

家 | 教 | 新 | 经 | 典

与孩子牵手走过危机重重的青春期

网络新科技、烟草、酒精、色情和来自同龄人的压力……

揭开青春叛逆的真相

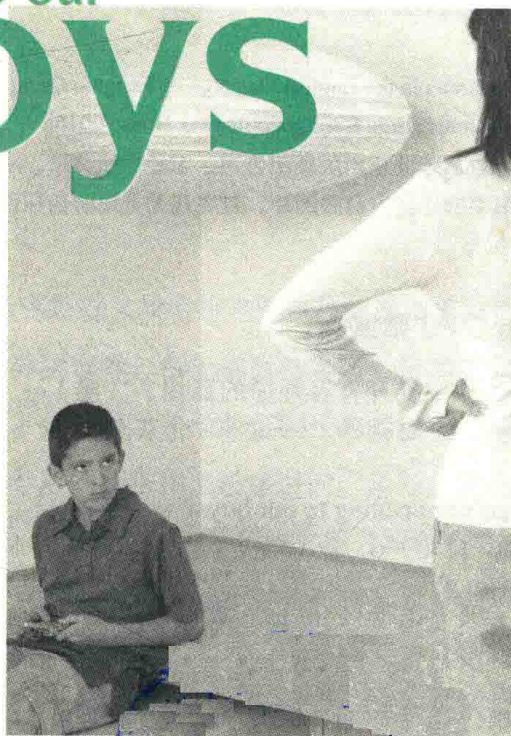
我们的男孩 怎么了

[澳] 玛吉·汉密尔顿 著
李孟洁 王海翱 译

What's happening
to our
boys

北京出版集团公司
北 京 出 版 社

What's happening to our boys



揭开青春叛逆的真相

我们的男孩 怎么了

[澳] 玛吉·汉密尔顿 著
李孟洁 王海翱 译

北京出版集团公司
北 京 出 版 社

著作权合同登记号

图字：01-2013-0225

What's happening to our boys?

Text Copyright © Maggie Hamilton, 2010

First Published 2010

First published in Australia in the English language by Penguin Group (Australia)

Copyright © Chinese translation, Beijing Publishing House 2016

© 2016 中文版专有权属于北京出版集团公司，未经书面许可，不得翻印或以任何形式和方法使用本书中的任何内容和图片。封底凡无企鹅防伪标识者均属未经授权之非法版本。

图书在版编目 (CIP) 数据

我们的男孩怎么了：揭开青春叛逆的真相 / (澳)
汉密尔顿著；李孟洁，王海翱译. — 北京：北京出版
社，2016.3

书名原文：What's happening to our boys?

ISBN 978-7-200-11409-6

I. ①我… II. ①汉… ②李… ③王… III. ①男性—
家庭教育 IV. ①G78

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第130071号

我们的男孩怎么了 揭开青春叛逆的真相

WOMEN DE NANHAI ZENME LE

[澳] 玛吉·汉密尔顿 著

李孟洁 王海翱 译

*

北京出版集团公司 出版
北京出版社

(北京北三环中路6号)

邮政编码：100120

网 址：www.bph.com.cn

北京出版集团公司总发行

新华书店经销

北京画中画印刷有限公司印刷

*

787毫米×1092毫米 16开本 18.75印张 170千字

2016年3月第1版 2016年3月第1次印刷

ISBN 978-7-200-11409-6

定 价：38.00 元

质量监督电话：010-58572393

21世纪的生活既让人兴奋也不乏挑战，教育男孩也一样，因为他们正处于一个日新月异的世界，每天都面临着许多新的变化。孩子们的所见所闻要比成人更多。他们能清楚地意识到代沟的存在，知道自己在五六年前的所作所为与更年轻的孩子相比已经过时。现在，许多青少年非常关注比他们年轻的男孩，尤其是他们的价值观、压力和冒险精神。

当今时代，年龄代沟似乎比以往任何时代都更大。男孩明白这一点，也十分苦恼。所以，他们求助于同龄人，或者从媒体和网络寻求答案。即使通过这些途径得到的信息并不准确，或者容易产生误导，但它们无疑容易理解又十分便捷。再加上跟父母接触的机会越来越少，男孩们就更不太可能向成人寻求建议。

