

大学生偶像崇拜心理现状及其对策分析

王 倩

上海理工大学基础学院, 上海

收稿日期: 2024年7月3日; 录用日期: 2024年8月15日; 发布日期: 2024年8月27日

摘 要

近些年, 大学生的偶像崇拜行为引起了学校、家长及社会的广泛关注。为了更好地理解和指导大学生对“偶像”的崇拜, 本文运用问卷调查、文献研究、访谈调查等方法, 对大学生偶像崇拜心理进行了深入的剖析和研究。通过调查可以看出, 大学生对偶像的崇拜是非常广泛的, 并且同时具有积极和消极影响, 他们对偶像的崇拜表现出了多样性, 而且大多数的大学生更喜欢消费型的偶像。根据马斯洛的需要层级理论, 本文认为, 在社会需要、尊重需要、审美需要和自我满足需要等方面, 大学生存在着对明星偶像崇拜的需要, 而且应该对他们的这种心态和行为给予足够的重视, 并对他们进行科学的指导, 让他们充分发挥偶像崇拜心理的正面作用, 从而更好地促进他们的身体和心灵的健康发展, 促进他们的人格发展, 进而正确引导高校学生对偶像的崇拜心理。

关键词

大学生, 偶像崇拜, 心理需求

Analysis of the Psychological Status and Countermeasures of College Students' Idol Worship

Qian Wang

College of New Students, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Jul. 3rd, 2024; accepted: Aug. 15th, 2024; published: Aug. 27th, 2024

Abstract

In recent years, the idolatry of college students has attracted widespread attention from schools, parents and society. In order to better understand and guide college students' idol worship, this

paper uses questionnaire surveys, literature research, interview surveys and other methods to conduct an in-depth analysis and research on the idolatry psychology of college students. Through the survey, it can be seen that the idol worship of college students is very extensive, and has both positive and negative effects, their idol worship shows diversity, and most college students prefer consumer idols. According to Maslow's hierarchy of needs theory, this paper argues that college students have the need for celebrity idolatry in terms of social needs, respect needs, aesthetic needs and self-satisfaction needs, and should pay enough attention to their mentality and behavior, and give them scientific guidance, so that they can give full play to the positive role of idolatry, so as to better promote the healthy development of their bodies and minds, promote their personality development, and then correctly guide college students to worship idols.

Keywords

College Students, Idol Worship, Psychological Needs

Copyright © 2024 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. 绪论

在大众媒体迅猛发展的今天，影视明星、体育明星、商业名人、政客、科学家等各个领域的杰出人物受到了社会大众的广泛关注和热情追捧，即使是最平凡的人，也能借助网络的影响力，快速地吸引更多的目光。这一现象背后的本质是公众的偶像崇拜心理，而大学生群体，因求知欲较强、心理发展未成熟等原因，更愿意将自己的时间与注意力投入个人爱好，更容易产生偶像崇拜的心态与行为，在当今的时代，他们是“偶像崇拜”的主要群体。

在已有的相关研究中，彭雪和孙守安(2011)指出，偶像崇拜在当代大学生中具有广泛的影响力，不同背景、不同专业的学生都有各自的偶像。吴蕾(2020)进一步强调了这一现象的普遍性，并指出偶像崇拜已经成为大学生文化生活中的重要组成部分。岳晓东(2012)将偶像崇拜分为追星和粉丝两类，前者主要表现为对偶像形象的迷恋，后者则更多关注偶像的生活和价值观。

李慧琳等(2020)则探讨了偶像崇拜与自我价值感的关系，指出不同类型的偶像崇拜对大学生的心理和行为有着不同的影响。辜秀华(2012)认为，大学生偶像崇拜主要源于自我认同感的缺失和心理发展的需要，他们通过崇拜偶像来弥补自我认同的不足。刘歌(2019)也指出，偶像崇拜在一定程度上可以帮助大学生缓解压力，提升自信心。彭怀祖和徐洪波(2010)提出，偶像崇拜能够在一定程度上激励大学生追求更高的目标和理想。邸岩童(2020)通过研究发现，偶像参照效应可以帮助高中生和大学生树立正确的价值观和人生观。然而，过度的偶像崇拜也可能导致一些负面影响。彭怀祖(2012)指出，盲目崇拜偶像可能导致大学生忽视现实生活中的重要任务，如学业和社会责任。顾晗可(2019)也提到，某些极端的崇拜行为可能会对大学生的心理健康造成负面影响。

