

粉丝群体偶像崇拜与自我同一性的相关研究

摘要: 本研究选取广东、四川、浙江等地 267 名粉丝作为被试, 采用问卷调查法通过线上收集数据的方式, 对粉丝群体的偶像崇拜卷入程度和自我同一性之间进行相关研究, 验证理性崇拜是否可以对未来的自我投资愿望这一维度具有正向预测作用, 并根据研究结果对粉丝群体的偶像崇拜现象做出一定的指导与建议。主要研究结果如下: (1) 粉丝群体的性别、年龄在偶像崇拜的非理性崇拜维度上存在差异; (2) 粉丝群体喜欢偶像的时长在理性崇拜与非理性崇拜两个维度上均存在差异; (3) 粉丝群体的自我同一性水平在过去危机维度上有性别差异; 自我同一性于喜欢偶像的时长上也存在差异; (4) 粉丝群体喜欢偶像的类型在非理性崇拜维度上存在差异; (5) 粉丝群体偶像崇拜中理性崇拜维度与自我同一性中未来的自我投资愿望维度之间存在相关关系。

关键词: 粉丝; 偶像崇拜; 自我同一性

Research on the Relationship between Idol Worship and Self-identity of Fan Group

Abstract: This study selected 267 fan subjects from Guangdong, Sichuan, Zhejiang and other places, and uses a questionnaire survey method to collect data online to conduct related research on the degree of involvement in idolatry and self-identity of fan groups to verify whether rational worship is It can have a positive predictive effect on the dimension of future self-investment desire, and make certain guidance and suggestions on the idolatry phenomenon of fan groups based on the research results. The main findings are as follows: (1) There are differences in the gender and age of fan groups in the irrational worship dimension of idol worship; (2) There are differences in the length of time that fan groups like idols in both rational and irrational worship dimensions. (3) The level of self-identity of fan groups has gender differences in the dimension of past crisis; self-identity also has differences in the length of time that they like idols; (4) The type of idol groups that fan groups likes exists in the dimension of irrational worship Differences; (5) There is a correlation between the type of fan groups like images and the future self-investment desire dimension of self-identity.

Key words : Fans; Idol worship; Self-identity

目录

摘要	I
Abstract	II
1 问题的提出	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	2
2 研究综述	2
2.1 偶像崇拜的内涵与主要理论	2
2.2 自我同一性的内涵与主要理论	4
2.3 关于偶像崇拜和自我同一性的已有相关研究	5
2.4 对已有研究的评述	6
3 研究方法	7
3.1 研究对象	7
3.2 研究工具	7
3.2.1 偶像崇拜量表	7
3.2.2 自我同一性量表	7
3.2.3 统计方法	8
4 研究结果	8
4.1 对粉丝群体描述性统计分析	8
4.1.1 粉丝群体偶像崇拜的描述性统计分析	8
4.1.2 粉丝群体自我同一性的描述性统计分析	9
4.2 粉丝群体性别在偶像崇拜与自我同一性上的分析	9
4.2.1 粉丝群体性别在偶像崇拜上的差异分析	9
4.2.2 粉丝群体性别在自我同一性上的差异分析	9
4.3 粉丝群体年龄在偶像崇拜与自我同一性上的分析	10
4.3.1 粉丝群体年龄在偶像崇拜上的差异分析	10
4.3.2 粉丝群体年龄在自我同一性上的差异分析	10
4.4 粉丝群体喜欢偶像时长在偶像崇拜与自我同一性上的分析	11
4.4.1 粉丝群体喜欢偶像时长在偶像崇拜上的差异分析	11
4.4.2 粉丝群体喜欢偶像时长在自我同一性上的差异分析	11
4.5 粉丝群体喜欢偶像类型在偶像崇拜与自我同一性上的分析	12
4.5.1 粉丝群体喜欢偶像类型在偶像崇拜上的差异分析	12

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/238137102013006076>