

南華大學人文學院生死學系碩士班

碩士論文

Department of Life-and-Death Studies

College of Humanities

Nanhua University

Master Thesis

粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程研究

A Study on the Process of Grief and Mourning of Fans Who
Experience the Events from Their Idols' Suicide

蘇芳儀

Fang-Yi Su

指導教授：陳增穎 博士

Advisor: Tseng-Ying Cheng, Ph.D.

中華民國 111 年 6 月

June 2022

南 華 大 學

生死學系碩士班

碩士學位論文

粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程研究

A Study on the Process of Grief and Mourning of Fans
who Experience the Events from their Idols' Suicide

研究生：蘇芳儀

經考試合格特此證明

口試委員：張增韜

蔡昌雄

蔡明昌

指導教授：張增韜

系主任(所長)：楊國松

口試日期：中華民國110年6月17日

謝辭

即將畢業，竟有些不捨。在開師父課堂上搶票彷彿還在昨天。

回頭望面試、105入學、萌生念頭，掙扎換題目，初審，口試，老師們的每句提點，北上訪談的旅途，鐘鉉的歌聲，都成為難忘的回憶。

首先要謝謝三位老師的指點，線上口試前到處旁聽老師們評點，仿佛追星般激勵。

尤其感謝我的指導教授增穎老師，其實原本的題目老師已經帶著我寫了前三章，受訪者也找好了，還讓我任性換題目，支持我寫寫看，總是提點我、包容我、等待我慢慢寫。我會永遠記得在研究室與老師聊著天、聊著偶像及訪談，真的非常美好。

感謝昌雄老師當時願意擔任口委，本來擔心老師拒絕。記得在初審時老師您說這題目可以做的，還在電子檔上打上紅字標記提點，直到口試都給予精闢的指引，真的獲益良多，老師的博學及對研究的敏銳真的很令人佩服。

感謝明昌老師鼓勵我每天寫，慢慢寫，不要急。實習後能再得到老師的指導是我的福氣，可能老師不記得我了，但能見到您真的很開心，口試時建議我論文應再更聚焦、給予我許多珍貴的意見，提醒我敘說本身就是療癒。

謝謝母尼、賀老師、南華好姊妹、小英，是良師又是朋友，有時更是救火隊，陪伴幫助鞭策我前進，在我被生活及論文夾擊、逃避拖延時，始終聽我抱怨給我鼓勵。希望能一直保持聯絡。

謝謝我的父母，在小時候一直贊助我跟妹妹買專輯。

謝謝系辦惟文大人、瑜芳天使、讓我搭過便車的同學們、同事們的溫馨提醒及支援。

謝謝我的偶像，陪伴我從小至今，能生在有你的時代真是太好了，希望有生之年，能親眼見你。2022你的新專輯陪著我畢業。將你偷偷寫進論文，是迷妹的浪漫。

最後，深深感謝參與研究的鳳迷及受訪者們，謝謝你們願意分享珍貴的人生故事，何其幸運能認識你們。很多粉絲都說著因為偶像讓自己更好，我也是，我覺得我從粉絲身上得到更多。

謝謝打開論文的你(應該九成九是迷妹)，請你看第四章受訪者的話，粉絲們的真心。

論文畫下句點，但追星的故事永不止息!

摘要

從韓流爆發至今，韓國偶像團體在台蓬勃發展，偶像崇拜現象普遍出現在兒童、青少年階段，但其實臺灣也有一群成年的韓國偶像粉絲。近年來一連串的國內外明星過世，大眾能夠從新聞媒體看到相關報導，而粉絲的悲傷很快被遺忘，在學術上尚未被關注，本研究主要目的在探討粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程，採用質性研究法，訪談三位韓國偶像團體 SHINee 之粉絲，成員鐘鉉於 2017 年自殺過世，了解偶像在粉絲心中的意義，在面臨偶像自殺死亡後之悲傷與哀悼經驗，同時探討其悲傷剝奪的處境。

研究結果發現：

一、粉絲與偶像的關係起初建立在擬社會關係，藉由媒體等媒介維繫，是種關係不被認可的悲傷剝奪，是被社會忽略的悲傷。但有別於一般名人之處在於韓國偶像文化，營造偶像成為真實可互動的情境，在現實與虛幻之間，粉絲得以投射大量情感需求在這個完美的形象。

二、悲傷的主因是內在重要他人死亡，導致如同失去至親般悲痛。

三、韓國偶像的死亡是被社會忽略的悲傷，多重因素(粉絲身分、韓國偶像文化、國內嘲韓現象、華人忌諱死亡、憂鬱症、自殺、媒體)導致粉絲的悲傷難以言說，哀悼歷程孤獨、是無法言說的悲傷。

最後，根據研究的歷程和結果，提出關於本研究的反思及建議，提供讀者和後續研究者參考。

關鍵字：粉絲、偶像、悲傷、哀悼

Abstract

Since the outbreak of the Korean Wave, Korean idol groups have flourished in Taiwan, and idol worship is common among children and adolescents, but in fact there is also a group of adult fans of Korean idols in Taiwan. The main purpose of this study is to investigate the grief and mourning process of fans after experiencing the death of an idol by suicide, and to adopt a qualitative research method to interview three fans of Korean idol group SHINee, whose member Jonghyun died by suicide in 2017, to understand the meaning of idols in the minds of fans. The study also explored the grief and mourning experiences after the death of the idols and their grief deprivation situations. After interviewing three fans, the main findings are as following:

1. The relationship between fans and idols is initially based on a mock social relationship, which is maintained through media such as the media, and is a kind of grief deprivation that is not recognized and ignored by society. However, the difference from ordinary celebrities is that Korean idol culture creates a real and interactive situation for idols, and between reality and illusion, fans are able to project a lot of emotional needs on this perfect image.
2. The main cause of grief is the death of an important person, which causes grief like the loss of a loved one.
3. The death of a Korean idol is a socially neglected grief, and multiple factors (fan identity, Korean idol culture, domestic mockery of Korea, Chinese taboo on death, depression, suicide, and the media) make the grief of fans unspeakable, and mourning the loneliness of the journey is an unspeakable grief.

At last, the researcher has shared some refinement in her thinking and has proposed several new areas of discussion based on the process and result of the research.

Keywords: fan, idol, grief, mourning

目錄

謝辭.....	i
摘要.....	ii
Abstract.....	iii
目錄.....	iv
表目次.....	v
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與研究動機.....	1
第二節 研究目的與研究問題.....	5
第三節 名詞界定.....	6
第二章 文獻探討.....	7
第一節 粉絲與韓國偶像.....	7
第二節 偶像明星死亡相關研究.....	16
第三節 悲傷理論內涵與相關研究.....	21
第三章 研究方法.....	29
第一節 研究取向.....	29
第二節 研究參與者.....	30
第三節 研究工具.....	32
第四節 研究流程.....	33
第五節 資料蒐集與分析.....	36
第六節 研究嚴謹度.....	36
第七節 研究倫理.....	37
第四章 研究結果與討論.....	41
第一節 A 的故事.....	41
第二節 B 的故事.....	50
第三節 C 的故事.....	59
第四節 跨個案分析與討論.....	69
第五章 結論與建議.....	105
第一節 研究結論.....	105
第二節 研究建議.....	107
第三節 研究省思.....	109
參考文獻.....	111
附錄.....	118
附錄一 研究參與同意書.....	118
附錄二 訪談大綱.....	119

表目次

表一 Abercrombie 與 Longhurst 的迷光譜等級	10
表二 研究參與者資訊表	31
表三 逐字稿編碼表	36



第一章 緒論

第一節 研究背景與研究動機

「既然要追星，就幸福的追星吧！」

2019 韓劇《她的私生活》

壹、偶像崇拜現象普遍及韓流在國內盛行

2018 年，兒童福利聯盟文教基金會發表臺灣青少年偶像崇拜概況，調查中發現：近八成（76.7%）的學生表示有偶像崇拜，喜歡的偶像類型以歌手最多，約五成二（52.4%）；韓團當道也使得偶像團體佔 33.6%的比例（兒童福利聯盟，2018），顯示目前兒少對於偶像崇拜的廣泛與普遍。特別的是這裡的韓團指的是南韓的偶像團體，例如：近年來知名的防彈少年團（BTS）席捲全球，在世界各地擁有大批粉絲，新歌發行在美國最具權威性的專輯排行榜單「Billboard HOT 100」摘冠、南韓總統撰長文表揚、入圍葛萊美獎，獲選 2019 至 2021《時代》百大影響力人物，甚至獲邀至白宮及聯合國演講，創下不少紀錄，此現象也顯示南韓娛樂產業及韓國流行音樂（K-POP）成長到更高層次。

这股現象更可追溯自「哈韓」、「韓流（Korea Wave, Hallyu, 한류）」一詞的出現；「韓流」指的是韓國文化在亞洲和世界範圍內流行的現象，甚至有一說始於臺灣（鄭閔聲，2011）。2014 年，臺灣最大韓流網站 Kpopn 每月點閱率高達 5,000 萬流量、1,000 萬人次，FB 按讚數則有百萬人追蹤（陳佩儀，2014），除此之外，韓流跟偶像明星還透過許多社群媒體平台傳播發展。

由韓國文化體育觀光部和國際文化交流振興院發行的《韓流白皮書》(2017)將韓流的輸出劃分為三個階段：

第一階段的韓流，簡稱韓流 1.0，是從 1995 年起，以韓國戲劇為主，向臺灣等亞洲國家輸出，像是《火花》、《藍色生死戀》等知名作品；在韓劇引起熱潮後，從 2005 年到 2010 年左右，第二階段的韓流 2.0 則以 K-POP、偶像團體為發展重點，例如 H.O.T、神話、Rain、Wonder Girls、少女時代等，而 K-POP 的發展中，不得不提號稱

南韓三大娛樂、由李秀滿創辦的「SM」公司，因培養許多的知名偶像，被稱為「造星夢工場」，當時旗下的東方神起、少女時代等偶像團體在南韓、臺灣與日本等地流行，具相當的知名度與忠實粉絲，其中，Super Junior 更以一首《SORRY, SORRY》及舞蹈紅遍亞洲。自 2012 年起，第三階段的韓流則進入文化發展階段，此階段以綜藝節目為主力，行銷韓國文化。

其中，K-POP 是韓流盛行亞洲的主因，而男子偶像是 K-POP 文化的特色，有其獨特的經濟邏輯（cultural economy）（Shin, 2007）。關於南韓偶像團體的塑造，BTS 的製作人方時赫認為 K-POP 偶像就像是個大禮包（total package），裡面包含有魅力的外貌、驚豔的舞台表演、高完成度的 MV、反映世界潮流的音樂等四個要素，為了提高完成度，直到回歸前會全心準備練習。

