

# 初中生偶像崇拜及其与自我效能感、主观幸福感的关系研究

秦焕莉<sup>1</sup> 岳晓东<sup>2</sup> 王春蕾<sup>1</sup> 王金平<sup>3</sup>

1. 首都师范大学教师教育学院, 北京;

2. 首都师范大学心理学院, 北京;

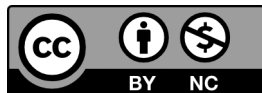
3. 郸城县城郊乡第一初级中学, 郸城

**摘要** | 本研究以 177 名初中生为研究对象, 考察初中生偶像崇拜及其与自我效能感、主观幸福感三者的关系。研究发现: (1) 初中生主要以娱乐明星为崇拜对象。(2) 男生在沉湎一成不变型偶像崇拜的边缘病理水平高于女生, 女生在认同一模仿型偶像崇拜的认同、依恋、理想化、浪漫化上高于男生; 不同年级在沉湎一成不变型偶像崇拜的娱乐社交和强烈个性化及认同一模仿型偶像崇拜的认同和依恋均存在显著差异。(3) 偶像崇拜与自我效能感显著正相关, 自我效能感与主观幸福感存在显著正相关, 认同一模仿型偶像崇拜能够正向预测主观幸福感。(4) 自我效能感在认同一模仿型偶像崇拜与主观幸福感之间存在完全中介效应。

**关键词** | 初中生; 偶像崇拜; 自我效能感; 主观幸福感

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



## 1 问题提出

### 1.1 偶像崇拜的概念

近 30 年来, 青春派偶像越来越成为青少年们关注的热点, 这不仅影响了青少年的生活和学习, 也影响了他们的价值观形成。近日, 国家开始了对“饭圈文化”的整顿活动, 偶像崇拜再次成为人们讨论的热门话题。偶像崇拜可追溯至古希腊年代, 偶像 (idol) 是从希腊语 εἶδος [像]、εἰδολου [图像]、λατρεῖν [侍奉、尊敬、崇拜] 这几个词演变来的。崇拜 (adorer) 在拉丁语里的意思是用手捂着嘴恭恭敬敬的说话, 鞠躬、下跪, 敬礼。总之, 通常是指行最高敬礼<sup>[1]</sup>。Erikson 将偶像崇拜理解为青少年从

通讯作者: 岳晓东, 首都师范大学心理学院教授, 主要从事心理咨询, 青少年偶像崇拜、幽默等研究。

文章引用: 秦焕莉, 岳晓东, 王春蕾, 等. 初中生偶像崇拜及其与自我效能感、主观幸福感的关系研究[J]. 中国心理学前沿, 2021, 3(11): 1362-1370.

<https://doi.org/10.35534/pc.0311156>

自我的混乱和迷茫中走出，寻找自我同一性的过程<sup>[2]</sup>。班杜拉在其社会学习理论里提出，人们的新行为大多是根据对榜样的观察而习得的<sup>[3]</sup>。现在偶像崇拜的含义发生了变化，主要指对知名人物的一种高度认同、爱慕、迷恋、幻想、模仿的心理倾向以及产生的行为表现。国内最具代表性的定义是岳晓东1999年提出的：偶像崇拜是青少年阶段的过渡性需求，主要表现为心理认同和情感依附，且对所崇拜对象加以崇拜和模仿，本质上是社会学习和依恋<sup>[4]</sup>。

在解释偶像崇拜行为上，国际学界主要有两个模型，一个是偶像崇拜沉湎—成瘾模型，由McCutcheon等人提出并分为三个维度：娱乐—社交水平偶像崇拜，主要是低水平的娱乐行为表现；紧张—个人化水平的偶像崇拜，对偶像表现出强烈的、无法控制的感觉和行为；边缘—病理水平，表现出过分认同偶像，同时有强迫性行为<sup>[5, 6]</sup>。该模型主要来解释病理性的偶像崇拜现象。另一个模型是岳晓东提出的认同—模仿型偶像崇拜，他将偶像崇拜看作是一种对偶像化人物的强化或理想化属性的认同，偶像崇拜者将他们的偶像看作个人成长和理想的榜样<sup>[7]</sup>。该模型主要用来解释理性的偶像崇拜。岳晓东对两种偶像崇拜类型进行了对比<sup>[8]</sup>，如表1。