对此，何小忠(2007)强调，大学应加强对偶像崇拜现象的教育引导，通过榜样教育来引导学生正确看待偶像，树立正确的价值观。杨依溪(2016)也提出，学校应积极开展心理健康教育，帮助大学生正确处理偶像崇拜与自我发展的关系。吴蕾(2020)建议，社会各界应共同努力，提供更多积极健康的偶像形象，通过媒体宣传正能量，引导大学生树立正确的偶像观。刘歌(2019)认为，大学生自身也应学会自我调适，理性看待偶像崇拜，避免过度迷恋和盲目崇拜。李慧琳等(2020)则强调，大学生应加强自我认同感的建设，

通过自身努力实现自我价值。

由前人的研究可以发现,大学生偶像崇拜现象在当前社会中已经十分普遍,其心理动因和影响也十分复杂。通过教育引导、社会支持和自我调适,可以有效引导大学生树立正确的偶像观,促进其心理健康和全面发展。基于此,本文以大学生为研究对象,对大学生偶像崇拜心理现状及其对策进行深入探究,采用问卷调查法和访谈调查法以更好地了解当前高校学生对偶像崇拜的现状、感受和影响,以及这种崇拜的心理需要,规避偶像崇拜心理带来的负面影响,发挥偶像崇拜心理的积极影响,提高大学生的思辨能力,促进大学生身心健康发展。

(一) 偶像崇拜相关概念界定

偶像崇拜心理是人们对客观世界进行认知的过程中对于某个对象所产生的一种盲目推崇的心理倾向,是一个人内心信仰追求的反映。而目标,可能是一个人,可能是一件物品,也可能是其他东西。在这样的心态下,人们存在对完美的心理倾向,会对自己所膜拜的事物产生一种盲目的敬仰之情,往往会觉得对方是完美的。偶像崇拜心理既存在积极影响,也存在消极影响。它的正面效果一般体现为:它能使仰慕者对自己的目标产生积极的依恋心态。消极影响主要体现在:一种情绪上的盲目追逐,一种对所膜拜客体的优势的夸张和神化,一种不自觉的忽视。

在目前的社会背景下,对偶像的崇拜是一种对社会现实的要求。网络环境下,高新技术催生了许多新颖的东西,并对大学生的生活价值观念产生了影响。因为生活经验不足,他们很可能对某些著名的人物和事物有一种仰慕的心态。因为生活经历相对匮乏,他们往往发自内心地希望能找到一个能被自己效仿的目标,以此为自己以后的生活轨迹提供参照,而崇拜偶像,则是一种很好的满足。

大学生崇拜的偶像可分为以下五类:1) 明星,包括影视明星、流行歌曲明星、体育明星等;2) 杰出人士,包括政治军事领袖、科学家、作家、艺术家、思想家、英雄榜样、企业家等;3) 父母和家庭成员;4) 教师、朋友和同学;5) 虚构的人物,包括传说中的神,小说、影视中的角色,也包括游戏、动画电影和卡通中的人物。