超越國家、語言差異，其多采多姿的追星文化也隨之傳入臺灣，衍生許多新的詞彙，像是「飯圈（粉絲圈、追星族群）」，粉絲入坑（입덕，指陷入某偶像的魅力之中，開始追隨他所有的消息、照片）、關注偶像的回歸（come back，偶像或團體發表新專輯，帶著新作品演出）與末放（末放 goodbye stage，本次回歸作品的最後一次播出），由於競爭激烈，在節目打歌時為支持的偶像投票、點閱影片、刷音源以競爭音樂節目當天排行榜的一位，購買專輯、參加簽售會、演唱會、見面會、加入官咖（official fan cafe，是官方開設讓粉絲交流的地方，每個團體都有屬於自己的官咖，通常需要付費）、追蹤社群軟體、應援色、粉絲名、應援手燈。而特有的「站子文化」指的是由粉絲個人而非官方所開設的應援站，而這些開設的人稱為站姐或站哥，普遍常見在網路發布消息、照片、影片等，分享拍攝到偶像美麗、帥氣的瞬間，也會組織粉絲進行代購、相關應援、販賣周邊商品等等。

除了站子外，在網路搜尋可以輕易找到許多粉絲寫下的故事，將追星過程許多所見所聞紀錄下來，像是追星紀錄、飯製的影片剪輯，成為粉絲的心路歷程等等，很常見的形式是運用 PTT、FB、IG、推特、微博等社群軟體。

其實偶像與粉絲並非單向，粉絲接收偶像資訊外，透過視頻剪輯為偶像宣傳、組織飯圈、生日集資，常見的是在偶像生日於世界各地刊登廣告，以偶像名義捐獻金錢或物資，像是最近的新型冠狀病毒疫情，粉絲延續偶像愛心，捐贈口罩給疫區，就是偶像與粉絲之間彼此影響的正向例子。回顧這幾年的追星過程，所看到人們口中的這些熱衷追星的「迷妹」其實都很成熟理智在追星，努力工作、學韓文、自助旅行跨國追星，有的自學拍照、發送應援物，散播偶像各種節目與資訊、甚至有專門翻譯並做

字幕的團隊、更新資訊。而研究者因在學校服務，看到許多學生從偶像身上得到力量，網路上有不少因為追星而改變人生的故事，追星有其迷人之處，可以是件美好的事情。

貳、近年來，一連串國內外明星的殞落

到 2020 年為止，有許多國內外明星死亡的消息。而研究者一直關注韓國偶像文化，從 2017 年底 SHINee 成員鐘鉉自殺身亡開始，近幾年來更像雪崩式發生許多明星自殺，不僅只是韓國，日韓國偶像被報導的篇幅中，更包含許多知名藝人。

- 2017 年 12 月 18 日，韓團 SHINee 鐘鉉自殺身亡，得年 27 歲
- 2019 年 10 月 14 日，韓團 F(x) 前成員雪莉自殺身亡，得年 25 歲
- 2019 年 11 月 25 日，韓團 KARA 具荷拉自殺身亡，得年 28 歲
- 2020 年 7 月 18 日，日本男星三浦春馬自殺身亡，享年 30 歲
- 2020 年 9 月 27 日，日本女星竹內結子自殺身亡，享年 40 歲

誠如蔡康永《有一天啊，寶寶》書中寫著「親愛的寶寶，將來如果有你喜歡的歌手，你要想辦法去聽他們的現場演唱會，去跟其他和你一樣喜歡他的人在一起。你不知道那個歌手會有名多久，你也不知道他會願意活多久。你只能趁他還在的時候，讓他變成你回憶的一部分。」

實際上，偶像明星是人，死亡無可避免。看到這些消息雖感到不捨，但想到對於喜愛他們的人，該有多難過啊，更何況是追隨多年的粉絲。

2017 年，韓國藝人鐘鉉過世後，甚至傳出南韓一名追隨八年的後援會站長及一名印尼粉絲選擇輕生，在出殯當天，SHINee 與 Super Junior 成員抬棺，少女時代等同公司藝人們哭成一片，現場大批粉絲送行，讓人鼻酸。偶像的突然死亡引發錯愕，但有的巨星甚至已超越國家語言、時空的隔閡，世界各地粉絲以各種方式進行哀悼，像是鄧麗君即使逝世多年，仍有歌迷前往墓園追憶、Kobe Bryant 的球迷在得知死訊紛紛到湖人球場致敬、鳳迷們每年固定在大溪遊行緬懷。這些偶像、名人即使死亡，也讓粉絲如此想念、放在心裡持續至今。

參、國內目前沒有關於粉絲悲傷的研究

近年來韓國相關影視的流行，新聞媒體爭相報導粉絲「瘋狂」的追星現象，國內也有反韓的聲音，研究者在追星過程中，觀察這些粉絲遭遇偶像死亡的處境，常看到網路上許多不友善的評論，旁人看到新聞納悶著「那是誰啊?很有名嗎?」、「只是粉絲，幹嘛這麼難過」，甚至以「你家人死掉你有這麼難過嗎?」或是一句「那些粉絲是追到變肖欵（瘋子）」來評論粉絲。

在開始尋找粉絲面對偶像死亡之相關研究時，以「粉絲」為關鍵字，查詢到三百三十篇，發現研究粉絲的愉悅很多，但探討悲傷則沒有，同時以「粉絲」、「悲傷」為關鍵字則尚未搜尋到相關文獻資料，唯有一篇提及迷的失落則是林文蔚（2013）探討中華職棒球隊解散後球迷心理調適之個案研究，關於球迷面對球隊簽賭及解散的心理調適。而偶像崇拜研究主要針對青少年，但隨著韓流爆發，臺灣也有一批成年韓國偶像粉絲，從年輕就追隨至今。且韓國偶像於近年發展，目前國內尚無探討偶像死亡的粉絲研究。

綜合上述，發現學者關注迷文化的發展，探討偶像崇拜現象，但則缺少關於粉絲面臨偶像死亡的個別研究，顯示粉絲的悲傷仍未被重視。唯有紐約時報一則報導曾提到偶像死亡的影響，提醒家長重視青少年的悲傷。當明星死亡，我們從新聞上看到粉絲們失去偶像的衝擊跟傷心，但過沒多久就被大眾淡忘，可對粉絲來說悲傷可能仍持續，默默獨自療傷，這反映了當前國內社會對於此議題的陌生，特別是現今偶像崇拜及韓流發展，這群韓國偶像粉絲的悲傷是未被探討到的議題，因此想藉此深入了解偶像對粉絲的意義、追星的歷程以及在遭遇偶像死亡的悲傷與哀悼經驗。

第二節 研究目的與研究問題

本研究主要目的在探討「粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程研究」，透過訪談，瞭解粉絲在何種機緣下開始追星，以及在面臨偶像自殺死亡後所造成的悲傷與哀悼歷程，提供給類似遭遇的粉絲、以及親友作為參考。

根據上述說明，本研究之目的如下：

- 一、探討粉絲與偶像的關係。
- 二、探討粉絲在偶像自殺死亡後的悲傷經驗。
- 三、探討粉絲在偶像自殺死亡後的哀悼經驗。

偶像崇拜現象普遍出現在兒童、青少年階段，但其實臺灣也有一群成年的韓國偶像粉絲，從韓流爆發初期持續至今，要探討面對偶像死亡的悲傷，就需了解是什麼原因讓這群粉絲從年少時期直到成年甚至出社會工作也不間斷追隨偶像，如此長久的情感何以建立維繫，對於這群粉絲而言，在突然得知偶像自殺死亡，所造成的悲傷反應以及哀悼歷程都是有待關心的議題。研究者想深入探究這群粉絲在偶像逝世後的現況，提供給有類似遭遇的粉絲。

本研究建立於粉絲與偶像間探討，期望能透過研究參與者的故事，看見粉絲們的悲傷以及對偶像的愛。

依據上述研究目的，本研究問題為：

- 一、探討粉絲與偶像的關係為何?
- 二、探討粉絲在偶像自殺死亡後的悲傷經驗為何?
- 三、探討粉絲在偶像自殺死亡後的哀悼經驗為何?

第三節 名詞界定

壹、粉絲 (fans)

「粉絲」來自英文的 fan 之音譯，許多英漢雙解詞典譯成「迷」，文中為行文順暢，也以「迷」代稱。本研究所指之粉絲，符合 Abercrombie 與 Longhurst (1988) 迷光譜定義中狂熱者等級，追隨特定明星以及參與活動，具組織性跟重度的媒體使用。

貳、偶像 (idol)

「偶像」可能是明星、歌星、運動員、學者等等。在此限定為韓國偶像明星，為受訪者崇拜追星的對象。

參、自殺死亡 (suicidal death)

世界衛生組織 (World Health Organization [WHO], 2017) 定義自殺為個人有意識的企圖傷害自己的身體，以達到結束自己的生命之行為。

肆、悲傷 (grief)

引述 Worden(2002)定義悲傷是指遭遇失落後，在情緒、生理、認知、行為等四方面的反應，每個人會有不同的反應及獨特的歷程，本研究指粉絲經歷偶像自殺死亡後的感受與反應。

伍、哀悼 (mourning)

引述 Worden(2002)認為哀悼 (mourning) 是指失落後所發生的過程，也指一個人在面對他人死亡後的適應過程，Corr et al. (2003) 處理失落與哀傷歷程中試著去處理並學著與未來的生活融合在一起。在此為粉絲在偶像自殺死亡後，內在因應以及對外適應的過程。

第二章 文獻探討

第一節 粉絲與韓國偶像

目前探討粉絲與偶像的關係有兩條路徑，從迷文化(粉絲文化)研究粉絲，另一則是以偶像崇拜理論為基礎。

首先以迷文化為基礎，探討粉絲是怎麼樣的一群人，有何行為跟特質，粉絲與偶像之間的互動樣貌為何、了解粉絲的特性及類型及在台韓國偶像團體粉絲之相關研究。接著探討偶像崇拜，最後則是偶像與粉絲的關係及心理機制，如何造成偶像崇拜現象。

壹、粉絲文化(迷文化)

一、定義

粉絲為外來詞，來自英語 fans 的單數形式 fan，許多英漢辭典譯成「迷」；源自拉丁語 fanatic 的縮寫，意思是極端份子、狂熱信徒、死忠之人，演變為極度熱忱的含意，1889 年，fanatic 的縮寫形式 fan 在英語中首次出現，指某一支棒球隊的忠實追隨者。直到現代，這種狂熱的崇拜者也叫「追星族」（余光中，2015；屠国元，2010）。

余光中（2015）從文學角度提出「粉絲」跟「迷」的不同在「粉絲」只能對人，不能對物；我們不能說「他是橋牌的粉絲」或「他是狗的粉絲」，也肯定翻譯為粉絲是神來一筆，表現出多數的感覺。而粉都（fandom）一字是由 fan 與 kingdom 合體形成，指的是迷的社群跟國度，或譯做迷群（王映涵譯，2005）。