表1 沉湎—成瘾型偶像崇拜与认同—模仿型偶像崇拜的特征对比

Table 1 A comparison of characteristics of absorption-addition idolatry and identification-emulation idolatry

偶像崇拜的特性	Maltby & McCutcheon 的模型	Yue & Cheung 的模型（岳晓东、张宙桥模型）
概念化	沉湎—成瘾型偶像崇拜	认同—模仿型偶像崇拜
焦点	以个人光彩为基础的偶像崇拜（glamour-based adoration）：包括对偶像的名望、荣耀、财富、身材等方面的关注。	以个人魅力为基础的偶像崇拜（charisma-based admiration）：包括对偶像的个性、才能、个人成就等方面的关注。
本质	病态的，成瘾的	发展的，正常的
类型	多为明星偶像：流行歌手、电影明星、体育明星、时装模特等	多为杰出人物：科学家、哲学家、作家、商人、政治家等
角色	核心自我评价中的补偿作用	核心自我评价的补偿和兼容性作用
结果	弱的核心自我评价	弱或强的核心自我评价
测量	《名人态度量表》（Celebrity Attitudes Scale）	《偶像崇拜问卷》（Idol Worship Questionnaire）

本研究将从沉湎—成瘾型偶像崇拜和认同—模仿型偶像崇拜两种模型进行探讨。

## 1.2 偶像崇拜对自我效能感的影响

自我效能感（self-efficacy）指个体对自己是否有能力在某个领域有效完成任务、实现某个目标的信念<sup>[9]</sup>。初中生对偶像的认同和模仿也是其寻找自我同一性的过程。初中生自我意识日益增强，他们逐渐产生摆脱父母控制，寻求独立自主的心理，为了顺利适应从受父母束缚到独立自主，他们把对父母的情感依恋转向了偶像。偶像是中学生对理想和成功追求的理想自我，当青少年崇拜偶像身上的积极特质时，个体会产生较为积极自我的评价<sup>[10]</sup>。这说明偶像崇拜在理想自我的发展过程中有着积极的作用。偶像崇拜能够影响崇拜者的自我效能感。已有研究表明，偶像崇拜的卷入程度能够显著预测个体的自我效能感<sup>[11]</sup>。理性的偶像崇拜者对偶像的优秀品质、才能、成就等方面的崇拜能帮助其找到成功的“航标”，

看到内在的自我价值,进而提升自信心,因而理性的偶像崇拜在一定水平上能预测自我效能感<sup>[12]</sup>。

### 1.3 偶像崇拜与主观幸福感的关系

国内外对于偶像崇拜与主观幸福感的关系,实证研究尚不多,且呈现出不同的研究结果。有研究证明偶像崇拜会降低主观幸福感,因为偶像崇拜与生活、学校、学业、环境满意度呈显著负相关,且与负性情感有显著正相关,这表明中学生偶像崇拜通过影响消极情感而影响他们的主观幸福感<sup>[13]</sup>。尤其是影响女生的主观幸福感,有研究证明偶像崇拜水平能够负向预测初中女生的主观幸福感<sup>[14]</sup>。偶像崇拜的高卷入者,其核心自我评价低<sup>[15]</sup>,主观幸福感也低。但是有研究者发现偶像崇拜可以增加中学生的积极情绪情感,以此提高中学生的主观幸福感<sup>[16]</sup>。

本研究旨在探究沉湎—成瘾型和认同一模仿型偶像崇拜、自我效能感和主观幸福感的关系,为青少年偶像崇拜树立正确的崇拜观,为学校 and 家庭教育在进行偶像榜样教育时提供新的依据。

### 1.4 研究假设

鉴于以往的研究,本研究提出假设:(1)初中生偶像崇拜以崇拜明星为主,女生以崇拜娱乐明星为主,男生以崇拜体育明星为主。(2)女生在沉湎—成瘾型偶像崇拜和认同一模仿型偶像崇拜的得分均高于男生。(3)偶像崇拜、自我效能感和主观幸福感显著正相关。(4)自我效能感在偶像崇拜与主观幸福感之间的中介效应显著。

## 2 研究方法

### 2.1 研究对象

本研究共选取200名河南省周口市某中学的学生,收回190份问卷,剔除无效问卷,有效问卷为177份,有效回收率88.5%。其中男生88名,女生89名,初一44名,初二70名,初三63名。