(二) 马斯洛需求层次理论

马斯洛的需要层级学说,将人的需要划分为七个层级,从底往上依次是:生理需要,安全需要,社会需要,尊重需要,认知需要,审美需要,自我满足需要,自我满足需要。马斯洛的需要层级学说认为,大学生最根本的需要是一种心理需要,它是一种维持其所需要的人的最根本的需要,其中就包含着对衣、食、住、行等人的需要。大学生的第二层次是安全感,只有在有保障的情况下,他们的安全感才能满足他们的更高层次的需要。大学生的第三个层次的需要是社会性的需要,在这一需要的驱动下,他们希望能够与社会上的人们形成一种情感关系,例如,获得友谊、亲情和爱情。在第四个层次中,大学生对荣誉的渴望表现为对自我的渴望和对他人的尊重。而在另一种意义上,则表示对他人的身份、名声等的尊重。认识需要是大学生第五个层次的需要,是指人们对客观世界事物的一种探究与渴望。“美感需要”是大学生第六个层次的需要,指的是对自己觉得美的事物进行欣赏、赞美和模仿。大学生的第七个层次的需要是一种自我实现的需要,也就是说,他们需要理解与接受自己,并要不断地让自己成为一个更完善的人,从而达到更高的自我价值。

2. 大学生偶像崇拜心理现状调查

(一) 调查设计与收集

1、调查问卷的设计与收集

本次问卷调查随机抽取某省的 985 高校、211 高校、普通一本高校、普通二本高校、普通三本高校各一所,每所高校随机发放 100 份问卷,即总计发放 500 份问卷,最终得到了 452 份有效问卷,有效率

达到了 90.4%。如表 1 所示, 其中, 男生的数量占了 49.1%, 女生的数量占了 50.9%, 男生和女生的数量比女生的数量比较平衡。从年龄上看, 大一新生占 26.8%, 大二新生占 25.7%, 大三新生占 25.4%, 大四新生占 22.1%, 各个年级所占比例基本一致。在高校的层级分布方面, 985 大学占 18.8, 211 大学占 19.9%, 一般一本大学占 21%, 二本大学占 20.6%, 三本大学占 19.7%, 每一种比例都比较平衡。在家庭经济状况上, 有 17.7% 的人拥有比较好的状况, 有 77.9% 的人拥有一般的状况, 有 4.4% 的人拥有比较坏的状况, 这一分布形式与大学生偶像崇拜的基本情况比较吻合。

Table 1. Basic information of the respondents
表 1. 受调查者基本情况

统计变量	统计项	数量(人)	百分比%
性别	男	222	49.1
	女	230	50.9
年级	大一	121	26.8
	大二	116	25.7
	大三	115	25.4
	大四	100	22.1
所在高校性质	985 高校	85	18.8
	211 高校	90	19.9
	普通一本高校	95	21.0
	普通二本高校	93	20.6
	普通三本高校	89	19.7
家庭经济情况	很好	80	17.7
	一般	352	77.9
	很差	20	4.4%

2、访谈设计与收集

本次访谈随机选取了一所 985 高校、211 高校、普通一本高校、普通二本高校、普通三本高校中的 6 名大学生(男女各 3 名), 展开了一次访谈, 访谈的问题主要针对偶像崇拜的年龄特征情况展开。第一系列问题分别是“你大一的时候是否有崇拜明星的心理?” 以及“你现在(大四)是否还有崇拜明星的心理? 热情程度如何?” 第二系列问题分别是“你大一的时候是否有崇拜杰出人物的心理?” 以及“你现在(大四)是否还有崇拜杰出人物的心理? 热情程度如何?” 第三系列问题分别是“你大一的时候是否有崇拜父母和家庭成员的心理?” 以及“你现在(大四)是否还有崇拜父母和家庭成员的心理? 热情程度如何?” 通过访谈结果可以看出, 大学生偶像崇拜心理具有鲜明的年龄特征。

(二) 大学生偶像崇拜心理的分析

1、大学生偶像崇拜心理普遍存在

根据调查结果得出表 2, 在 452 名学生中, 有 302 名学生, 即 66.8% 的学生存在着偶像崇拜的心理。由此可以看出, 在高校学生中, 存在着一种较为常见的偶像崇拜心理。在有过偶像崇拜行为的同学中, 有 68.3% 的同学会加入偶像的粉丝群体, 79.2% 的同学会购买周边商品并参加各种应援活动。

Table 2. Proportion of college students with idol worship psychology
表 2. 具有偶像崇拜心理的大学生人数占比情况