簡妙如（1996）定義迷是「過度的閱聽人」，在某段時間內特別為媒體的內容所吸引，並具有相當程度的認同與涉入。Hills（2002）認為當人專注且投入於特定的明星、影劇、節目、音樂或是運動等事物，並且詳細地了解它的一切，甚至是些細碎的資訊，而對於喜歡的台詞、歌詞、畫面都能朗朗上口、侃侃而談，便可將其稱之為「迷」。Sandvoos 定義迷是規律、情感投入的消費某個特定的通俗文本，這包含了書、電視節目、電影與音樂，以及更廣義的文本，例如運動球隊、明星偶像、演員等

（王映涵譯，2012）。因迷研究廣泛，常用迷論述，故以迷行文，而研究者參考以上翻譯，當論述為以人為主時，則以粉絲代稱。

而迷的狂熱一詞帶有著些許負面意味。從早期來看，粉絲常被負面報導，Jensen（1992）探討粉絲的被汙名化，提到粉絲常被認為是著魔的人及歇斯底里的群眾，指的是幻想、跟蹤甚至傷害明星的粉絲，或看到明星就瘋狂、尖叫哭泣。Jenkins（1992, p.15 and 17）提到撰寫《文本盜獵者（Textual Poachers）》時，因當時對粉絲的學術論述都有著負面的刻板映像，可以說是社會主流對於粉絲違背主流文化階層感到憂慮不堪的反映，因此巧妙地在書中以正面角度看待粉絲。Hills（2002）認為 Jenkins 此舉有助於理論化狂熱粉絲及迷文化現象，也大大影響粉絲在文化研究的地位。Fiske（1992）則將粉絲文化視為特殊的大眾文化，大眾文化是一個生產過程，決定這個過程的不是生產的文本（例如牛仔褲），而是觀眾對於文本的接受過程或者是消費的過程，由這些接收者創造出真正的大眾文化。

綜合上述，迷文化的現象為近年興起的研究議題，這個在現代流行文化中伴隨產業經濟、青少年次文化、偶像崇拜等等面向，也真實在我們身邊出現。

二、特性

接下來針對粉絲的三種特性與這些在台韓國偶像追星族的現象及相關研究。

（一）生產性：

Jenkins（1992）認為粉絲是會寫作的讀者、會參與的觀察者，更是文本的盜獵者（Textual Poachers），在粉絲身上已無法清楚區分讀者或作者，因為粉絲不但消費別人的創作，還生產自己的粉絲故事、小說以及藝術圖畫、歌曲、影片、表演等。

Jensen（1992）也提出粉絲並不是對明星系統的反應（response），不是被動的一方，粉絲是具有創造性的讀者，顛覆被動的讀者論，意即粉絲除了是接受偶像文本的一方，也可以是主動的角色。

李佩真（1998）根據 Fiske（1992）流行文本分類的概念，將偶像文本做區分，初級文本即為偶像明星本身、次級文本為偶像衍生的相關文本，例如專輯、海報等，以及購票入場的演唱會等，第三級文本則是粉絲對於初級、次級文本所引發的反應，例如：談論、創作或包含任何文本生產的行為，而李佩真（1998）認為歌迷創作偶像文本，除非能交給偶像，否則不影響與粉絲跟偶像的距離，反而是粉絲文本的交流能增加同好間的互動關係。

這點如同網路上可以在各個社群網站看到粉絲的言論，或是與旁人滔滔不絕講述偶像的好，討論關於偶像的話題。而飯繪（**Fanart**）指的是由粉絲所繪製的圖，以及粉絲創作的同人小說。隨著時代變遷與社群媒體的發達，偶像可以透過網路與粉絲互動，並看到粉絲的創作，甚至「翻牌」，尤其南韓偶像團體的簽售會活動，讓粉絲能夠親自與偶像互動。

（二）過度性：

Fiske（1992）認為粉絲即為過度的讀者（**excessive reader**），具有生產力與購買商品的行為，與普通閱聽人只有程度差別，而沒有類別上的不同，且粉絲也具有生產力，但被非出於營利為目的，這是與官方的重要不同。**簡妙如**（1996）認為迷是「過度的閱聽人」，不同之處在於其「過度的」與所述文本互動的方式，與大眾作區別。

可見粉絲的特性就是「過度」，是更為認同、涉入感興趣的文本。

（三）愉悅：

簡妙如（1996）認為迷在與所述文本互動產生的愉悅，有一種是感官的愉悅，以及創造性的愉悅，可能是逃避現實或是幫助我們面對現實，也可是與自身情感的連結，在這種連結與創造互動過程中，盡情享受這種愉悅。

關於迷的身分，研究者想特別提到一個現象，需回答關於該偶像的問題，答對才能進到買票頁面，防彈少年團在臺灣演唱會的線上售票題目，這一舉動為活動設下門檻，這現象顯示需要具備一定程度涉入的迷才能答對並買票。

三、類型

關於迷群的研究，**Richardson**（2008）以文化資本理論觀點，將足球迷分為核心球迷（**hardcore fan**）與邊緣球迷（**wider fan**），即使都共同支持球隊，但能夠無條件支持的才是真正的球迷，若只是為了榮耀而轉換支持不同球隊是膚淺的球迷（**glory hunter**），球迷透過消費證明自己是真正的球迷、做為區分。

研究者觀察在韓國追星文化中，粉絲有許多樣貌。以偶像團體為例，本命（**bias**）是指最喜歡的偶像，也可指一個團體中你最喜歡的成員，有團粉、唯粉（只喜歡組合裡面一個明星，對其他成員無感）、CP粉等。依照投入程度與追星的方式，有螢幕粉、路人粉、音粉等，從粉絲對偶像的看待，有媽媽粉、女友粉等這些身分。就如**Sandvoss**(2003)認為粉絲對於自身分類不盡然與他們的情感強度有關，有時看似蠻不在乎、不固定收看的閱聽人自我認同為粉絲，但是相反的，有時十分投入的觀眾或是讀

者卻迴避粉絲的標籤，且情感的強度無法被量化。因此，粉絲甚至會已投入的強度來區分對偶像的愛，而量化的標準經常就是金錢跟時間的投入。

在此引述 Abercrombie 與 Longhurst (1998)的迷光譜理論，強調「程度」的差異，而非種類 (kind) 的差異，以三個主軸來區辦迷，以對象 (object)、媒體使用 (media use) 與組織性 (organization) 等面向將閱聽人分為五種等級，兩端之間有三種迷群體，迷佔最多數，只有少部分是狂熱者，更少數才是熱衷者，而迷研究則多探討狂熱者等級的粉絲。以此為依據，將韓國追星文化與此對照，以便將粉絲族群大致分類，除與大眾做區隔外，也做層次上的分類，篩選出較為深入的迷群。但因粉絲樣貌多元，僅以此做為研究參考，因粉絲可能具多重身分，而非線性能衡量。

表 1 Abercrombie 與 Longhurst 的迷光譜等級

	對象物	媒體使用	組織性
消費者 consumer	無特別、系統性偏好	多樣	/
迷 (粉絲) fan	同類型的明星或節目	較高	不具組織性
狂熱者 cultist	更特定的明星或節目	重度且特定	初具規模的社群組織
熱衷者 enthusiast	不是特定的明星或是節目，而是「活動」	相當特定	特定且緊密的社群組織
小型製造者 petty producer	熱情轉為全職式的專業；可能脫離原有的熱衷者社群，透過市場的運作而緊密連結。		

媒體使用上，螢幕飯跟音飯主要追隨韓國相關影視，利用媒體追隨韓星或韓國節目，偏向迷等級。而狂熱者等級以上的粉絲，除追隨某特定的明星外，加入官咖、關注交流的社群，如追蹤 Twitter、微博、FB 等社群帳號，不只是單純的吸收資訊，更加專注於參與該明星的活動，例如大眾所知的購買專輯跟商品、參與活動如：簽售會、演唱會、見面會等，甚至經營偶像的社群跟粉絲專頁，整理偶像的消息及照片，組織應援活動等，而韓國特有的站子文化，站子會自製周邊販賣，跟隨行程、拍攝並上傳照片跟影片，也積極投入廣告宣傳、為偶像吸引更多粉絲，則達到小型製造者等級。以知名韓團 BTS 為例，官方 Twitter (방탄소년단, 2022) 追蹤人數截至六月已達四千

六百萬人，這些追蹤的粉絲可能是迷，但要花錢參與演唱會、買專輯、組織應援活動則超出迷等級以上。成員的站姊所經營的 Twitter 追蹤人數甚至高達到一百萬，比許多名人還多。除了站子，網路上也有許多粉絲自行組織而成的粉絲專業及翻譯團隊，發布翻譯的相關消息、歌詞或提供自製的資源給其他粉絲，也組織打榜、投票等活動。

四、韓國偶像團體

韓流白皮書（2017）將韓國偶像團體發展劃分為三代，若有出現超越上一代成績紀錄的代表團體出現，就開啟下一個世代。第一代偶像團體代表為 H.O.T，被稱為偶像元祖，韓劇《請回答 1997》就是描寫此一年代的追星盛況，白色應援色是其代表。隨後換代的二代團體，約從 2000 年開始透過媒體的傳播，這期間有許多知名偶像團體於海內外累積了一批忠實粉絲，以少女時代、BigBang 為代表。目前的三代團體以防彈少年團與 TWICE 為首，持續引領韓樂發展。

韓國偶像團體有一特色是有所屬的粉絲名、代表色跟應援手燈，以及付費的官咖。以 2005 年 11 月 6 日出道的 Super Junior 為例，官方粉絲名是 E.L.F，意思是 Ever Lasting Friends，永遠的朋友，應援色是寶藍色，演唱會時就可以看到一片寶藍色燈海，另外，每當新歌發行點閱率也屢創紀錄，為支持的偶像投票、刷音源等，以得到音樂節目排行榜的一位，不只回歸時如此，期待每年電視台的年末舞台，而年底各大頒獎典禮等同粉絲大戰，這些頒獎典禮也設有投票競爭，為自己所支持的團體投票，因此有數據女工之稱。這些偶像團體為韓國帶來的經濟跟消費可觀，光是一場見面會或演唱會就能吸引大批粉絲到南韓觀光，創下巨大經濟價值，也具有文化宣傳、行銷等效果。