### 2.2 研究工具

#### 2.2.1 偶像崇拜量表

名人崇拜量表(Celebrity Worship Scale, CAS)由McCutcheon等人编制。简版为22题。共有3个维度:娱乐—社交的态度、紧张—个人化名人崇拜及边缘病理崇拜,用来测量崇拜偶像(名人)的迷恋态度。采用likert 5点量表。在本研究中该问卷Cronbach  $\alpha$  系数为0.93,内部一致性很高。

偶像崇拜问卷(Idol Worship Questionnaire)由岳晓东编制,共包含15道题,5个维度:认同,依恋,理想化,浪漫化和消费性。用来测青少年对偶像人物的理想化或认同。采用likert 5点量表。在本研究中该问卷的Cronbach  $\alpha$  系数为0.91,具有很高的信度。

#### 2.2.2 自我效能感量表

采用R. Schwarzer等人编制的自我效能感量表,共有10个题目,用来测量个人对自我信念的高低程度。该量表具有简单易懂、操作方便、可信度高等特点。采用里克特4点评分:从“完全不符合”到“完全符合”。

得分越高,说明自我效能感越高。在本研究中该问卷的 Cronbach  $\alpha$  系数为 0.79,具有较高的信度。

### 2.2.3 主观幸福感量表

采用 Campbell 等人编制的主观幸福感量表,共有 9 个题目,其中 8 道题测情绪情感,1 道测生活满意度。采取 likert7 点评分,将 8 道情绪题目均分与生活满意度题目得分(权重 1.1)进行加权相加,测试被试的主观幸福感水平,加权得分越高,说明主观幸福感水平越高。在本研究中,该问卷的 Cronbach  $\alpha$  系数为 0.79,具有较高的信度。

## 2.3 数据的收集和分析

本研究以班级为单位施测,回收后剔除无效问卷,采用 SPSS21.0 进行统计分析。

# 3 研究结果

## 3.1 初中生偶像崇拜的特点

从偶像崇拜类型的调查结果可知,初中生崇拜娱乐明星的人最多,49.2%的初中生崇拜娱乐明星,其次是体育明星,16.9%的初中生崇拜体育明星,以明星为崇拜对象的共占 66.1%,而崇拜杰出人物和抗疫英雄的初中生仅占 10.2% 和 7.9%,崇拜父母老师的则更少,为 6.2%,崇拜虚拟人物的占 5.6%。见表 2。

表 2 崇拜的偶像类型

Table 2 Idolatry type

偶像类型	频率	百分比
娱乐明星	87	49.2
体育明星	30	16.9
杰出人物	18	10.2
抗疫英雄	14	7.9
父母老师	11	6.2
虚拟人物	10	5.6
其他	7	4.0
合计	177	100.0

被试共提名偶像 182 人次,包括 82 个人物,其中偶像提名前十位是:科比、钟南山、袁隆平、王源、易烊千玺、父母、宋亚轩、乔丹、王俊凯、华晨宇。在这 10 名中,明星偶像有 7 人,杰出人物偶像仅有 2 人。可见,提名的偶像中明星偶像占 70%,杰出人物仅占 20%。

从性别来看,男女在偶像类型的选择上存在显著差异( $\chi^2=39.379, P<0.01$ )。女生以崇拜娱乐明星为主,男生以崇拜体育明星为主。假设 1 得到验证。从年级来看,初一、初二和初三学生在偶像类型上存在显著差异( $\chi^2=37.791, P<0.01$ )。初二崇拜体育明星、父母老师、抗疫英雄的人数比例高于初一、初三年级。初三崇拜娱乐明星、杰出人物的人数比例高于初一、初二年级,初三年级没有以父母老师为崇拜对象的。见表 3。

表3 初中生崇拜偶像类型的性别、年级分布：人数（百分比）

Table 3 Gender and Grade distribution of idols of Junior Middle School Students: Number of students (percent)

