從名人自縊事件
探討社會現象及粉絲後續社群經營行為

_ 以SHINEE金鐘鉉自縊事件為例

國立中正大學電訊傳播研究所 / 陳稚云

研究動機、背景：

本次研究選以初探形式，以韓國知名偶像「金鐘鉉自縊」作爲代表性案例，藉由訪問經營鐘鉉粉絲專頁多年的三位忠實粉絲，探討她們身處於名人自殺脈絡下所扮演的「粉專經營者」一角色，是否得以有效達到阻卻後續自殺模仿效應發生的效果。

受訪對象：

1. 臉書粉絲團 BOJH 金鐘鉉台灣個站
粉專管理人
（粉絲追蹤數：8599人）
2. 臉書粉絲團 JONG HYUN Heal your heart Taiwan fan club ㄊㄅㄊ 臺灣鐘鉉治癒站
粉專管理人
（粉絲追蹤數：6405人）
3. Instagram粉專 Shimmer Ring TW年輪站
專頁經營者（站長）
（粉絲追蹤數：2599人）

理論依據：

l 防護動機理論：（protection motivation theory），Rogers：

於過去研究情緒或威脅在追求預防行爲作用的研究中，可發現人們傾向於對疾病進行預防行爲，其貢獻在於它能預測用戶在收到引起恐懼的威脅後保護自己的意圖。

l 擬社會互動：（Parasocial Interaction）HortonandRichardWohl：

當媒體內容呈現越接近消費者所期望時，消費者則會對媒體中的人物會產生親近感及信賴感

l 訪談結果分析：

據訪談結果可初步推估，粉絲自行營運的公開專頁具有發揮公共效益的潛能，且在自媒體大行其道的當代，由粉絲自行經營的社群專頁亦可能性成爲與龐大體系抗衡的關鍵，相比新聞媒體的資訊供給方式，粉絲專頁更能有效發揮與群衆進行雙向協調的功用。

若社群專頁經營者能發揮守門人功效、以較爲理性和客觀的態度看待藝人離世的現實、並定期發佈符合社會公益的資訊，將有機會發揮降低群衆自殺意圖的效能。

後續研究方向：

依本次初探結果，後續擬將進一步探討逝世明星與粉絲透過社群維繫的深層關係，並針對「明星體制生命政治」、「偶像明星的黑暗面」、「偶像明星的僵化」等面向進行質性訪談及網路內容分析，期能在探討流行文化黑暗面之餘，亦提出改善現況之可能辦法。

主要參考文獻：

Media coverage of celebrity suicide caused by depression and increase in the number of people who seek depression treatment