近年來，韓流偶像已在臺灣累積不少支持者，國內對於「哈韓族、韓流、追星」的研究近年來也逐漸增加。2009 年由韓國偶像團體掀起的韓流也蔚然形成，他／她們的表演一開始是藉由網路傳遞至台灣，在台灣培養出一群規模相當的韓流迷群（林文婷，2011）。陳佩鈺（2013）研究得出這波新興的臺灣韓流偶像迷群擺脫過往迷群被動且一味追逐偶像的方式，改以一種具規模性的組織團體行動，透過集資、動員等方式，主動對偶像展現其感情與行動力的應援活動，讓偶像印象深刻，讓自己的浪漫想像以及對偶像的情感有了一個明確付出、實踐的目標。周筱婷（2016）認為這群哈韓族其實是經過理性思考才赴諸實踐，且透過追星與旅遊增加個人的生命經歷，甚至成為迷群中的專家，能夠幫助其他未能跨國實踐的迷群們中介偶像的商品、築起與偶像間接觸的橋梁。程琪媛(2019)研究表示，韓流的成年粉絲的追星表現隨著成長變得更

有能力實踐，但周邊商品、金錢集資等應援方式幾乎不是他們的追星重點，反而在日常生活中，以各種隱密細微的方式在外觀或精神上學習模仿偶像，以及頻繁地出國參加演唱會、遊歷與偶像相關的景點，對成年粉絲而言，追星不僅調劑日常生活，同時對其價值觀與行為產生影響。顏昱昕(2021)研究指出成人長期參與追星活動產生之正向特質，包括「喜好學習、判斷力、熱情、毅力、愛與被愛、社會智慧、團隊精神、自我控制、對美與卓越的欣賞、希望、心靈信仰」十一項特質；並且長期參與追星活動產生之正向特色為「交友擴展及歸屬感」。

而現今國內新聞媒體常報導韓國追星族的行為，像是機場暴動接機、追逐偶像車輛、窺探明星生活的私生飯等，造成大眾對粉絲的負面觀感。在教育立場上，家長對於追星族需花費大量時間及金錢，可能否定追星行為。但粉絲本身也會反感媒體報導偶像崇拜的瘋狂表現。

貳、偶像崇拜

一、偶像的類型

偶像本指的是宗教信仰有關的神像，偶像崇拜則是指對於偶像的崇敬、膜拜等，衍生出對於聖賢者的推崇（岳曉東，2007）。

He（2006）將偶像分為七種類型，（一）明星：電影明星、偶像歌手、運動明星與模特兒（二）在某領域表現卓越的人物：政治人物、軍事領袖、科學家、作家、藝術家、思想家、企業家等；（三）父母親及家庭成員；（四）生活中的他人：如老師、同學、朋友、同事、上司等；（五）虛構的人物：神祇、小說、電視電影中的人物、電玩遊戲中的角色、卡通人物等；（六）自己；（七）其他。而隨著時代變遷，對於偶像的定義更加廣泛，因個人喜好，可以任選一個人物作為追求或崇拜的對象，所謂的偶像只是一種喜愛的模式、對象，在現今，不只是偶像明星，運動員、學者、政治人物，甚至是漫畫、卡通人物，皆可以是偶像（李佩真，1998；張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美，1993）。

二、偶像崇拜的相關研究

從社會心理角度來看，崇拜偶像是每個人都可能經驗過的事情。關於偶像崇拜的研究大多是針對兒童、青少年之偶像崇拜的現象。近年來針對臺灣兒少偶像崇拜現象

顯示崇拜對象主要以影視明星為首，比父母、師長來的多（郭致君，2001），關於青少年崇拜的首要對象演變為影視明星為主（吳瓊洳，1997；郭致君，2001），林兆衛（2002）指出三星人物成為國中生最主要的崇拜對象，師長失去偶像地位，而三星人物指的就是歌星、影星、體壇明星，此也形成青少年特殊的次文化現象。林淑貞（2009）針對青少年偶像崇拜的原因，整理出以下幾點：（一）偶像的外型（長相、打扮、穿著）、（二）偶像的才華（歌聲、演技、運動）、（三）偶像的個性（幽默、有愛心、有正義感）、（四）偶像的成就（賺錢、地位、名聲）。

偶像吸引粉絲的原因眾多，從以上可以得知偶像崇拜是有多重內涵，與迷文化相似的概念即為都是出自喜愛，具過渡之性質。

參、偶像與粉絲的關係

一、擬社會關係（Parasocial interaction, PSI）

Horton 和 Wohl（1956）首先提出「擬社會關係」（Parasocial Relationships, PSI）的概念，隨著影視媒體的流行，人們感覺自己與電視中的人物互動，有如朋友般熟悉，使用媒體有如在與朋友見面、聊天，將這種單向的關係定義為擬社會關係。這樣的擬社會關係就有如現實的人際關係，與個體的真實生活的社交技巧、社交網路的知覺有正相關，還會因為情感的投入而取代現實中的關係（Derrick, Gabriel & Tippin, 2008）。粉絲與偶像通過媒體連繫，追星、偶像崇拜建立在這樣擬社會互動基礎上。粉絲主動選擇偶像，正因為粉絲才造就偶像的存在，尤其粉絲在這段關係是有主控權的，可以選擇要不要支持偶像，但若當粉絲看到偶像脫離原本的想像就可能脫粉、甚至回踩。

李佩真（1998）研究粉絲與偶像的關係，歌迷認為偶像與自己的關係類型包括朋友、大哥哥或大姊姊、學習的對象，或只是純粹的偶像，認為歌迷對偶像仍處於「想像式的朋友關係」，上述研究受訪者偶像為臺灣、香港藝人之流行音樂歌手。但隨著時代轉變，偶像明星的發展及互動也有所不同，在台的韓國偶像粉絲更形塑出其特有的現象，粉絲不單單只是消費者，偶像與粉絲相互影響，非只是單向接收，更形塑流行文化跟偶像。

以南韓偶像文化為例，當人們對於現實生活因壓力而卻少生活的動力、苦於人際的疏離與對關係上的不滿足。所以在虛擬的社會互動中可以滿足其對於關係的需求。

以馬斯洛的需求理論來說，人在滿足了安全與生理需求後開始渴求關係、隸屬感、被愛等等的心理層面需求。Derrick et al. (2008) 指出擬社會互動與真實的社交有正向相關，會因情感的投入而取代現實的人際關係。娛樂公司開始經營與製造偶像提供擬社會關係來給粉絲，而粉絲則回報時間與金錢與愛給偶像及背後的娛樂公司。

二、偶像崇拜的動機及粉絲的心理機制

岳曉東 (2007) 列出青少年偶像崇拜的三大心理機制，有以下三種：

(一) 投射 (projective function)

指崇拜者將自我的某種夢想、慾望和缺憾投射到偶像身上的傾向。

(二) 認同 (identify function)

指崇拜者接受偶像之言行及自身價值。偶像可以樹立生活的榜樣，言行也可以帶給人們極大的力量，使人更加努力體會和實踐。此點呼應簡妙如 (1996) 與林文婷 (2021) 所說的，當人們在面對自己的認同問題時，「所述文本」恰好能與個人的這種情感騷動相配合，控制了某些自我徬徨的情緒。

(三) 補償作用 (compensation function)

指崇拜者通過敬仰和崇拜某個偶像來獲取自我感受和與人交往上的滿足。青少年藉由崇拜某個歌星、影星或體壇明星可以令其在自信心、自我概念、人際交往等方面獲得不同程度的滿足感和成就感。

對青少年而言，這些明星偶像不但有具體存在的真實感，又兼具想像空間的距離感，有榜樣、想法、激勵因素等意涵 (He, 2006)。

朱龍祥、陸洛 (2000) 指出偶像對歌迷生活的影響則包括對個人外在生活的意義：型塑理想的異性條件、形象塑造、學習目標、融入生活等；以及個人內在滿足的意義：包括心理滿足、情緒享受、保有過去等，這顯示消費者的行為有其目的，是為了主動滿足其內、外在的需求。陳怡安 (2020) 認為粉絲在偶像身上滿足了愛與隸屬的需求以及尋找興奮性客體的替代；粉絲為了滿足需求會透過投射對偶像形成不同的幻想，偶像若給予回應產生了投射性認同，幻想就可以繼續，進而粉絲會在追星的過程中經驗到意義感。He (2006) 研究中也指出「偶像崇拜」心態，不僅具有宗教式偶像崇拜的「崇拜」和「尊敬」的意義，還蘊含了「喜歡」、「渴望」、「羨慕」、「敬愛」，甚至還有「沉溺」等情緒。

陳怡禎、大尾侑子 (2021) 以日本傑尼斯事務所的偶像為例，粉絲藉由付出時間、勞力與金錢成本獲得接近身處日本的偶像們的機會，對於消弭了物理距離的數位

技術並不特別感到受惠，反而更加強化了台灣粉絲對於實際情境消費的執著與渴望，並以此鞏固自己身為傑尼斯迷的認同感，並將其視為自我價值的展現。

在粉絲文化中，偶像崇拜與情感依附、心理滿足有關；而經營者獲得實際經濟利益。也隨著媒體發展，現今偶像能夠透過社群媒體與粉絲互動，簽售會、演唱會等實際面對面接觸，粉絲的應援及活動，有如偶像在身邊、貼近生活，已不再單純只是單向的關係，而可以是雙向。這個文化的核心是粉絲與明星之間強烈的情感聯繫，而這個聯繫是中性的，是順應社會發展與歷史潮流發展而來的，不僅可以反映一個時代的思想潮流，還可以為文化的延續貢獻出自己力量。偶像成為青少年成長過程的情感寄託和發展自我認同的對象（岳曉東，2007），它可以豐富生活、提供楷模，給社會帶來正能量。偶像的正向力量可以引導青少年建立正確的價值觀。

目前關於偶像崇拜的研究對象大部分是針對兒童及青少年族群。可是在臺灣有一群成年的韓國偶像團體粉絲，從韓流爆發時成為粉絲，至今已追隨多年，用偶像崇拜已無法單一詮釋，而這樣的情感如何長年維繫也值得思考。

因迷種類多元，迷文本可以是人、物、書籍、影劇等。迷文化學者近年來試著以精神分析理論的角度來解釋粉絲內在的心理運作，以分析粉絲的內在心理。Sandvoss（2005）整理迷研究的三種精神分析理論，將迷的內在追求解釋為有意義的參與，並且平衡自我、幻想與文化之間的衝突。如下：

- 一、愉悅：對迷幻想的探索，援引佛洛伊德的理論。
- 二、投射：以克萊茵的理論。
- 三、過度性客體：Hills(2002)引述溫尼考特的過度性客體理論。

Hills(2002)提出以溫尼考特的過度性客體理論來探討迷的心理現象，是近年來迷研究中較流行的理論，將迷所喜好的對象視為一個過度性客體，是迷的自我和外部客體世界之間的橋樑，而此理論最大的優點在於幫助我們將迷想為平常、非侵略的心理過程，認知到迷的「小小瘋狂」是生活所需。