偶像	性别		年级		
	男	女	初一	初二	初三
娱乐明星	24 (13.6%)	63 (35.6%)	29 (16.4%)	24 (13.6%)	34 (19.2%)
体育明星	26 (33.8%)	4 (2.3%)	2 (1.1%)	19 (10.7%)	9 (5.1%)
杰出人物	10 (5.6%)	8 (4.5%)	3 (1.7%)	3 (1.7%)	12 (6.8%)
抗疫英雄	10 (5.6%)	4 (2.3%)	4 (2.3%)	8 (4.5%)	2 (1.1%)
父母老师	6 (7.8%)	5 (2.8%)	1 (0.6%)	10 (5.6%)	0 (0.0%)
虚拟人物	6 (7.8%)	4 (2.3%)	4 (2.3%)	3 (1.7%)	3 (1.7%)
其他	5 (2.8%)	1 (0.6%)	1 (0.6%)	3 (1.7%)	3 (1.7%)

男生在沉湎—成瘾型偶像崇拜的边缘—病态水平高于女生 ( $t=2.129$ ,  $P<0.05$ )。女生在认同—模仿型偶像崇拜的认同 ( $t=-2.625$ ,  $P<0.01$ )、依恋 ( $t=-3.256$ ,  $P<0.01$ )、理想化 ( $t=-2.548$ ,  $P<0.05$ )、浪漫化 ( $t=-2.653$ ,  $P<0.01$ ) 上高于男生。假设 2 得到了部分验证。不同年级的初中生在沉湎—成瘾型偶像崇拜的娱乐—社交 ( $F=3.717^*$ ,  $P<0.05$ ) 和紧张—个人化水平 ( $F=5.259^{**}$ ,  $P<0.01$ ) 存在显著差异, 初一高于初二、初三, 在认同—模仿型偶像崇拜的认同 ( $F=4.959^{**}$ ,  $P<0.01$ ) 和依恋 ( $F=6.552^{**}$ ,  $P<0.01$ ) 存在显著差异, 其他维度差异不显著。

### 3.2 偶像崇拜、自我效能感与主观幸福感的相关分析

通过将两种类型偶像崇拜各维度的均分与自我效能感和主观幸福感做 Pearson 相关, 结果表明, 沉湎—成瘾型偶像崇拜的娱乐—社交、紧张—个人化、边缘—病态与自我效能感存在显著正相关, 且娱乐—社交 > 紧张—个人化 > 边缘—病态, 这说明偶像崇拜卷入水平越低, 对自我能力的评价越高, 自我效能感越高。认同模仿型偶像崇拜的认同、理想化和消费性与自我效能感存在正相关。自我效能感与主观幸福感二者之间存在显著的正相关。沉湎—成瘾型偶像崇拜各维度与主观幸福感无显著相关, 认同模仿型偶像崇拜的消费性与主观幸福感存在正相关, 这在一定程度上验证了假设 3。见表 4。

表4 偶像崇拜各维度与自我效能感、主观幸福感的相关 ( $n=177$ )

Table 4 The correlation between the dimensions of idol worship and self-efficacy and subjective well-being

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
娱乐—社交	1									
紧张—个人化	0.865**	1								
边缘—病态	0.471**	0.405**	1							
认同	0.601**	0.609**	0.191*	1						
依恋	0.634**	0.658**	0.173*	0.702**	1					
浪漫化	0.425**	0.527**	0.333**	0.334**	0.460**	1				
理想化	0.590**	0.624**	0.296**	0.574**	0.635**	0.581**	1			
消费性	0.597**	0.600**	0.408**	0.476**	0.571**	0.520**	0.618**	1		
自我效能感	0.332**	0.322**	0.249**	0.290**	0.146	0.081	0.171*	0.224**	1	
主观幸福感	0.064	0.114	0.099	0.080	0.077	0.020	-0.025	0.186*	0.350**	1

注: \* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , 下同。



### 3.3 偶像崇拜、自我效能感对主观幸福感的回归分析

为进一步探讨偶像崇拜、自我效能感对初中生主观幸福感的影响，以偶像崇拜各维度和自我效能感为预测变量，以主观幸福感为结果变量进行回归分析。理想化、消费性和自我效能感依次进入回归方程。方程  $F(9, 167) = 4.409$ ,  $P < 0.01$ ，理想化显著负向地预测主观幸福感，消费性和自我效能感显著地正向预测主观幸福感，其中自我效能感对主观幸福感预测作用更大 ( $\beta = 0.352$ ,  $P < 0.01$ )，三者共同解释主观幸福感 14.8% 的变异量。见表 5。

