

「迷」的初探，認同感的成形

刊出日期：2021/12/07 | 文字：張子烜 | 責任編輯：姚怡均、李安琪

全文共1481字，閱讀大約需要3分鐘

「迷」這件事，不分現代與過去，皆存在於社會之中，或許名稱有所不同，但其本質是相同的，各式各樣的偶像崇拜、追尋喜歡的事物，對某件事情深深著迷，不論外在迷的程度為何、方式為何，其內在的本質皆源自於人們內心中的認同感。

初探

每個人，或多或少都有自己喜歡的人、事、物。

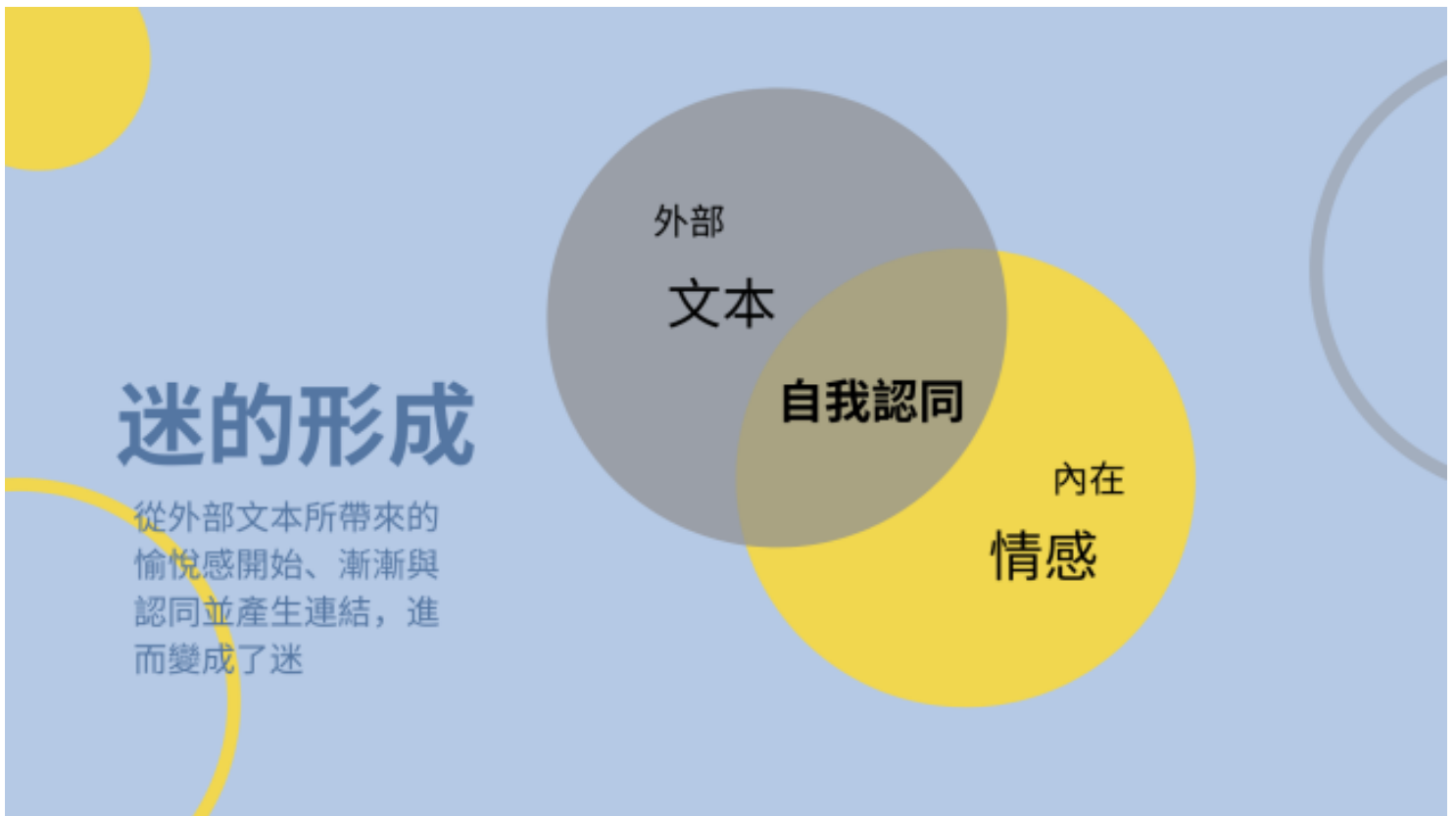
「迷」或是「粉絲」，這兩個名詞，在現代容易聯想到追星、偶像等文化，但其實人們只要對於某件事、人或物品，有著多於一般閱聽人的參與、投入，便可稱為迷，以現代盛行的追星文化、崇拜偶像為例，在電視與現代大眾媒體普及之後，人們大量接收單向傳輸的媒體資訊，逐漸與影像中的虛擬偶像產生情感聯繫，進而出現一種名為「[擬社會關係](#)」的現象，擬社會關係意指人們對虛擬的人物、偶像，產生出一種真實的社會關係，使得觀眾將偶像或明星當成自己周邊的人，與其產生互動感，進而產生情感連結。