统计变量	统计项	数量(人)	百分比%
你是否有偶像崇拜心理	有	302	66.81
	没有	150	33.2
是否加入过该偶像的粉丝群	是	308	68.3
	否	144	31.7
是否参加过偶像的应援活动及购买周边产品	是	358	79.2
	否	94	20.8

2、大学生偶像崇拜心理正负效应并存

表 3 为大学生崇拜偶像心理正负效应情况，在对偶像的感受方面，73.4%的人感受到了偶像崇拜的愉悦与正面情感感受。就对偶像崇拜的效果而言，57.6%的大学生表现出正面的效果，7.3%的大学生表示对他们的日常生活、学习造成了很大的干扰，13.1%的大学生曾经有不合理的追星现象。在面对家长和前辈的不赞成的态度时，有 34.7%的人会暗中追求明星，有 19.4%的人会有逆反心理。

Table 3. Positive and negative effects of idol worship psychology among college students
表 3. 大学生崇拜偶像心理正负效应情况

统计变量	统计项	数量(人)	百分比%
崇拜偶像为你带来什么	快乐和积极的情绪体验	331	73.4
	不快乐和消极的情绪体验	121	26.6
偶像对自己的学习和生活带来了怎样的影响	积极倾向的影响	260	57.6
	严重影响了生活和学习	33	7.3
	其他	159	35.1
是否曾出现过不理智的追星行为	是	59	13.1
	否	393	86.9
父母长辈反对你崇拜偶像你的做法	偷偷地追星，不让他们知道	157	34.7
	希望他们理解，会努力得到认可	117	25.9
	产生逆反心理，我的偶像最重要	88	19.5
	父母不反对	90	19.5

3、大学生崇拜偶像呈现多元化

大学生崇拜的偶像有明星、杰出人士、父母和家庭成员、教师朋友及同学、虚构的人物五大类。如表 4 所示，超过半数的学生都以名人爱慕对象，42.5%的大学生崇拜的是歌星和影视明星，9.5%的大学生崇拜的是体育明星。有 13.9%的大学生对政治和军事领袖有崇拜感，这一比例超过了体育明星。科学家、作家、艺术家和思想家是被认为是大学生偶像崇拜类型中比较少的一部分，大约为 7.1%。而英雄榜样这一比例仅为 2.9%。有意思的是，仅有 1.3%的学生对企业家表示赞赏。形成反差的是，以虚拟人物为偶像的大学生占比较高，为 12.6%。而以自己的家长或家人为偶像的大学生仅为 6.9%，以老师、朋友或同学为偶像的大学生占 3.3%。

Table 4. Types of idol worship among college students
表 4. 大学生崇拜偶像类型

统计变量	统计项	数量(人)	百分比%
你崇拜过的偶像有哪种类型	影视明星	102	22.6
	歌星	90	19.9
	体育明星	43	9.5
	政治和军事领袖	63	13.9
	科学家、作家及艺术家和思想家	32	7.1
	英雄榜样	13	2.9
	企业家	6	1.3
	父母和其他家庭成员	31	6.9
	教师、朋友和同学	15	3.3
	虚构的人物	57	12.6

4、偏爱“消费型偶像”

偶像分为“生产型偶像”和“消费型偶像”。“生产型偶像”指的是为社会做出过正面贡献的人，比如著名的科学家，著名的作家等等。“消费型偶像”一词是指能够满足人们娱乐休闲需要的明星，这些明星大部分都是有吸引力的公众人物，比如流行歌曲明星、影视明星、体育明星、模特、娱乐节目主持人等。根据统计可以看出，超过 50%的大学生所崇拜的偶像是名人，因此，大学生更偏爱消费类型的偶像，这说明了他们的偶像崇拜带有比较严重的情感主义和浪漫主义色彩，与其他类型的偶像相比，消费型偶像更贴近于大学生的心理需求，可以让他们的社会认知和对情感支持的需求得到充分的满足。