表 5 偶像崇拜、自我效能感对主观幸福感的回归分析

Table 5 Regression analysis of idol worship and self-efficacy on subjective well-being

预测变量	$\beta$	T	R	$R^2_{adj}$	F
理想化	-0.246	-2.279*	0.438	0.148	4.409**
消费性	0.273	2.708**			
自我效能感	0.352	4.592**			

### 3.4 自我效能感在偶像崇拜和主观幸福感的中介效应

为考察自我效能感在偶像崇拜和主观幸福感之间是否起中介效应，根据温忠麟等人<sup>[17]</sup>的中介效应检验程序进行中介效应分析。根据相关分析的结果来看，认同模仿型偶像崇拜与自我效能感具有正相关，自我效能感与主观幸福感显著正相关，认同模仿型偶像崇拜的消费性与主观幸福感存在正相关，满足中介效应检验的条件，首先，检验回归系数  $c$  是否显著。以消费性为自变量，主观幸福感为因变量做回归，得到偶像崇拜对主观幸福感的总体效应，路径  $c$  的标准回归系数显著 ( $\beta = 0.186$ ,  $p < 0.05$ )。接着依次检验系数  $a$  和  $b$ 。以消费性为自变量，以自我效能感为因变量做回归，得到路径  $a$  显著 ( $\beta = 0.224$ ,  $p < 0.01$ )。以消费性、自我效能感为自变量，主观幸福感得分为因变量做回归，得到路径  $b$  显著 ( $\beta = 0.324$ ,  $p < 0.01$ )；消费性对主观幸福感得分的标准回归系数  $c'$  不显著 ( $\beta = 0.114$ ,  $p > 0.05$ )。根据检验程序，由于  $a$ 、 $b$ 、 $c$  显著， $c'$  不显著，因此自我效能感作为完全中介效应变量，在认同模仿型偶像崇拜中的消费性和主观幸福感之间存在完全中介效应，占总效应的 39%。假设 4 得到验证。见表 6。

表 6 自我效能感在偶像崇拜与主观幸福感之间的中介作用

Table 6 The Mediating Role of self-efficacy in idolatry and subjective Well-being

	$R^2_{adj}$	F	B	SE	$\beta$	t
消费性与主观幸福感	0.029	6.296	0.443	0.176	0.186	2.509*
消费性与自我效能感	0.045	9.224	1.125	0.370	0.224	3.037**
消费性、自我效能感与主观幸福感	0.125	13.518	0.271	0.238	0.114	1.573
			0.153	0.034	0.324	4.478**

## 4 讨论

### 4.1 初中生偶像崇拜的特点

本研究表明，初中生偶像崇拜的类型依次是：娱乐明星、体育明星、杰出人物、抗疫英雄、父母老师、

虚拟人物和其他。由此可见,初中生崇拜的偶像主要是以娱乐明星和体育明星为主。女生以崇拜娱乐明星为主,男生以崇拜体育明星为主,这符合以往研究结果<sup>[18, 19]</sup>。相比初一、初二学生,初三学生更多崇拜娱乐明星,这可能是初三学生处于不成熟向成熟转化的关键时期,他们有着强烈的成人感和独立意识,而娱乐明星形象姣好,个性独特,符合初三学生理想自我的形象。

本研究还表明,抗疫英雄也开始成为青少年们崇拜的偶像和榜样,这是与以往研究所不一样的。对他们的崇拜表明了初中生社会关注和社会奉献意识的觉醒,初中阶段正在形成和确立世界观、人生观和价值观,崇尚英雄有利于他们树立正确的社会价值观,正确定位人生的意义。此外,虚拟人物的偶像崇拜突出显示了随着时代的发展,偶像崇拜变得更为多元化。这也值得进一步探索。

男生在偶像崇拜的边缘病理水平显著高于女生,女生在认同、依恋、理想化和浪漫化显著高于男生,这似乎说明男生更易卷入实质性崇拜,女生大多停留在表层性崇拜,表现出对偶像的情感依恋和浪漫关系幻想<sup>[20]</sup>。在年级比较上,娱乐—社交和紧张—个人化水平存在显著差异,认同—模仿型偶像崇拜的认同和依恋维度存在显著差异,初一高于初二、初三,初一学生刚升入初中,学业压力相对较小,无中考升学压力,这就使得他们可能有更多的时间和精力去崇拜偶像。