四、自我的延伸：

Sandvoss（2005）則認為是自我的延伸，與其說是偶像在讀歌迷的心，其實是歌迷的內在對話形式，歌迷所建構的意義超越文本，因此，主張歌迷與文本的關係是以歌迷的自我反思式閱讀以及自戀的愉悅為基礎。

第二節 偶像明星死亡相關研究

此節依序探討偶像明星的死亡，名人的自殺、自殺效應之相關研究，最後是媒體報導對於名人自殺之影響與規範。

壹、偶像明星的死亡

粉絲與偶像之間有如共生，粉絲因偶像存在，有粉絲才造就偶像，那麼當偶像死亡呢？粉絲仍然記得，甚至定期有紀念的活動，這些現象該如何解釋？

McQuail（1994）認為迷的組成會隨時間而變化，因為迷是對某一表演者或媒介感興趣而組成，雖然有些可能很穩定，但若這個媒介消失，則這些迷也會消散或以別的方式重組，因此，若當粉絲喜愛的明星死亡或是消失，就可能導致粉絲消失或變化。

Brooker（2002）探討星際大戰（Star Wars）提到因為學者們皆關注粉絲社群的出現跟壯大，卻很少想到粉絲社群也會像任何有機體面臨死亡，若無新的初級文本出現，粉絲社群可能衰落，只剩下繼續頌揚的骨灰級鐵粉（cult），但是星際大戰送他們的粉絲一份永恆的禮物就是粉絲社群，一個世界性、跨越世代、但根植於同一個文本的虛構宇宙，這就是社群對於粉絲的深刻意義，讓後續加入的新粉也能在社群中，與粉絲們創造的無止盡的文本互動。

學者研究名人的死亡的研究中，貓王(Elvis Aaron Presley)是經典的例子，且Rodman(1996)在其書中探討貓王現象中，死亡佔重要分量。Erika Doss(1999)提到貓王粉絲們仍持續在參訪貓王的故居優雅園（Graceland）感受自己與貓王之間的情感依附，那些聚集的歌迷以仰慕者社群與悲傷社群而結合，因對貓王的愛與深刻的感傷貓王的逝去而凝聚在一起(Erika Doss,1999,p.90)。這現象同樣可以在台灣看到，鄧麗君位於金寶山的墓園遊客終年致敬不斷；香港也會有例如梅艷芳跟張國榮的紀念活動與演出。Rodman(1996,p124)認為優雅園有個重要功能是提供一個真實世界的場域，讓因粉絲集會的臨時社群能夠有個穩定、永久的

以上顯示即使偶像死亡，文本不再更新，粉絲也有不同的反應，有的持續追憶，有的消散。因此想透過此研究來觀察在偶像死亡後，粉絲個別的現況。

貳、名人的自殺

一、自殺 (Suicide)

世界衛生組織 (WHO) 定義自殺 (Suicide) 為個人有意識的企圖傷害自己的身體，以達到結束自己的生命之行為。

二、自殺者遺族 (Survivors of Suicide)

心理學家史奈曼 (Edwin S. Shneidman) 於 1970 年代，提出「自殺者遺族」(Survivors of suicide) 指稱「因為自殺事件而遭遇痛苦的人」，每一個自殺的人至少會影響周遭六至十位親友，他們通常是自殺者的家人伴侶、近親好友、乃至於工作或學校中曾經接觸過的同事、師長與同學等。

史奈曼曾說：「自殺者將其心理的骨骸 (psychological skeletons) 放置在遺族情緒的壁櫥 (emotional closet) 裡，他審判了留下來的倖存者，得處理許多負面感受，深陷在參與了自殺行為實際或可能角色的想法，或者無能阻止。這是極大的重負。」(引自李開敏等譯，2011)。

Doka(1989)在研究中比較自殺、意外及自然死亡對自殺者親友的影響，發現自殺者親友比意外及自然死亡者的親友承擔更多的責任感、罪惡感、羞恥感及汙名感，他們會不斷的去尋找親友為何自殺的答案。鄭淑惠 (2005) 研究當親人自殺驟逝，遺族得面對對自殺原因的不解與疑惑、社會對自殺的汙名，使得遺族難以公開其哀悼，往往使其悲傷經驗維持更久，甚至有自殺的危機；尤其面對「自殺汙名化」、「對自殺原因的疑惑」、「對自殺的歸因」等議題時使遺族的悲傷反應更加延長與加劇；個人的悲傷反應會在積極復原與悲傷失落之間來回擺盪。陳增穎、顏原達 (2019) 探討由於社會的汙名化與社會不賦予遺族特有的悲傷權利，許多人在逝者過世後，發現他們很難得到應有的安慰或支持，使得他們的悲傷反應不為世人所瞭解。因為汙名的關係，自殺者遺族的悲傷被社會剝奪，導致自殺者遺族缺乏社會支持，罪惡感和自責也會因社會的態度而變得更難以去面對，影響其哀悼歷程 (呂欣芹、方俊凱、林綺雲，2007)。

目前關於自殺遺族的個案研究主要是針對親屬關係，非親屬關係的對象則有同儕、助人工作者，如朱秀琴 (2007) 探討精神科醫生精神科醫師遭遇自殺身亡病患、生命線志工；姚予婷 (2015) 輔導教師高中輔導教師經歷學生自殺身亡經驗等遭遇自

殺身亡病患的社會與心理影響；。偶像影響著許多粉絲，甚至在全世界也具有一定影響力，面對偶像自殺帶來的哀慟與後續反應是實際發生在粉絲心裡的；而粉絲的哀傷是否因社會大眾不理解而被忽視，未被同理注意。

三、自殺效應相關研究

Philips (1974)將自殺的模仿效應命名為維特效應（Werther effect），來自德國知名作品的小說主角的故事，指不曾直接接觸自殺者，但經由各種媒體或口頭傳播所引起的自殺效應。胡幼慧（1995）認為自殺不只是個人的健康問題，而是「人群」的健康問題，從病理學來看，某些自殺較有毒性，尤其名人自殺的影響比一般人自殺還多出幾倍。

近年來，名人自殺的消息不斷，國內外的政府機關也十分重視可能造成的社會現象。2020年，日本一連串知名藝人過世，像是志村健病逝、三浦春馬跟竹內結子自殺等，日本的厚生勞動署（2020）公開請求各媒體不要過度報導名人自殺事件，特別在當今疫情期間，很多人有不安情緒，可能誘發孩子、年輕人和自殺高風險的人群產生輕生的想法。在美國，知名演員羅賓威廉（Robin Williams）於2014年8月11日自殺過世，媒體持續幾周報導後，發現美國四個月內的自殺率增加約9.8%，2018年6月，時尚設計師凱特·絲蓓（Kate Spade）和名廚安東尼·波登（Anthony Bourdain）先後自殺身亡，當周，美國疾病管制與預防中心（Centers for Disease Control and Prevention）發布了關於全國自殺率上升的報告。許多研究都證實維特效確實產生，因此，各國開始注意新聞媒體對自殺的報導，在提供大眾「知的權利」與可能造成的風險取得平衡，該如何謹慎規範。

參、媒體對於名人自殺的報導

一、負向影響：

由於名人的死亡大多以官方發表聲明，像是由經紀公司證實、透過媒體報導讓大眾知道，許多民眾都會接收到相關資訊，上述研究顯示名人自殺的報導可能帶來負向影響，因此該如何報導有其規範。關於自殺以及針對自殺遺族的探討，每位自殺死亡影響的人數不等，若是名人的自殺，透過媒體報導，名人自殺相對影響人數更多，維

特效應可以看出自殺對民眾確實造成影響。而世界衛生組織（WHO）為因應媒體追逐報導自殺事件，於 2000 年訂定媒體從業人員對自殺預防的防治準則（PREVENTING SUICIDE A RESOURCE FOR MEDIA PROFESSIONALS），在涉及名人的死亡更應避免過度報導，並在文末總結了自殺報導應遵守的六不六要原則（WHO, 2000）。

自殺報導的「六不」：

- (一) 不要刊登出自殺者照片或遺書。
- (二) 不要報導自殺方式的細節。
- (三) 不要簡化自殺的原因及理由。
- (四) 不要將自殺光榮化或聳動化。
- (五) 不要強調自殺者的個人背景，使用宗教或文化的刻板印象來解讀。
- (六) 不要藉由報導責備任何人。

自殺報導的「六要」是：

- (一) 在報導事件前，要與醫療衛生專家密切討論。
- (二) 要以「自殺身亡」，不要以「自殺成功」報導。
- (三) 要將相關報導刊登在內頁，而非頭版。
- (四) 要強調除了自殺之外，還有其他解決問題的方法。
- (五) 要提供與自殺防治有關的求助專線與社區資源。
- (六) 要報導自殺的危險指標以可能的警訊前兆。

二、正向影響

從另一個角度來看，報導提供民眾求助管道，與正向預防。負責的報導可以協助教育大眾有關自殺的資訊、相關求助的管道，也能鼓勵潛藏具高自殺風險的族群以其他選擇，提供自殺防治的功能，且最重要的是在社會上營造更開放、包容的氛圍。當個人處於不利的條件時，那些帶有求助的內容及正面因應方式的報導故事，可以強化保護因素或是阻止個人自殺，有助於自殺防治。

新聞媒體報導自殺時應納入求助相關的資訊，當事人可以透過這些資訊獲得即時的幫助，例如某些 24 小時全天候提供服務的自殺防治單位和熱線。在有關的科學文獻裡，負責任地報導產生的保護性作用，被稱作「帕帕吉諾效應」（Papageno effect），取自莫札特《魔笛》（The magic flute）歌劇主角因害怕失去愛人而企圖自殺，但最後被三位仙童（Drei Knaben）提醒自殺一途以外的方式。

從上述來看，因為媒體的報導以及名人的影響力，發現名人的自殺會有模仿效應而需要重視。過去研究主要針對群眾的量化研究，以數據呈現單一名人的自殺對當時社會大眾的影響，但研究者也好奇這些跟隨自殺的人是粉絲嗎？還是單純受到自殺效應所影響？另外，粉絲與一般民眾不同在於粉絲的「過度性」，是更為投入某特定偶像明星，而當這個關係斷裂時，對粉絲的衝擊也會不同，其影響的原因以及因素仍然須個別檢視，且親疏遠近等皆可能影響悲傷的程度，故將粉絲視為主體，以質性的角度了解追隨多年的粉絲與偶像的關係何以維繫，探究粉絲在偶像死亡後的悲傷歷程。