5、具有鲜明的年龄特征

随着年龄的增加，大学生对名人的崇拜感逐渐降低。通过访谈得到表 5，在大一时期，崇拜明星的 16 名大学生中，有 10 名学生认为，他们在大四时，对明星的崇拜热情已经降低，6 名学生认为，他们已经不再有偶像崇拜的心理。相对于对明星的崇拜感，大学生对杰出人物的崇拜感随年级升高呈递增趋势，通过采访发现，9 名在大一时期就以名人为偶像的学生，在大四时期都表现出了对杰出人物更高的崇拜热情。此外，大学生对父母和家庭成员的崇拜程度随年龄增长而变化，其崇拜程度基本不变。在大一时期对自己的父母和家庭成员有过崇拜的 2 名大学生，在大四时期仍保持着相同程度的崇拜，这显示出对父母和家庭成员的崇拜是大学生心理上的一种较为稳定的状态。

Table 5. Grade characteristics of idol worship among college students
表 5. 大学生偶像崇拜年级特征

统计项	采访总人数(人)	大一	大四
崇拜明星情况	30	16 人崇拜	10 人崇拜热情下降
			6 人不再有崇拜心理
崇拜杰出人物情况	30	9 人崇拜	9 人崇拜热度上升
崇拜父母和家庭成员情况	30	2 人崇拜	2 人保持大一崇拜激情

3. 基于马斯洛需求层次理论的大学生偶像崇拜心理成因分析

(一) 社交需求

根据马斯洛需求层次理论,大学生具有社交需求。在对偶像的崇拜中,他们所反映出的社会性需要,是为了获得团体认同,从而更好地融入到团体中去。从众意味着个体会被周围的群体行动所感染,每一个人都是在一个社交团体中生存的,他们会承受着来自于这个团体的压力,如果一个人认识到自己的思想或行动与这个团体不符,他就会有一种让自己与这个团体趋于一致的心态,这就导致了他的从众行为。高校学生的学习经历和个人能力的欠缺,使他们在学习过程中产生了一种自信心不足的现象,从而导致了他们对外界舆论的盲从。一些大学生会采取从众的方式来获取自己的社会身份。特别是在网络时代,大众媒体的推动下,明星们的形象、独特的生活举止,更是吸引了众多高校学生的目光。现在,爱豆已经成了学校里的热点,很多人都觉得自己已经落后于时代了,于是就有一部分人开始盲目地追星。有调查表明,大学生之所以会出现偶像崇拜的情绪,是因为他们想要得到群体的认同和满足,所以他们更需要得到群体的认可和重视,害怕自己被孤立起来,所以他们会选择大部分人都比较喜欢的公众人物,例如:明星。而且,有了偶像这一共同话题,大学生能更容易地发现自己的社交圈,并从中获得一种归属感。

(二) 尊重需求

马斯洛的需要层级理论认为,在现实生活中,人都存在着一种需要被人尊敬的需要,他们会以某种方式去获得别人的尊敬。在大学时期,因为离开了家长而独自生存,大学生在心理上倾向于把自己的偶像当作家长的替代对象。虽说现在的大学生,从身体上来说,身体上的发育已相对成熟,但从精神上来说,他们还没有做到真正意义上的自立。由于身体上的发展,他们觉得自己已经成年了,想要从家长的控制中解脱出来,在社会上获得对其独立生活能力和独立个性的尊重。然而,由于缺乏社交阅历,他们很难彻底摆脱家长的保护与扶持,这种两难的心理状态让他们备受煎熬,于是他们把感情的目标转向了具有某种身份和人格的偶像,用对偶像的崇拜来实现自己的心理目标,从而可以得到一种独立的情感经历,用偶像来代替父母,来满足他们对自我发展的需要,从而在某种意义上让他们能够在某种意义上摆脱自己的双亲,实现自己的独立,从而得到被认同和被尊重。

(三) 审美需求

马斯洛的需要层级理论认为,高校学生存在着一种对美的需要,即他们需要通过美的鉴赏与发现实现对生命的升华。明星形象与自身素质对明星形象的影响较大。例如,有些大学生将自己的偶像的风度和容颜作为关注的重点,而在传媒的包装和宣传下,各类的影视明星,完全可以满足他们对美丽和外表品味的需求。所以,名人也就理所当然地成为了大学生“偶像”的主体。但是,伴随着大学生知识和经验的生长,他们的视野也越来越开阔,他们开始对内心的美学进行更高层次的追求,内心世界、精神世界也渐渐地变成了对偶像进行挑选的最重要的价值标准,例如:内心美与心灵美。这就是为什么在大学高年级学生里,追星的人越来越少了。