## 4.2 初中生偶像崇拜对主观幸福感的影响

本研究表明,认同模仿型偶像崇拜中的消费性可以显著正向预测主观幸福感,理想化能负向地预测主观幸福感,这与以往研究不一致<sup>[14]</sup>。原因可能是本研究采用两个偶像崇拜量表,一个测量病理性偶像崇拜,另一个测量理性偶像崇拜,可能对研究结果产生一定的影响,这也说明偶像崇拜对主观幸福感的影响不是单一的。一方面,对于初中生来说,偶像大多是“光环人物”,其身上有很多优秀特质,崇拜他们可以帮助初中生觉察自我,不断完善自我,且初中生面临繁重的学业任务和巨大的精神压力,偶像崇拜能够帮助初中生缓解心理压力,转移注意力,宣泄心理情绪<sup>[21]</sup>,避免其受消极情绪的影响,从而提高主观幸福感。另一方面,初中生如果过度崇拜偶像,将偶像神化,就会贬低自我,降低自信,而使主观幸福感受影响。

因此,中学生出现偶像崇拜行为时,不少家长开始担心,认为偶像崇拜既占据孩子一定的学习时间,不理性的偶像崇拜又会给青少年带来错误的引导,不利于青少年的健康成长。本研究证明了认同—模仿型偶像崇拜对情绪情感的发展有其积极意义,因此,家长对青少年的偶像崇拜行为不可简单粗暴地“一棒子打死”,而应看到其正影响力,理性对待,积极引导。

## 4.3 自我效能感在偶像崇拜与主观幸福感的中介作用

本研究表明,偶像崇拜与自我效能感存在显著正相关,与前人的研究结果一致<sup>[12]</sup>,自我效能感与主观幸福感具有显著正相关,个体的自我效能感越高,就表现得越自信,在学业、人际交往、社会适应等方面越能产生积极体验,对学业、友谊、环境满意可以提高生活满意度,对生活越满意越能体会到较高的主观幸福感<sup>[13]</sup>。认同—模仿型偶像崇拜与主观幸福感具有显著相关。进一步回归分析发现,认同—模仿型偶像崇拜的理想化、消费性和自我效能感均能够显著预测初中生的主观幸福感,说明偶像崇拜的理想化、消费性和自我效能感对于他们的主观幸福感都很重要。

本研究还表明,自我效能感在认同模仿型偶像崇拜的消费性与主观幸福感之间存在完全中介的作用。这说明认同模仿型偶像崇拜主要通过中介变量自我效能感的作用影响主观幸福感。许多中学生将优秀的偶像看成是自己进步的榜样,对偶像的崇拜提高了他们更积极地认识与评价自我<sup>[22]</sup>,积极的自我评价又促使自我效能感的提高,增强其胜任能力,从而较好地适应学习和生活,提升主观幸福感的水平。因此,正确对待和处理初中生的偶像崇拜行为具有非常重要的现实意义,教育者首先要给予初中生偶像崇拜一定的认同和接纳,而非一味地干涉或阻止,引起其逆反心理。其次要理性引导,帮助初中生树立积极正向的崇拜观,避免盲目追星,甚至无底线追星而影响身心健康。

## 5 小结

本研究得到以下结论:初中生偶像崇拜主要以娱乐明星为崇拜对象。偶像的选择在性别、年级上均存在显著差异。男生在沉湎一成不变型偶像崇拜的边缘病理水平高于女生,女生在认同一模仿型偶像崇拜的认同、依恋、理想化和浪漫化上得分高于男生;不同年级在娱乐—社交和紧张—个人化水平存在显著差异,在认同和依恋维度存在显著差异;初中生偶像崇拜与自我效能感存在显著正相关,自我效能感与主观幸福感之间存在显著正相关,认同一模仿型偶像崇拜能正向预测主观幸福感。自我效能感在认同模仿型偶像崇拜与主观幸福感之间存在着完全中介效应。