这一代青少年不喜欢等着别人给他们灌输信息。如今的他们不用再依赖父母或老师来了解生活，因为大众文化已经在许多方面成为了他们的新导师。在那里，男孩接受教育，享受娱乐，寻求慰藉，建立社会关系。

一个男孩，无论他是住在悉尼、安大略省、迪拜、奥克兰、伦敦或是新加坡，都能获得同样的信息，尤其是年轻消费者和名人价值方面的信息。

同样，如果男孩们能直接接触到这个世界的信息，就意味着商人可以直接影响到男孩们。因此，对于那些一味追求市场份额的公司来说，男孩必然是它们关注的重点。“置入式营销”“广告游戏”“客户关系营销”“关注群体”“感官营销”“符号营销”“整合营销”“产品植入”“神经营销”等只是用于吸引男孩的部分手段而已。越来越多的男孩成为众多产品生产商的潜在客户，其中包括娱乐产业、时装和化妆品生产

商。如果我们再不行动，商业活动对男孩们的影响会越来越严重。

当商业市场以压倒性的规模扑向孩子的时候，恰恰是青少年不断出现思想心理问题之时。童年时光缩减、家庭和社会的支持减少，以及过于关注消费品是造成新型心理问题的根源。由此造成的结果是男孩们以自己的准则来评价自己和他人，即外貌、受欢迎程度和所有物，而这些都会给商人带来赢利。仅就美国现在的儿童而言，一年的花费就预计达到400亿美元，这还不包括间接让家长花费的7000亿美元，这些已经相当于世界最贫穷的115个国家的GDP总值。我们是怎样走到这一步的呢？

不仅仅是因为沉迷于自己钟爱的物品，还因为越来越弱化的价值观和不断盛行的营销手段的影响，孩子们对自我私利越来越放纵。然而，不断追求物质并不能满足男孩。正如媒体评论家罗伯特·麦克切斯尼所说：

“不断地追求物质只会促成这样一个世界——在这个世界里，你认为一切都无关紧要，除非不断地追求物质才能够满足你的功利需求。诚实有什么用？为什么要正直？关心他人对自己有什么好处？”每天有成千上万个精心编造的谎言向我们的孩子狂轰滥炸，怂恿他们相信金钱可以买到诸如快乐、友谊和安全之类的必需品。在这种情况下，越来越多的男孩在广告商精心装饰的花花世界里迷失了自己。如果他们全部的焦点都放在下一个乃至下下个该买什么的问题上，我们将如何为他们的成年生活做准备？

在《男人不愿说的话》（主要调查男人和男孩的生活）出版后不久，我认为男孩在许多重要领域变得更加不堪一击。受文化中不断蔓延的消费主义的影响，他们越来越关注自身形象和外在表现。当听到10岁甚至更小的男孩只关注他们的发型和衣饰，并且将外表和别人的看法，以及是否有女朋友视为失败或成功的标准时，我们感到十分沮丧和难过。有的时候，男孩之所以不愿脱掉T恤或短裤，是因为他们对自己的身材丧失自信。可是，谁规定一周穿同一件T恤两次，或者穿K市场（美国一家大众化廉价超

级市场)的裤子就是“社交自杀”?

如今,男孩们在出生几个月后就已经被商人盯上,生活里充斥着名牌的无用之物和相关DVD视频。他们通过电视或者电脑屏幕来了解世界,而不是在户外呼吸新鲜空气、自由地玩耍,也无法对周围世界保持好奇心。这些改变以男孩的精神、身体和情感发展为代价。他们需要直接接触这个世界,这样才能形成自己的思维。然而,当基本的生活体验被限制之后,男孩很难再重视自己的个体价值,也无法拥有丰富的内心世界、活跃的想象力和真实的自我感知。

英国神经学专家苏姗·格林菲尔德提醒,当今社会的生活方式,尤其是人们对电脑的依赖可能会让男孩“长不大”——他们的生活中离不开时时的安慰和即时的满足,还臆想世界围绕他们转动。而这种滞后的不成熟,恰恰就发生在他们接触信息世界(包括能想象到的最有危害性的物质)之时。