(四) 自我实现需求

马斯洛的需要层级理论认为,个体存在着一种需要,即个体需要通过自身的认识来寻求自身的发展潜能,从而不断完善自身。伴随着个人的成长,大学生正处于一个由“自我困惑”到“确定”的过程中,这一过程也是个人身份形成的重要过程。在儿童时代,由于没有一个稳定的自我形象,即自我认同,个人的心理会产生不知所措的感觉,而到了大学阶段,在认同的形成中,人们会逐步地想要脱离家长的控制,渴望成为成年人,这一过程与心理上的断奶相似。偶像崇拜是大学生展现自我情感独立的一个有效途径,通过对偶像的认同、依恋和追求等心理和行为,确定自身存在的价值感,从而获得自身发展的潜能。从这一角度来看,偶像是一种对崇拜者理想自我的一种投影,对偶像的崇拜是一种在大学生朝着成人发展过程中所产生的一种心理反应,它是大学生对自己理想的一种寄托,能够满足自己的心理需要和情感需要,同时也是促进自己健康成长的关键因素。在大学生心目中,偶像崇拜的价值导向呈现出了一

种积极的、健康的一面，他们中的大部分人在选择偶像的时候，都会将偶像的职业成绩看得很重，这样的价值观会唤醒他们心中对所崇拜的偶像的敬佩和尊重。当他们在对自己的偶像进行膜拜的时候，会尝试着从自己的偶像身上汲取一些经验和启发，从而获得自己的精神力量和前行的动力，并对自己的人生进行规划。

4. 大学生偶像崇拜心理引导

尽管对偶像的崇拜属于一种很常见的心理现象，但是，由于大学生的身心发展尚未成熟，他们的思维方法比较单纯，他们的认知能力也比较低下，沉重的学习压力以及他们的叛逆心理，也让他们很容易被外部环境所影响，并产生一些对自己的身体和精神都有不良影响的行为。要想解决这个问题，有关的教育工作者应该对他们进行适当的指导，让他们建立起一种正确而正面的偶像崇拜理念。

(一) 理解尊重偶像崇拜行为

许多父母和老师对学生的偶像崇拜，采取了严厉的批评和压制的方式。但是，恰好现在的大学生正是叛逆时期，这样的对待常常会使他们产生更多的逆反与抗拒心理，起到事与愿违的效果。所以家长和老师们应该主动地调节自己的情绪，与同学们进行交流，用充分的耐心来了解并尊重同学们的心理需要，从同学们的立场来考虑问题，指导同学们用正确的、科学的方法来崇拜自己的偶像。

(二) 调控偶像崇拜行为

偶像崇拜的活动应该在理性、健康的范畴之内进行，所以要对大学生的不理性行为加以规制，让他们在对偶像的追逐中找到一个平衡，防止他们情绪偏激、行为失格。老师和父母应该引导同学们控制好过激的偶像崇拜情绪，用适当的方法来发泄他们的感情，缓解他们的心理压力。尤其要注重对偶像崇拜中偏激行为的抑制，有相当一部分的学生，在心理上会产生对偶像的盲目崇拜，因此他们会为了得到偶像的一张唱片，或是见到偶像的机会，而舍弃自己的学习、生活，甚至是身体的健康。这种情况下，他们会进入一种癫狂的状态，对自己的偶像产生强烈的执念，违背了自己的基本道德，这时老师和父母应该理性地约束学生的行为，指导他们理性地对待偶像崇拜，调节由于情绪激动而导致的偏激和破坏行为。