第三節 悲傷理論內涵與相關研究

壹、定義

一、失落

關於失落與悲傷，每個人的一生都無可避免，而對此蘇絢慧（2008）在書中定義失落是指「對那些曾經擁有的某個人或某件事，我們再也無法擁有了」，而一個人失去所愛的反應，東西方目前皆以悲傷（grief）來表示，死亡和死亡以外的失落事件皆會引發悲傷反應。當失去所愛之人即是關係的失落，在此可能造成某部分的自我失落（lose of some aspect of self），因為與其互動中投入，在失去這個互動的對象時，所交集的那部分的自我也會不見（Humphrey & Zimpfer, 2007）。因此，失落有時候不只是最初的失落本身而已，還有連帶產生的許多失落要因應。

二、悲傷（grief）

悲傷一詞常伴隨失落出現，Worden(2002)指遭遇失落後四種方面的名詞概念：

- (一) 感覺：悲哀、憤怒、愧疚感與自責、焦慮、孤獨感、疲倦、無助感、驚嚇、渴念、解脫感、放鬆發緊、對聲音敏感、麻木。
- (二) 生理感官知覺：胃部空虛、胸部緊迫、喉嚨發緊、對聲音敏感、一種人格解組的感覺（我走在路上，可是卻沒有一件事看起來是真實的，包括我自己在內）、呼吸急促有窒息感、肌肉軟弱無力、缺乏精力、口乾。
- (三) 認知：不相信、困惑、沉迷於對逝者的思念、感到逝者仍然存在、幻覺。
- (四) 行為反應：失眠、食慾障礙、心不在焉的行為、社會退縮行為、夢到失去的親人、避免提起失去的親人、尋求與呼喚、嘆氣、坐立不安，過動、哭泣、舊地重遊或是攜帶可想起死者的物品、珍藏遺物。

上述為探討悲傷時，常被運用的幾種反應。

三、哀悼（mourning）

Worden(2002)提到哀悼（mourning）是指失落後所發生的過程，也可指一個人在面對他人死亡的適應過程，Attig 認為哀悼就是重新認識這個世界（李開敏等譯，2011）。Rando（1993,p.23）定義哀悼為經由個人的行為文化的公開的哀傷表現，提出哀悼歷程，Corr et al.（2003）將哀悼分為內在與外在兩種類別，內在的哀悼是內心因

應失落與哀傷反應的歷程，外在形式的哀悼指透過公開、與人相互分享彼此的哀傷，集結彼此的力量以獲得支持。

因此哀悼除了是哀悼者個人內在的表達，也與外在的系統、社會有關，是無法獨自完成的。

貳、相關理論

一、特殊失落形成的悲傷

正常的悲傷（normal grief）又被稱單純的悲傷，是指遭遇失落後常見的感覺和行為。Worden(2002)詳盡列出這些悲傷反應是為了提醒這些都是悲傷的正常反應，範圍十分廣泛，特別是對第一次經驗重大失落的人，安慰他們這些乃是正常的必經之路，但是如果這些經驗在哀悼過程後期仍然持續不停地的話，則有可能是困難悲傷反應的指標，而困難悲傷也稱為複雜性悲傷，Worden(2002)將困難的悲傷分為以下四類：

（一）慢性的悲傷反應（chronic grief reactions）：指悲傷過度延長，且未能達到滿意結果的悲傷反應，當事人很清楚自己還沒走過悲傷，因此容易被診斷出來。

（二）延宕的悲傷反應（delayed grief reactions）：又稱被禁止的、壓抑或延後的悲傷反應，源自過去悲傷失落經驗中未能足夠的表現。因此當失落再度發生時，情緒反應特別強烈過令人無法負荷的，而使悲傷反應延宕。

（三）誇大的悲傷反應（exaggerated grief reactions）：也稱為潛抑的悲傷，因無法負荷強烈悲傷而產生不合理或適應行為，包括失落後發生的精神疾病、憂鬱、創傷後壓力症候群（PTSD）、躁症。

（四）偽裝的悲傷反應（masked grief reactions）：不允許自己悲傷，否認自己的症狀或不適應行為和失落有關，所以喬裝成生理症狀、隱藏在某些適應不良的行為之下、精神症狀如無法解釋的沮喪，失控的情緒與行為，以及適應不良的行為。

Worden(2002)及 Kubler-Ross（1983）列出幾種特殊失落形成的悲傷需要額外的理解及處遇上的修正，這些造成遺族不同的困擾，甚至這些創傷性的死亡等同於複雜性悲傷的因素（Rando,1995），以下幾種狀況是需要特別注意的：

（一）自殺：

許多研究指出，自殺遺族很可能比自然死亡或意外死亡的親友親歷不同或更複雜的悲傷，容易呈現複雜性悲傷反應，複雜性悲傷即無法正常的悲傷，因自殺留給親人

的是一種特殊的悲傷，除了愧疚跟憤怒外，還有羞愧感（呂欣芹、方俊凱、林綺雲，2007）研究發現自殺者遺族整體悲傷反應的特徵，包含：震驚、困惑、憤怒與罪惡感、懷抱悲傷、無意義、緘默；可能進一步形成壓抑、尋找、怪罪、憂鬱、絕望、孤獨的危機。陳增穎、顏原達（2019）探討由於社會的污名化與社會不賦予遺族特有的悲傷權利，許多人在逝者過世後，發現他們很難得到應有的安慰或支持，使得他們的悲傷反應不為世人所瞭解。

（二）突發、非預期死亡：

突然死亡由於事發無先兆，往往需要特別的了解與處理，雖然自殺也屬於此類，但猝死的原因有可能是意外、被害、已知或未知的疾病等等需要討論，因猝死往往出乎預料，看似健康或快要復原的人也可能因病突然過世，對有些人而言，親人死得越突然，悲傷的期間愈長久，否定期必然延長，因為你完全沒有機會與親近的人道別。

（三）可預防的死亡

（四）孩子：

只要懂得愛便懂得悲傷，但孩子的往往被遺忘，很多人誤以為孩子沒有足夠的能力或經驗理解親人的死亡，因此導致對於死亡有所誤解。

而國內現今偶像崇拜現象十分盛行，偶像在每位粉絲心中有著重要的地位，那不可否認當偶像這個存在消失，粉絲也可能感到衝擊跟失落，因此看待偶像死亡的影響需要跟隨時代轉變，或許不只是父母師長，粉絲在面對偶像死亡的哀傷也是需要學習與引導的。根據過去研究，悲傷相關研究大多是針對喪親者，關於偶像死亡的學術資料則有待探討。

唯有紐約時報一則文章提「How to Help a Teenager Handle the Death of an Idol」（Daniels，2019年12月19日）報導偶像死亡的議題，文中指出有別於過去名人的死亡，因為時代的變遷、社群軟體的使用，青少年可以從網絡平台獲取偶像的即時資訊，將彼此聯繫一起，也將偶像視為是情感跟生活的一部分，因此提醒父母應該接納偶像死亡會對青少年的生活帶來改變，並且鼓勵父母重視並理解孩子在偶像死亡之後的悲傷。

二、哀悼相關理論

許多學者提出關於哀悼過程的階段、時期與任務。相關理論的研究如下：

（一）階段論

從階段檢視哀悼過程，最知名的莫過於 Kubler-Ross（1983）的臨終五階段理論：否認（denial）、憤怒（anger）、討價還價（bargaining）、沮喪（depression）、接受（acceptance），多年來不斷演變，Kessler（2019）新增「找尋意義（Finding Meaning）」作為悲傷轉化的第六階段、也是最終關鍵。這些階段同樣適用於面對生命歷程中的各種災難，不只是面對死亡才有，且因悲傷是失落痛苦與情感的斷裂而產生強烈的情緒反應，五階段論遭到許多誤解，本試圖描繪出許多人面對失落的反應，並非簡化複雜的情緒，因此強調並不是每個人都會經歷所有的階段或依序發生，每個人的反應會因經驗不同而異，悲傷是很個人的，正如每個人的人生經歷都是獨一無二，並建議我們應學習接受悲傷，慢慢釐清自己的感覺，然後繼續人生的旅程，Kubler-Ross（1983）也建議哀悼者藉由整理遺物或是錄影留念，是近年來處理失落的一項新工具，或是寫一封信也是可以採取的方法。

而喪禮儀式在不同文化中皆有不同面貌，但功能皆是處理遺族面對親人死亡艱難時刻以及給予一個機會向逝者道別與傳遞內心想法，對於促進哀傷歷程十分重要（吳秀碧，2016）。洪雅琴（2013）認為傳統喪葬儀式蘊含了悲傷哀悼與文化療癒功能，具體內涵包含（1）儀式和程序協助家屬確認並接受親人死亡的事實（2）儀式抑制了家屬個別性的哀悼情緒，但也催化了集體悲悼情緒的宣洩（3）傳統喪葬儀式建置了悲悼療癒的空間（4）治喪事宜使家屬獲得親友的實質照顧與心理支持（5）家屬在儀式中經歷其與逝去親人關係的轉化與再連結（6）華人家庭呈現出避談生死、恐懼死亡的態度。鍾文佳、郭怡芬、夏允中（2019）針對儒釋道喪禮儀式，如何幫助喪親者完成悲傷療癒，此歷程提出在喪禮儀式中達成的悲傷任務分別是：（1）接納失落事實（2）體驗悲傷之苦（3）適應往生者不存在的事實（4）在新生活中找到並持續與往生者有嶄新的連結。

（二）任務論

Worden（2012）認為我們能更主動面對悲傷，在失落後為重建平衡，必須適應失落帶來的悲傷，且個體需完成四項任務，哀悼的四項任務如下：

1. 第一任務：接受失落的事實
2. 第二任務：處理悲傷的痛苦
3. 第三任務：重新適應一個逝者不存在的世界。

失落之後，面對曾經擁有的不再擁有，失落會對個體造成生命意義的衝擊，在面對失落的同時，重新認識世界與自己，若在此任務抗拒，則可能影響其哀悼。

4. 第四任務：參與新生活中找到和逝者永恆的連結

在重新定義與逝者的關係後，並將將情緒的活力重新投注在其他關係上，所以若能將重心與情感投注在新生活中，代表完成哀悼歷程，若未完成，則可能妨礙新關係的發展。

哀悼是一個動態且持續的過程，是調適失落的必經過程，這些任務需要不斷的處理，盡可能完成，因為不完全的悲傷有可能會阻礙了生命進一步的成長與發展。另外，精神分析論也認為潛抑哀傷將會導致心理問題，哀悼與憂鬱的差異在若能面對失落並表達哀傷，承認自己的失落時，才能夠重新擁有所失去的人事物，因此當人可以哀悼其失落，失去的客體便能重新存活於哀悼者心理，這個過程使哀悼者的內在世界變得更豐富，也藉此平復失落帶來的哀傷。相對的，當一個人無法哀悼時，就可能導致憂鬱（樊雪梅等譯，2004）。