这种不成熟使得男孩在面对数百万美元商业活动时毫无抵抗力,这些商业活动以男孩为目标,还会指导他们的穿着和行为举止。此外,苏姗·格林菲尔德还提出,由同样的商业元素笼罩的童年经历,且思维方式和价值观都相同的一代人,他们未来的成年生活将十分糟糕,令人难以想象。

不得不提的是,父母的地位不断被市场力量侵蚀,这使得许多父母无法定位自己的角色,男孩们也越来越多无法抵抗过于强大的商业影响,男孩对商业唯一的价值就是为商人贡献利润。这种倾向开始得到越来越多的儿童青少年健康专家的关注。正如媒体评论家马克·克里斯宾·米勒所说:“现在,广告宣传的世界观就是,父母是怪物,老师是书呆子和笨蛋,权威人物是笑话,没人能真正理解孩子的想法。当然,除了广告赞助公司之外。”

面对这种情景,更多的是挑战。男孩生性活泼好动,有时,这种好动本身也具有一定的挑战性。而当生活完全被商业活动操控时,他们除了

在电脑游戏中寻求刺激和冒险之外，别无他法。这些电子游戏常常充满暴力。而且，男孩们很快就会发现游戏中的虚拟世界比现实世界更吸引人，毕竟他们的生活范围很小。校内校外暴力事件不断增加，男孩们拉帮结派，打架斗殴。他们将武器带到学校，出入地下斗殴场，而且针对父母和老师们的暴力事件也日益增加。因此，在这种情况下，当暴力成为娱乐时，我们根本无法预测将会发生什么。

如果我们已经习惯了这个对男孩受到伤害习以为常的社会，就说明我们应该静下来反思一下自己的行为举止。我们需要正视男孩易受暴力、任意攻击、恋爱、强奸事件影响的事实，这点十分重要。男孩们需要知道怎样去处理这些情况。

不过，奇怪的是，家长既然那么害怕陌生人给孩子带来不良影响，为什么有时候却不限制孩子上网。在网上，他们可能会欺负别人，赌博，谎用身份，观看在线色情视频，以及发生其他一些可以想象到的糟糕的暴力事件。一些在线社区网站的成员现已达几百万人，就人数上看，这的确是网络世界中的大团体。目前，网络社区的数量已达几百万个，而里面的世界也是纷繁复杂。我们平时从来不敢允许一个小男孩在异国他乡独自启程旅行。一些父母却认为给予孩子上网的无限自由没有什么大碍。在网络世界，一个男孩可以接触到他能够想象到的所有信息。

随着新技术发展，虚拟世界对男孩来说极具诱惑力。网络上每天发出和接收的文字比地球上的总人口还要多。谷歌每个月的搜索量就达310亿。而现实活动和人际交往却退居二线。如果男孩在新技术上迷失自己，那么他们丢失的将不仅是锻炼身体和与他人面对面交流的机会。受此影响，他们还会出现失眠、健康和情感等方面的问题。

很多时候，我们无法预料男孩何时会遇到危险。我们只是想当然地认为，女孩面对性侵犯时是无辜脆弱的，却总是忽略了这些正在成长的男孩

在处理新出现的生理特征时，会遇到什么样的问题。我们也忽视了这样的问题，即当男孩们整天被一群开放的、性感的女孩包围时，又会变成什么样子。这个话题虽然不是本书中我们要讨论的，但是我遇到的许多家长都有这样的担忧。

流行文化总是鼓励女孩展现出女性魅力，可是这种展现的方式常常令她们处于危险之中。尽管如此，为了吸引他人的注意，女孩还是会这么做。男孩也同样如此，因为他们也希望被别人关注，成为焦点。或者，正如一个男孩所描述的那样：“一切都是恶性循环，谁都不会赢。”而对于我们来说，我们最起码要知道这种性别上的自我表现会让孩子遭遇非常复杂的情况。

当男孩接触色情刊物越来越多时，我们又该如何处理？由于一些大型企业和强有力的营销集团联合起来为色情刊物的发行提供便利和支持，处理这一问题成了我们面临的最大挑战之一。有研究表明，经常观看色情刊物会封闭男孩的情感，甚至会将他引入性虐待的歧途。如果没有深入的了解，你看到的只是观看色情刊物的男孩的数量。但是，家长还需知道，男孩不一定非得在家里下载色情刊物，手机和朋友家也可以实现这一目的，这种做法不仅限于高中生，越来越多的小学生也开始接触色情刊物，他们总是一起观看。在男孩看来，色情刊物提供了一种新的，但不被他人接受的社交方式。