當然，迷的方式會依照其涉入程度、參與方式而有所不同，有的人因喜愛進而崇拜，有的人因參與過後更加的投入。因為這一種更為投入、更為認同於某件事情的行為，呈現出迷的這件事是如何運作的。

總結來說，人們因為認同了某件事物，進而有了更多的投入、參與，便逐漸形成了「迷」。

認同與建構

對大多數的迷來說，多是從喜歡開始的，不管接觸的契機為何，這種認同過程，皆是從外在的感受開始，由迷的事物本身所帶來的愉悅，使得人們踏入認同的初步階段，因為迷的事物的特質、內容所帶來的外部感官上的愉悅，再進一步，人們在接收完外部感官所帶來的情感後，認同意義的建構便逐漸產生了，起初為被動接收的人們，對其所迷的事物自主建立情感上的連結，轉化成主動的閱聽人，將生活經驗與迷的事物連結在一起，藉由迷本身與所迷的事物產生的共鳴，所延伸出的情感連結、愉悅，都使迷的認同感逐漸加深。



▲ 迷的形成示意圖。(圖片來源 / 張子烜)

成形

簡單來說，迷的建構過程與自我認同有著一定程度的關聯，因為認同了所迷的事物的特質，觀眾將文本與自身，可能是成長、感情生活、社會上的認同等連結，所建立出一種含有特殊意義的情感連結，進而成為一個對迷的事物有認同感的迷。

以現代追星文化來說，粉絲與偶像的距離不再像過去那麼遙遠，得益於社群網路的發展，人們可以隨時隨地接收到關於偶像的消息，也更容易與有相同興趣的人們交流，建立社群互相分享資訊、心得，從而建立起廣大的社群，然而在著迷的過程中，人們可以透過建構自我認同，進而定位社會認同，因為在這過程中，迷不乏與同好的交流，互相分享甚至建立起團體，使迷的認同感與社群關係產生連結，對團體產生一定的認同，在這樣的認同建構過程之下，產生迷群，而符合社會認同理論的中，人藉由與某個特定群體產生連結，並建立起關係，找出自己的社會認同、定位的定義。

社會認同

從社會的集體意識中，找尋自我認同的定位



自我認同

找到自我認同之後，秉持著自我的認同，來獲取社會認同

▲ 社會認同與自我認同循環。(圖片來源 / 張子烜)

多數的迷，從個人到社群的分享，都與社交、社群脫不了關係，以心理學的角度來看，心理學家Harre.R的研究中提到社會認同引領個人的認同建構，人們會隨著社會上認同的形成，進而將個人認同經驗與社會認同進行連結，人們慣於集體的認同之中，來找尋自我的認同，當這樣模式形成後，就可以逐漸地建構出一個屬於個人的認同，這就是自我認同與社會認同的一體兩面，兩者便是這樣不斷的互相影響著。



▲ 明星崇拜態度的三個層次。(圖片來源 / 張子烜)

最後，我們可以藉由[Lynn E. McCutcheon](#)教授等人所做的[研究](#)，從三個層次來對照，分為娛樂社交、個人情感、臨界病理三個層次，前兩者為大多數追星行為的範疇，不妨可以檢視自己，對於明星的崇拜程度，分別處於哪個層次。

從迷的建構開始，到迷的行為延伸，最後以個人行為出發，與社會、社群產生關聯，這些行為往往都來自於自我的認同感，透過對認同感的建構過程，我們可以更加理解追星，甚至迷的本質，不同的追星程度、迷的程度，都有其代表的意義。理解這些現象背後所隱含的本質之後，我們更能夠了解真實的自我。

¹Harre,rR(1984) personal being: a theory for individual psychology. cambridge, ma: harvard university press

© 2021 All rights Reserved

相關文章

[🔗 新興世代·自我認同](#)

[▶ 新媒體環境下青少年的自我認同](#)