（三）雙軌歷程模式

在原本的任務論，一些學者增加了「如何」及「何時要完成」，像是 Stroebe & Schut（1999）的「雙軌歷程模式（dual process model）」認為人要同時失落跟復原是不可能的，因此人總是在這兩個面向間擺盪，失落導向壓力源把焦點放在逝者身上，涉及的悲傷工作包括：分離的苦惱、失落意義的評估，以及在失去後重新定位逝者；復原導向壓力源涉及掌握技巧、改變認同，和其他社會心理轉移與改變，這包括了再建構被粉碎的對自我和世界，而這些任務是來回擺盪、同時進行。

因此，哀悼在悲傷調適中扮演十分重要的角色，而且面對失落的同時，也需面臨關係的斷裂、活在沒有逝者的新的世界、自我的生命意義等等，不單只是失落事件本身而已。

三、悲傷剝奪（disenfranchised grief）

（一）定義與種類

悲傷剝奪（disenfranchised grief）為 Doka 於 1989 年所創，提出了三種悲傷剝奪類型，指哀悼者失去生命中不被社會認可的關係，也譯為「被褫奪的悲傷」（李開敏等譯，2011）。Doka（2002）擴充提出目前的五種悲傷剝奪的種類（引自李琇婷，2009）：

1.關係不被認可 (relationship is not recognized)

可能發生在親屬關係之外的對象，悲傷者與亡者的關係並非被社會所認可的關係，這種非親屬的親密關係不被了解或覺察。例如：同志伴侶、婚姻中的外遇對象等。Doka (2002,p.10-17) 擴充了非親屬關係的種類，如：朋友、戀人、養父母、繼父母、同事、室友、師生、前夫(妻)、同居伴侶及同性戀等不被社會所認可之關係。

2.失落事件不被認可 (loss is not acknowledged) :

指有些失落事件不被社會定義為重要，例如：流產、墮胎或是寵物的死亡，以及被認定的心理社會上的死亡之精神疾患 (psychosocial death)、生理上腦部、或重大人格轉變。

3. 悲傷能力不被認可(the griever is not recognized):

當悲傷者不被社會認可擁有悲傷的能力，例如老人、孩子或是智能不足、精神疾患者。

4.死亡形式不被允許 (circumstances of the death) :

某些特殊死亡的狀況，可能造成悲傷剝奪，例如自殺遺族，或是 AIDS 等汙名化的死亡，還有一些引發焦慮的方式，如自殺、傷殘、孩子的死亡及令人困窘的死亡，如情殺或兇殺。另外，媒體的負面評價，以致悲傷更可能被剝奪，Doka(2002)指在某些在某些失落，媒體不只沒有協助撫平傷痛，還造成干擾，有時甚至使之複雜化，甚至雪上加霜，悲傷更可能被剝奪，報導這些事件是新聞媒體的責任，但也有責任去思考他們的報導對大眾的影響。

5.過度悲傷不被支持 ((ways individuals grieve)):

Doka(2002)認為，個體表達悲傷的方式也可能導致悲傷剝奪，有些人比較直覺的方式 (intuitive way)，直覺型的人傾向以情感的波動來經歷悲傷，他們可藉由分享或公開討論失落來表現悲傷、以較深刻的情感來表達悲傷；另外，有些人則傾向以比較生理、認知或行為的工具性方式 (instrumental way) 來表達悲傷。直覺型的方式以強烈的情緒表達悲傷，通常會在悲傷的後期被剝奪，特別是在職場文化中，持續的情緒可能引起他人不安；而工具性方式則在悲傷歷程的早期被剝奪，因為其缺乏強烈的情緒反應，被認為是否是否認或壓抑，因此過於強烈或過於壓抑，都是不被支持的悲傷方式。

(二) 被剝奪的原因

Doka 提出有如此被剝奪感的可能原因，第一個可能是你沒有設法讓自己獲得支持，因無法說出口的關係，或是對於悲傷感到羞恥，阻礙自己尋求支持；羞恥有時來自精神層面，例如有些信仰譴責同性戀和婚外情，此時與諮商師探索內心的衝突與掙扎能協助你找到方法。第二個同理心不足的原因是你的人際網絡不支持你，包含親朋好友或是更大社區在內的人們拒絕同情，因為他們自己的宗教或個人觀點反對支持。第三個是其他人可能根本不了解這種感情，有時候你必須夠勇敢與別人分享你的感受並尋求支持（林麗冠譯，2018）。

而偶像自殺死亡同時符合悲傷剝奪中的名人的死亡以及自殺形式的死亡。Doka（2016）提到每一段關係的失落都足以對其生命造成影響，也強調死亡並非造成失落的唯一原因，任何形式的失落皆會引發悲傷，身為人類的我們會在情感上投注或依戀許多不同的人物，每當這些情感被切斷就會悲傷，但我們也會為關係的中斷悲傷，為自己素未謀面的人物隕歿而哀嘆。因此，提出「悲傷是親人的專利?」、「誰才有資格悲傷?」這兩個問題來思考因為關係不被認可而被剝奪的悲傷（林麗冠譯，2018）。

但哀悼並非個人可以完成。悲傷被剝奪代表著社會態度不支持一些利於哀悼的方式，如參加喪禮、傾訴、工作上准予請假，以及宗教支持，這代表著社會帶著價值眼光來看待這個悲傷。所以，「悲傷剝奪」的概念，就是社會與文化社群，以有形或無形的方式來否定或不認可個人、家庭或特殊團體的悲傷表達（Corr, 1999）。

林綺雲（2005）探討社會文化與悲傷反應提到「被剝奪的悲傷」是指我們經驗與表達悲傷的方式是在實行社會期望。社會甚至提供「悲傷規則（grieving rules）」，規定何種失落可以悲傷以及悲傷的方式，違反這些規則的悲傷是不被支持與接受的。舉一個例子：一個哀悼者的外遇對象死了，若他們的私情未公開，哀悼者將不會被邀參加死者的喪禮，也可能無法得到多數人在喪親後所需要的社會支持。有些生活方式不被社會認可，且其朋友或情人可能被死者的家屬排斥。這些就是被社會文化剝奪的悲傷（李開敏等譯，2011；林麗冠譯，2018；黃菊珍、吳庶深，2008），而文化上，華人家庭呈現出避談生死、恐懼死亡的態度（洪雅琴，2013）。

因此偶像與粉絲之間的關係是否為社會大眾所認可，也可能影響粉絲能否表達其悲傷，粉絲的悲傷可能被剝奪，而導致後續喪慟剝奪，影響悲傷的疏通跟歷程的進展。如同 Doka（2016）提到的，因為社會禁止我們為這類失落表現負面情緒，有時候甚至連我們都低估或忘記了自己的痛苦，我們在感到悲傷的同時，也相信自己沒有為它們傷感的權利，我們經常默默承受痛苦，不知道為什麼會有這些反應，也不了解這

些反應的來龍去脈，而且幾乎得不到支持與認可（林麗冠譯，2018）。研究者觀察在粉絲因為偶像死亡而悲傷時，很多身邊的人會對此感到疑惑：怎麼偶像的死會令人這麼悲傷？甚至是質疑，相對的，因為不是每個人都有過追星經驗，在陪伴遭遇偶像死亡、正在經歷悲傷的粉絲時，該如何協助，而又有哪一些是陪伴者需要注意的，似乎也有待釐清。

在迷文化中，臺灣的韓劇迷與歌迷會否認自己身為粉絲的身分，對於迷身分產生懷疑跟抗拒，否認自己是粉絲的一員不輕易地在外人面前表現出迷的現象（李怡瑩，2014）。韓國演藝迷中，像是裴勇俊粉絲在家人間較無法隱藏，但部分師奶不願透露給他人知道（饒怡雲，2006）。即使內心多半還是認同所述文本偶像的表現，受訪者表示若輕易地外露出對迷文本的關注與喜愛之情，則容易被認為是不具如精英階層般的理性，也較容易被誤認為是盲目的迷群，其實顯現了迷對偶像的喜愛情緒表達多半是壓抑的（張惠嵐，2008），這也可能導致無法表達、因而影響悲傷的歷程。

（三）國內悲傷剝奪相關研究

針對關係不被認可的悲傷剝奪經驗，國內悲傷輔導領域對此部分較少探討，目前搜尋相關研究，主要有探討諮商心理師協助企圖自殺者（李琇婷，2009）、護理人員面臨病患死亡（顏素卿，2004；涂麗君，2010）、女同性戀者在伴侶死亡（詹宗儀，2015）之悲傷剝奪經驗。書籍部分，則有黃菊珍與吳庶深著之《剝奪的悲傷：新生兒死亡父母親的悲傷與輔導》，於書中探討父母面對新生兒早夭的經驗（黃菊珍、吳庶深，2008）；而由於名人的死亡也於近期所新增，因此仍有待探討。

Doka(2002)建議正在經歷此類悲傷剝奪的失落者，有效的介入是幫助他們可以談論自己，探索對死亡的想法和感受，以再度擁有悲傷的權力，透過幫助自己也幫助別人經歷哀慟，以及可以用創造儀式來替代與分散哀傷的注意力。除了悲傷的當事者以外，Winokuer（2015）強調陪伴是處遇喪慟者時最重要的治療原則（陳增穎譯，2016）。

第三章 研究方法

第一節 研究取向

對質性研究者來說，每個觀點都有其特殊之處及價值，當代質性研究涵蓋主題可謂包羅萬象、廣泛觸及人生百態：一方面，稀鬆平常的家常大小事物無所不包；另一方面，千奇百怪的玄奧議題無奇不有（李政賢譯，2014）。相對於量化研究運用標準化的測驗，使用數字呈現人類的觀點跟經驗，質性研究能夠針對議題深入探究，使進行更具深度、開放及詳盡（吳芝儀、李奉儒，2008）。

由迷文化可以看到粉絲的投入跟情感，偶像是日常的一部分，絕對是生命的重要章節，當偶像死亡，粉絲可能有不同的反應，有的持續追隨，有的消散，而這些後續狀況更需個別探究。王文科、王智弘（2002）指出：「敘事研究屬於具有特性的質的研究，典型上它聚焦於研究單一的個人，透過蒐集故事、個人經驗報告等資料，以探討那些經驗的意義。」由於悲傷具有個別差異，且每個人的生活跟經歷不同，悲傷歷程也都是具獨特性，為深入了解每位粉絲經歷偶像自殺死亡的悲傷經驗，本研究以質性研究方法之敘事研究進行，同時採用深度訪談法進行資料蒐集。深度訪談法（in-depth interviews）為人們在生活中，如何構思他們的世界，及解釋重要的事件或「賦予意義」（王文科、王智弘譯，2002）。因此採用訪談、對話形式，建構出此事件對受訪者的意義，以貼近、保留其生命經驗，使其被看見、得以保存。

每個粉絲都有自己獨一無二的故事，於網路上搜尋可以輕易找到許多粉絲分享的心路歷程，紀錄追星過程所見所聞，但目前國內還尚無關於粉絲因偶像死亡之悲傷研究，因此以質性研究為取向，從粉絲個別的故事中，深入探討偶像死亡的影響跟悲傷歷程。