也许，现在的孩子比以往的孩子更能藏住秘密。而这种新发展也带来了新的挑战，网络和现实生活中的“坏人”已经不再局限于成人。借助于新技术，进入成人世界的通道增加，男孩开始向其他孩子传输性内容。再加上少年们拥有自己的秘密语言，他们能借此来隐藏自己的身份，进而享受这种隐蔽的友谊，使得父母日渐远离孩子的世界。这就是父母一定要知晓男孩青春期秘密的原因。父母们还得知道，男孩在难过或孤独的时候会

在何处“疗伤”，以及男孩在经历孤立感后可能带来的后果。

有时候，男孩会对我们失望，因为我们无法理解他们在成长道路上需要什么。要想成为男孩情感生活的依靠，帮助他们早日成为自信的交际家和读者，教给他们珍贵的生活技能，我们还需要努力。同样，在给他们讲述关于男人和男孩的故事时，我们一定要加倍注意。在很多情况下，男孩总是被视为麻烦和累赘。我们往往更关注少数危险的、虐待他人的男性，却忽略了无数优秀的男性一直以来所做的巨大贡献。这容易使得男孩们为身为男孩而愧疚。

虽然本书选取的某些材料令人震惊，但这对于了解男孩子每天所面临的有害环境十分重要。更重要的是，在问题面前我们不能退缩，而是要记在心里，然后付诸行动。并非所有男孩都会做出本书所描写的危险行为，可是当他们在这种“炫耀文化”中长大，当不良行为被当作时髦，当大多数男孩高度认同时，他们很快就会将这些行为正常化，进而进行效仿。

在我试着以21世纪男孩的独特视角展现他们生活的过程时，我将关注点放在男孩从出生到青春期结束这段时间里。我还采访了老师、儿童心理学家、执法人员、医疗人员以及儿童和青少年健康专家，以获得相应的建议和意见。此外，我还通过了解消费者文化的最新动态，获悉广告和市场的动向。由于该领域如此之新，我在充分利用当地资源的基础上，更多地搜集了国际研究的成果。尽管每个国家的数据不尽相同，但男孩们接触到的技术和流行文化却十分相似。而且，国家间的数据差异比10年前更小。

在许多方面，我们的男孩正在面临挑战。不过，这些挑战从另一个方面而言也是绝佳的成长机会——帮助他们认识力量，并学会怎样以恰当的方式与家人和社会交流。一旦我们了解他们将面临的情况，就可以帮助他们提高适应能力，帮助他们做出必要的改变，通过一些富有吸引力而且卓有成效的方式给予他们支持。

“百万美元”婴儿	1
男孩们成长的必备因素	8
不断消逝的童年	13
青少年面临的世界	22
男孩，快餐，时尚	28
迷失于虚拟世界的男孩	34
重获真实的童年	38
让少年们参与社区活动	42
男孩需要好男人做榜样	45
人们口中的男性形象	50
早期性发育	57
青春期发育的麻烦	66
男孩和购物欲	73

外表为何如此重要81

担心外在形象86

来自同龄人的压力96

恃强凌弱103

压力过重的男孩113

理解男孩的感受120

母亲和男孩129

为何男孩热衷电脑139

睡眠不足148

怪异的网络世界153

男孩的生活隐私161

沉迷游戏168

酗酒一代177

毒品诱惑187

男孩和车198

青少年的性生活	203
沉迷色情书刊	213
视频男孩	226
当性变成性侵害	229
精神健康问题	235
活在暴力世界	240
男孩何时会受到暴力伤害	250
父亲的重要性	253
榜样和成人之路	263
当男孩越界时	268
增强心理承受力	273
现在处于什么阶段	281
扩展阅读	284

“百万美元”婴儿



现在的男孩生活在一个令人振奋的时代。与前辈相比，男孩一天之内可获得的信息量甚至超过前辈一生获得的信息量。男孩的消费能力更强，工作机遇更多，医疗卫生和教育条件更好，旅行机会更充足，还能够在世界不同的地方工作。在男孩的一生中，大多数人会从事几份不同的工作，尽管他们梦想中的许多超现实工作仍缺乏技术支持，还尚未出现。

