

## 以社會心理學觀點探討台灣的建仔現象

社會心理學研究的是人們如何影響他人的觀念和行為，最近台灣的建仔現象可說就是社會心理學所關心的話題。如同媒體報導時所言：「王建民無意改變任何人，但很多人卻因王建民而改變」，以社會心理學角度來說，個人認為可從以下幾點來說明。

第一、社會學習，社會學習論者認為，人類的社會規範與行為是經由學習而來，而大眾傳播媒體是社會學習的來源之一，加上目前資訊流通的即時性與無國界，故傳媒對於人們的行為，其影響不可謂之無。自從1968年紅葉少棒揚威國際後，棒球在台灣幾乎成了全民運動，多年來也持續有選手因優異的表現而被外國球隊吸收，其表現的情況，就結果論好壞皆有，但不管如何，透過媒體總是能讓我們知道台灣選手的表現。而最近新聞媒體又大篇幅報導，即使是從來對棒球運動不熱衷的非球迷而言，也難不注意到王建民創下了多項亞洲選手在國外的紀錄，就此而言，人們的注意焦點怎能不受到影響，而如此的吸引力，當然也會受到企業的注意，代言廣告的接踵而來，又增加王建民本身的曝光率，如此交互影響下，建仔的現象自然持續擴大。

第二、從眾行為，延續上一點，當週遭的所有人都因建仔的風光而著迷，言談之中處處充滿王建民在球賽中的討論，如果個體不參與其中，自然很容易擔心因被排擠而無法適應，所以個體也主動加入其中的行列，如此滾雪球的效應，對於王建民所形成的另類團體凝聚力，自然也就越來越強。

第三、認同，人們總是會認同於擁有成功經驗的人，這不僅只是認同權威，也是希望從權威身上學到成功的經驗。現今的台灣媒體充斥著各種血腥暴力或是負面的報導，打開報紙或電視機看到的全是台灣社會的沉淪，彷彿台灣已經沒有救了，尤其是倒扁與挺扁的新聞不斷，整個社會充滿政治的紛爭與對立，好不容易，一個我們所熟悉的棒球運動殿堂—美國職棒大聯盟，出現了一個台灣人，他不僅是參與其中，更成為其中一隊的王牌，在那裡他代表著台灣，在世界展露頭角，尤其是當台灣一直以來受限於大陸各方面的壓制，國家的形象總是無法擴張，可是王建民卻成功的讓台灣的國旗出現在世界眼前，這更讓台灣人覺得與有榮焉。其實不僅是王建民，在更早之前，陳金鋒、曹錦輝也都曾是大聯盟的選手，甚至還有奪得奧運金牌的陳詩欣、朱木炎，在當時也都曾經造成一股社會的風潮，人們對於成功的認同，總是不斷的出現。

以上三點並非完全能代表王建民現象在台灣所形成的原因，但卻也是其中之一。如同第三點最後所提到的，人們總是崇拜英雄，但個人比較擔心的是，目前的台灣人民，因媒體的報導而時有一時的偶像崇拜現象，但都維持不久，試想前面提到的那另外四個人，人們是否對他們還有印象，群眾是如此的健忘嗎？如果對於成功的認同只是出於一時的激情，風潮過後而不內省求進，那麼社會進步的動力如何維持？我們又如何看待下一波熱潮？