## 参考文献

- [1] 伏尔泰. 哲学辞典下[M]. 王燕生,译. 北京:商务印书馆,2017:575.
- [2] Erikson, E. Identity: youth and crisis [J]. *Psychosomatics*, 1968 (4): 243-244.
- [3] 林崇德. 发展心理学[M]. 北京:人民教育出版社,2018:42.
- [4] 岳晓东. 青少年偶像崇拜与榜样学习的异同分析[J]. *青年研究*, 1999 (7): 2-10.
- [5] McCutcheon L E, Ashe D D, Houran J, et al. A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities [J]. *Journal of Psychology*, 2003, 137: 309-322.
- [6] 王平,刘电芝. 青少年偶像崇拜的心理探源[J]. *苏州大学学报(哲学社会科学版)*, 2010 (5): 179-181.
- [7] 岳晓东. 青少年偶像崇拜与榜样学习之异同分析[J]. *青年研究学报*, 1999 (4): 137-152.
- [8] 岳晓东,张宙桥. 论偶像崇拜中的光环作用与榜样作用之差异[J]. *中国德育*, 2021 (1): 13-21.
- [9] Bandura, A. Self-efficacy [M]. New York: Freeman, 1997.
- [10] Yue X D, Cheung C K, Wong D S W. From glamour-oriented idolatry to achievement-oriented idolatry: a framing experiment among adolescents in hong kong and shenzhen [J]. *Asian Journal of Social Psychology*, 2010, 13 (1): 1-8.
- [11] 卢丹. 成年早期粉丝的偶像崇拜卷入程度及其与自我效能感、孤独感的关系研究[D]. 昆明:云南师范大学,2018.
- [12] 刘悦. 中学生偶像崇拜与自我效能感关系研究[J]. *科教导刊(下旬)*, 2017 (11): 160-161.
- [13] 乔志宏,张菁,车宏生. 中学生偶像崇拜主观幸福感及其关系的研究[J]. *中国青年研究*, 2010 (5): 79-82.
- [14] 时嘉惠,张梦圆,杨莹,等. 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[J]. 心理发展与教育, 2016, 32(6): 666-674.
- [15] 杨宇晴, 吴波. 大学生偶像崇拜与核心自我评价的关系[J]. 中国健康心理学杂志, 2021, 29(2): 314-320.
- [16] 王萍. 青少年明星崇拜的相关研究[D]. 苏州大学, 2009.
- [17] 温忠麟, 张雷, 侯杰泰. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报, 2004(36): 614-620.
- [18] 赵霞. 我国中小学生偶像崇拜调查报告[J]. 中国青年研究, 2013, 3: 75.
- [19] 姚计海, 陈阳. 中学生偶像崇拜特点及其与心理健康的关系[J]. 青年研究, 2003(9): 7-9.
- [20] 岳晓东, 严飞. 青少年偶像崇拜系列综述(之二)——偶像崇拜的性别差异[J]. 青年研究, 2007(4): 15-20.
- [21] 梁旗. 初中学生偶像崇拜与自我价值感、学业成绩的关系研究[D]. 长春: 东北师范大学. 2005.
- [22] 姚计海, 申继亮. 中学生偶像崇拜与自我概念的关系研究[J]. 心理科学, 2004, 27(1): 55-58.

## A Study on the Relationship between Idol Worship , Self-efficacy and subjective well-being of Junior Middle school students

Qin Huanli<sup>1</sup> Yue Xiaodong<sup>2</sup> Wang Chunlei<sup>1</sup> Wang Jinping<sup>3</sup>

1. College of Teacher Education, Capital Normal University, Beijing;

2. College of Psychology, Capital Normal University, Beijing;

3. Dancheng County First Junior Middle School, Dancheng

**Abstract:** This study surveyed 177 junior high school students about the relationship between Idol Worship Types, Self-Efficacy and Subjective Happiness. Results showed that (1) junior high students mostly worshiped star idols; (2) male students scored higher on measure of absorption-addition idolatry than female students, female students scored higher on measure of identification-emulation idolatry, female students also scored higher than male students on measures of idol identification, attachment, idealization, and romantization; students of different grades showed marked difference on entertainment-social, intense-personal, and idol identification and romantization; (3) identification-emulation idolatry is positively related to self-efficacy and subjective happiness; and can predict one's subjective happiness; (4) self-efficacy plays a mediating role in the relationship between identification-emulation idolatry and subjective happiness.

**Key words:** Junior High School Students; Idol worship; Self-efficacy; Subjective Happiness