当然，伴随着这些优越条件随之而来的则是全新的挑战。近几年来，男孩们可以随意地使用网络，以及自带摄影和录像功能的手机。然而，这些先进的技术和设备却极大地改变了他们的童年和少年生活。你13岁的儿子在他6岁时所做的事情与你6岁的儿子现在所做的事情完全不同。因此，在日新月异的今天，只有亲近并了解男孩的所思所想，我们才能给他们提供支持。

于是就有了以下问题：如今的男孩们到底怎么了？为什么他们想要的如此之多？为什么手机对他们来说必不可少？为什么他们这么注重表现、身材以及同龄人的看法？为什么他们对酗酒、未成年性行为、在线赌博和色情书刊这么热衷？为什么他们如此沉迷于电子游戏？如果想将他们拉回到正确的轨道，我们就得清楚他们的弱点，也要知道如何帮助他们健康成长。因此，在查看一个男孩的成长历程之后，答案就会显而易见了。



一般来说，一个人的消费行为习惯在他出生16周时就开始形成了。

——詹姆斯·马克尼尔，国际市场营销专家

☆ 谁的孩子

小男婴的降生会使父母倍感喜悦，觉得为男孩准备玩具、衣服以及一切婴幼儿用品的过程也是一种享受。父母为孩子的购物选择将在多方面影响男孩，其影响力之大甚至会超过预期想象，毕竟婴儿对于我们正面临的社会变化毫无抵抗力。

广告商都知道，小孩子能够记住某个商品的商标。因此，如何利用这一特点就成了关键。营销专家詹姆斯·马克尼尔曾指出，婴儿坐直身体的时候，总是喜欢盯着自己滴下的口水看。詹姆斯认为，如果广告商将商标设计得有趣，印在婴儿的衣服、围嘴或者尿布上，几周之后婴儿就能记住这个商标了。当孩子两岁的时候，他们就能从食品包装袋和其他产品中认出这些商标。詹姆斯的“口水原理”现已被全世界的商人运用到产品包装上，而且已经对数百万小孩子产生了影响。不过，大多数父母并未发现这一点。

可悲的是，名牌玩具和卡通人物形象正在取代这个丰富多彩的世界，无论是游戏、探险，还是其他活动。

这种对婴儿的商业冲击是以广告艺术体现的，因为意义深远的依恋感对婴儿来说十分重要，而这种依恋会让他们在这个新世界感到安全和可靠。可悲的是，名牌玩具和卡通形象正在取代这个丰富多彩的世界，代替游戏和探险活动，让婴儿觉得有了依靠。不过，在广告商眼中，婴儿只是未来的潜在顾客而已。越早让他们对一个商品产生依赖，孩子的品牌忠实度就越高，也就越有利可图。据詹姆斯·马克尼尔计算，一个



有着固定品牌选择的孩子，他的一生将会给商家带去10万美元的利润。

无论选择哪个品牌，你都已经将孩子一部分的爱转移给了一个大企业。

——丹尼尔·安德森教授，心理学家和儿童媒体学家

☆ 感官营销

“摇篮一坟墓”营销模式虽是最近才提出的，但这种营销模式已经有了新的发展。心理学和神经系统科学的专家们都认为，营销手段正向感官品牌效应迈进，靠味道、声音、色彩和嗅觉来捕获并强化品牌意识。例如，发现母乳中含有香草的味道之后，我们会发现育婴产品就会向人们灌输一种观点，即产品中也有香草的味道。将产品和味道联系在一起非常聪明，国际市场营销专家马丁·林斯特龙指出，嗅觉是人类最原始的感官意识，而嗅觉效果常由潜意识产生。

“感官营销”并不是全新的营销理念，比如说，商品生产商早已认识到色彩的魔力。小孩喜欢原色，这就是他们为什么将玩具和卧室家具等一切物品都制成原色的原因。广告商十分善于用颜色来唤醒我们的品牌意识，比较典型的是一些产品的销售，如可口可乐，有时候我们只需要看到这个商标的颜色就会产生购买欲。这些对于商家来说十分有用，他们可以借此从孩子身上大发其财。

