國中生電視明星認同研究**。私立輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 郭為藩（民 70）。電視影響兒童社會學習之研究。**師大教研究所集刊**，23，頁 25-98。
- 郭隆興（民 82）同儕楷模認同的理論與實徵研究。**研習資訊**，10（4），頁 22-25。
- 許坤結（民 84）。青少年的偶像崇拜與教育工作。**神學論集**，103，頁 135-144。
- 許展榮（民 83）。**請重視學生崇拜偶像的問題**，34（2），頁 39-40。
- 陳鏞（民 67）。電視對兒童生活影響之研究。**臺北師專學報**，7，頁 111-136。
- 陳奎熹（民 69）。**教育社會學**。臺北：三民。
- 張春興（民 83）。**教育心理學**。臺北：東華。
- 張春興（民 90）。**教育心理學**。臺北：東華。
- 張淑美等（民 82）。國中學生偶像崇拜與自我概念、學業成就關係之研究。**教育學刊**，10，頁 261-322。





1. 國中生的偶像崇拜具有哪些特質？
2. 中學生對偶像的崇拜包括哪些類型？
3. 教師可以成為中學生崇拜的偶像嗎？為什麼？
4. 偶像崇拜對於中學生的日常生活可能造成哪些影響？
5. 中學生會崇拜「上流美」嗎？為什麼？
6. 父母師長對中學生偶像崇拜行為的基本態度為何？
7. 偶像崇拜行為與學業表現之間可能有哪些關聯？
8. 偶像崇拜行為必定是表面膚淺的模仿嗎？
9. 模仿與認同之間，究竟應該如何區隔？
10. 如何導引正確的偶像崇拜行為？