(三) 运用偶像 - 榜样教育法

这种教育方法是一种在社会指导下，通过了解自身身份的个性形象，使人们得到启发、鼓舞，并能进行学习的一种教育活动。首先，要使大学生对偶像崇拜具有正反两个方面的理解，一方面，要充分利用偶像的正引导作用，以其为模范，另一方面，要对其负面效应加以引导，规避潜在的风险和挑战。此外，在某种意义上，“楷模”与“偶像”可以互相转换，从而指导大学生在“偶像”的崇拜中寻找正能量，并以此作为“楷模”。但是，这种教育方法并不只是把偶像变成了一个简单的楷模，它还利用了模范的正面力量，来指导大学生在对偶像的崇拜过程中，去发掘自己身上的正面力量，去发掘并发掘出自己身上的潜能和优点，以此来充分利用自己的优势，逐步地帮助他们建立起一个宏伟的人生目标。

5. 结语

偶像崇拜已然是大学生群体中常见的现象。马斯洛的需要层级学说认为，在社会需要、尊重需要、审美需要和自我实现需要等方面，存在着偶像崇拜的需要。在对偶像的崇拜中，大学生表现出了从众行为，从而产生更好地与团体融合的倾向；用某种行动来获得别人的尊敬；以鉴赏与发现之方式，使生命升华；为自己的发展而奋斗，让自己成为一个更完善的人。偶像崇拜心理属于一种“双刃剑”，它可以让学生们更好地满足自己的心理需要，发泄自己的情感，从而得到尊重与认同。但是，它也会让学生们产生一些盲目的、不理性的行为。所以，应该对大学生偶像崇拜的心态和行为予以充分的重视，用科学的方法来指导他们，让他们充分地发挥出自己对于偶像崇拜的正面影响，从而更好地促进他们的身体、

精神和人格的全面发展。

基金项目

2023 年上海高校青年教师培养资助计划《“三全育人”理念下理工科见长高校课程思政建设路径研究》阶段性成果,项目编号 50; 2024 年上海理工大学巾帼文明建设专项项目《高校女教师心理压力与应对策略研究》阶段性成果(无编号); 2024 年上海理工大学国防教育课题项目《军事理论课的课程思政资源开发与路径研究》阶段性成果(无编号)。上海市高等教育学会 2024 年度规划课题《“三全育人”理念下理工科见长高校课程思政建设路径研究》阶段性成果,项目编号 2QYB24117。2024 年度上海市青少年服务和权益保护工作智库课题《困顿与优化:超大型城市高校青年教师婚恋问题研究》阶段性成果(无编号)。

参考文献

- 邸岩童(2020). *高中生偶像崇拜与偶像参照效应的研究*. 硕士学位论文, 天津: 天津师范大学.
- 辜秀华(2012). 大学生偶像崇拜的原因及对策分析. *延边教育学院学报*, 26(1), 14-15.
- 顾晗可(2019). 当代大学生偶像崇拜现状研究与对策分析. *福建茶叶*, 41(10), 243-244.
- 何小忠(2007). *偶像亚文化与大学生榜样教育*. 江西人民出版社.
- 李慧琳, 刘晓静, 陈颖(2020). 大学生偶像崇拜与自我价值感关系研究. *产业与科技论坛*, 19(2), 113-115.
- 刘歌(2019). 大学生偶像崇拜现象及引导策略研究. *河南教育(高教)*, (8), 28-31.
- 彭怀祖(2012). 榜样与偶像可以转化吗. *新一代*, (3), 8-9.
- 彭怀祖, 徐洪波(2010). 偶像崇拜现象的德育思考. *教育学术月刊*, (11), 30-33.
- 彭雪, 孙守安(2011). 浅议当代大学生偶像崇拜. *辽宁工业大学学报*, 13(6), 95-96, 99.
- 吴蕾(2020-05-07). 加强当代大学生偶像崇拜的教育引导. *宁波日报*, p. 8.
- 杨依溪(2016). *大学生偶像崇拜现象及引导研究*. 硕士学位论文, 太原: 中北大学.
- 岳晓东(2012). *追星与粉丝: 揭秘偶像崇拜中的心理效应*. 机械工业出版社.