婴儿和刚学步的小孩无法筛选他们面前的商品品牌。他们只是受到这些物品的吸引。早在孩子们还没有意识到自己与周围环境互相独立时，就已经成为商家的营销对象。对孩子而言，玩具“巴布工程师”与自己的大脚趾没有区别。这对于商人十分有利，因为孩子会自愿地将品牌玩具和衣服纳入自己的世界。



如果你越早地抓住孩子的目光，你就拥有了他以后几年的追随。

——麦克·塞尔，Kids-R-Us

（玩具反斗城，美国的玩具和婴幼儿产品零售商）前任董事长

☆ 那么，这些都是为了什么

不仅仅婴儿无法抵抗营销手段，父母在给孩子准备物品时也会受到很大影响，广告商深知这点。除此之外，如今的父母工作繁忙，无法给孩子更多的关怀。于是，商家借此大做文章。他们告诉家长，给孩子购买名牌婴幼儿产品就是关爱孩子。尽管这些产品本身有趣又可爱，但它们并不能为孩子提供成长所需的内心动力。

广告商也经常破坏家长的自信，让他们觉得不给孩子买礼品就是失职。如今，我们在每个0~3岁孩子身上花费的用于购买玩具和相关产品的费用已经达到每年1000美元。而每年用在婴儿产品上的花费已经超过10亿美元。了解这点后，当我们看到婴儿商店和网上婴儿用品商店的数量不断增长时也就无须惊讶。然而问题在于，家长在打扮婴儿上面花的时间和金钱越多，就越会增加孩子对外表的关注度。这些关注会日渐对孩子的成长造成影响。

依恋上一件物品会让孩子觉得有安全感——一个枕头、一条毯子、一家商店、一个品牌——都会增加他们的快乐感。

——詹姆斯·马克尼尔，国际市场营销专家

在网上购物，你可以为小男孩买到任何东西，从顶级朋克风到嘻哈风，从都市风到传统风的婴儿服饰应有尽有。选择众多并且使人眼花缭乱，同时代表了时下流行趋势。醒目的标题和有趣的设计相当地吸引人。为了尽快赶上“摇篮—坟墓”的商业流，从拉夫·劳伦到Quik-



silver（澳大利亚时尚运动服饰品牌）等畅销品牌都开拓了婴儿服饰系列。此外，一些头号儿童娱乐公司现在也加入了这个行列中，如迪士尼（现在推出了自己的迪士尼少女配饰系列）。

这种绝佳的氛围迫使品牌商制造出各种能想象到的品牌婴儿用品。全球顶级品牌 Bugaboo 更是推动这股生产风，曾经独家推出了15款全黑马克·雅克布 Bugaboo 婴儿推车，印有曾在纽约、巴黎、迪拜、伦敦和阿姆斯特丹风靡一时的小马克标志。儿童健康专家们担心这种针对儿童的激烈的市场营销手段会对孩子产生负面影响，正如广告语中所说的“孩子变得成熟”。然而，尽管孩子看起来成熟了，但他们仍然只是小孩子。不过，由于儿童牛仔、运动鞋和连帽衫等的流行，父母也许会忍不住将男孩当作自己的缩影。

☆ 时尚至上

男孩的裤子上印有“想要摇滚”“很酷的文身”“黑色的吻”的字样，或者鞋子上有灰色头骨或手榴弹图案，这些真的重要吗？当我们急着装扮自己的男孩时，我们可能会忽视他们并非是我们成人的缩影。他们的成长需要经过多年的培养和引导，可是当我们急匆匆地以某种方式包装他们的时候，却忽略了他们的品格和素质教育。这个问题很重要。在消极情绪不断攀升及有心理问题的男孩数量不断增加的现实面前，我们要将教育置于首要位置。我们要更进一步并持续不断地关心男孩的心理成长。教育开始得越早，结果就会越好。

若我们不能发现这一点，在面对男孩的问题时，我们就会束手无策。最近，生产婴幼儿棉衣的Cotton On Kids 开发了紧身T恤系列，配有像“我是个小男人”和“妈妈最爱它”的语句。尽管受到争议，这个系列的衣服仍在出售。Cotton On Kids 在起初推出这个系列的时候，又是