第二節 研究參與者

一、研究參與者

因為粉絲族群中涵蓋形形色色的迷，有其獨特的生命故事，一邊摸索如何找到適合的粉絲，一邊先在網路上徵求參與研究的粉絲，預設的受訪者的條件如下：

- (一) 曾有或是現在仍有追星行為之粉絲。
- (二) 偶像是韓國藝人。
- (三) 上述偶像因生病、自殺或他殺、意外等非預期死亡，心理無法預先準備。
- (四) 願意並且能夠分享自身經驗。

找尋訪談對象時，需找到剛好遭遇偶像死亡符合首要條件，但又要以何種標準找到具有一定程度追星的粉絲參與研究，同時在遭遇偶像的死亡後還願意談論，是一開始的難題。在初審結束後決定要聚焦韓國偶像，七月在網路招募受訪者時，非常擔憂無人願意參與研究而感到十分茫然，於是我想到 A，在剛關注韓國影視就曾看過這位鐘鉉粉絲的追星紀錄跟分享，於是決定不再等待，鼓起勇氣主動寫信邀請 A，沒想到隔天一早就得到回覆，這回應彷彿一道曙光，令人振奮。而在我繼續尋找受訪者時，仍然擔憂如何找到適切的人選，幸運的是在訪談結束後，A 還推薦粉絲朋友 B 給研究者，B 同時推薦 C 一同前來。

在網路招募的同時，陸續有幾位粉絲回應，聯繫後發現皆為韓國團體 SHINee 的粉絲，成員鐘鉉於 2017 年自殺身亡。在收案時認為此現象亦值得探究，因此本研究受訪者偶像皆為同一位，在此前提下，透過選擇特定偶像，增加受訪者之間的比較性。

研究對象皆為女性，皆有跨國追星、策畫應援活動、經營推廣粉絲專頁的經驗。符合名詞釋義中，具有追星經驗之韓國偶像粉絲，達到 Abercrombie 與 Longhurst (1998) 迷光譜定義中的狂熱者等級，追隨更特定的明星、使用特定媒體並具規模之社群組織，在經歷偶像死亡，願意分享其經驗且同意錄音者，過程可能觸及參與者過去或正在經歷的悲傷事件，因此以參與者的意願做為優先考量。由於粉絲圈看似封閉，實則因網路社群發達，許多開放公開的資訊，且受訪者曾有組織應援經驗，故部分資訊可能被辨識，為避免造成受訪者困擾，相關特徵做模糊處理。另外受訪者提到身邊有粉絲朋友身心狀況不適宜訪談，但研究者收案可能無從了解，因此透過受訪者尋找到較深入且現階段能夠負荷談論的粉絲為優先受案，並持續關注。

研究參與者資訊整理如表二：

表 2. 研究參與者資訊表

代稱	A	B	C
性別	女	女	女
出生	1989	1993	1993
受訪時年齡	31	27	26
職業	企業上班族	醫院行政	護理師
追 SHINee 起始時間	2010 年左右	2010 年底 2011 年初	2010 年底 2011 年初
訪談時間	2020 年 9 月 12 日	2020 年 10 月 10 日	2020 年 10 月 10 日
訪談長度	105 分鐘	120 分鐘	118 分鐘

二、研究參與者的偶像簡介

SHINee 為韓國偶像團體，隸屬於 SM 娛樂，包括溫流、鐘鉉、KEY、珉豪及泰民，官方歌迷名為 SHINee WORLD，縮寫「S.W.」/「Shawol」，韓文為「샤이니 월드」。2013 年拿下大賞，具一席之地。成員除了專輯外，也參與許多綜藝、戲劇等節目。團體跟個人也積極發展，前期頻繁來台活動，累積穩定且具規模的迷群，因此得以找到長久支持的忠實粉絲。在臺灣有在關注韓星的人們也深受衝擊，在報導鐘鉉自殺消息時，Ptt 韓星板超過 5000 人次上線瀏覽，達到藍爆紀錄。另外，世界各地的粉絲自主發起追思活動。在臺灣，粉絲在台北 101 大樓以跑馬燈弔念，並集結歌唱哀悼。SM 娛樂也設置靈堂提供歌迷前往悼念，在出殯當天，有許多藝人跟粉絲到場送最後一程，後續家人成立基金會，粉絲也集資讓鐘鉉歌曲在排行榜上逆行，年末時的頒獎典禮，鐘鉉的遺作得獎，用各種方式來懷念。在臺灣，也持續有粉絲自主舉辦紀念活動。

第三節 研究工具

一、研究者

研究者大學時就讀輔導與諮商學系，目前為生死學研究所研究生。大學時曾修習心理學、輔導與諮商、悲傷輔導、教育研究法、表達性藝術治療、諮商實習等課程；研究所時修習質性研究方法、生死學議題等課程。對於生死、悲傷議題與質性研究法有基礎理論知識。

另外，研究者有追星經驗，對偶像帶來之影響抱持肯定態度。觀察身邊朋友、學生與新聞報導，深感偶像崇拜現象普遍，每個時代都有追星的人們，且粉絲大多從求學時代開始追隨偶像，直到成年等人生階段轉換，追星早已滲透生活當中、甚至長達數年之久，周遭人事物換星移，追隨的偶像卻一直不變，從年少見證偶像崛起至當紅，共創許多歡笑與淚水的回憶，而偶像的作品、影片及一言一行，粉絲都能如數家珍。因此也思考這樣的情感面臨偶像突然死亡的心路歷程及現況為何。

二、研究參與同意書（附錄一）

為維護研究倫理與受訪者的之權益，以書面呈現研究者、研究主題、研究同意等事項提供給受訪者，並邀請其簽名同意參與本研究。

三、訪談大綱（附錄二）

本研究採用半結構式訪談，研究者初步擬定訪談大綱，接著透過與指導教授交流討論，進一步修訂訪談大綱。進行正式研究前，進行演練，最後更聚焦本研究關注的內容，修正出最後版本之訪談大綱。

前導研究訪談大綱：

- （一）成為粉絲的過程（從何時開始追星、歷程）
- （二）得知偶像自殺死亡後的經驗（得知的反應、情緒、生理等為何）
- （三）哀悼經驗
- （四）悲傷剝奪經驗

四、錄音設備

本研究採用半結構式深度訪談法，為完整保存訪談過程，以及資料完整性，將使用錄音器材，會在事前說明研究參與同意書時，一併徵求受訪者同意後實施。

第四節 研究流程

根據本研究之研究動機與目的，形成研究流程，分為五個主要階段，分別為：研究前準備、前導研究、正式研究、研究資料整理分析、研究完成階段，如下圖所示。

一、研究準備階段

此階段首先閱讀相關文獻，對研究主題有較深入的認識，根據文獻探討得出的概念訂出題目與訪談大綱，並與指導教授討論。

二、前導研究階段

為了測試訪談大綱，也熟悉研究的進行，以初版的訪談大綱訪談一位資深鳳飛飛歌迷，將此練習作反思。

（一）前導研究結果概述

訪談過程中，雖然距離鳳飛飛離世已八年，追星年資三十多年的許多細節需要回想，但受訪者對每個問題都十分用心準備，對於偶像的美好回憶還是津津樂道，也因人生閱歷豐富，對偶像的離去有自己的調適。在此次訪談中更深刻感受到偶像即使離去，在粉絲心中仍舊不減當年的風采，始終永存於心。

（二）前導研究反思

1. 調整研究方向、限定研究對象

初審前，對於研究對象無特別限定族群，故前導研究訪談一位資深鳳迷，追星數三十餘年間持續參與演唱會、加入官方俱樂部、購買紀念專輯等實際支持鳳姐。對於後續訪談對象則預設韓國偶像的粉絲，摸索著如何進行。

另外，初審委員強調追星文化有其時代背景，例如鳳迷的現象其來有自，對此研究者也感受到自身限制，因未能身在那樣的年代，沒有實際參與觀察這些熱潮，最基本的如音樂作品或是節目名稱感到陌生外，不理解隱含在偶像與粉絲間彼此才能理解的重要默契，若是圈外人可能就疏忽這些隱微細節，而無法意會這句話背後傳達的意思，受訪者有時還需說明讓我理解，還有整體時代脈絡的流行等，對此也影響資料的蒐集。最後在初審委員的建議之下，予以修正為更聚焦粉絲的族群，也對受訪者的條件做篩選，因此限定以追隨韓國偶像、並達到迷光譜較高等級的粉絲作為正式研究的受訪對象。

2. 需加強訪談技巧

在前導研究訪談中，過程感到十分緊張的同時與受訪者對談，話題是否結束或還需開展延伸，思考著如何挖掘豐富又深入的資料、讓受訪者能盡情暢談、甚至能藉由述說療癒一部分的內在是最遠大理想的目標。另外，發現研究大綱十分重要，因受訪者十分用心準備，在紙上備註要說的話，甚至詢問悲傷剝奪是什麼意思，若能善用研究工具有脈絡的設計問題，能有效幫助受訪者回想，挖掘更豐富精實的資料。

三、正式研究階段

(一) 確定研究參與者

本研究主要透過以下方式招募研究參與者：

- 1.於網路尋找符合條件之粉絲，並透過網路邀請並說明來意與研究內容，詢問訪談的意願。
- 2.透過網路進行招募，將訊息發布至網站。
- 3.透過研究參與者將相關資訊轉知有相關經驗的粉絲。

以上取得聯繫之對象，經過初步聯絡，確認符合選取標準並取得同意後，成為本研究對象。

在此階段尋覓參與者是讓最為茫然的，懷疑是否有粉絲願意來談，尤其要對一位陌生人說更難以啟齒，於是想起那位鐘鉉粉絲 A，決定先寫信詢問，幸運的有了第一位參與者。由於 A 在訪談結束後關心論文後續發展，建議我應找具代表性的粉絲，否則訪談內容無法採用，而我也坦言這個困境而向 A 求助，表示除了擔心接下來網路招募沒人願意參加，以及難以確認前來的粉絲之追星資歷是否具代表性、其心理狀態是否適合進行深度訪談，因為確實有粉絲的心理健康出現問題的，故 A 介紹 B，B 再介紹 C，故三位研究對象以滾雪球方式，透過彼此推薦進而獲得聯繫方式、參與研究。

(二) 進行訪談

此階段最主要進行深度訪談，以蒐集重要的文本資料。在環境上，選擇一個安靜不受干擾的安全空間進行，因涉及悲傷經驗，故研究者於受訪者所在城市租借布置較為溫馨的小型商務用會議室，與受訪者在此隱密空間會談時不被影響。每位研究參與者進行各一次約兩個小時的訪談。

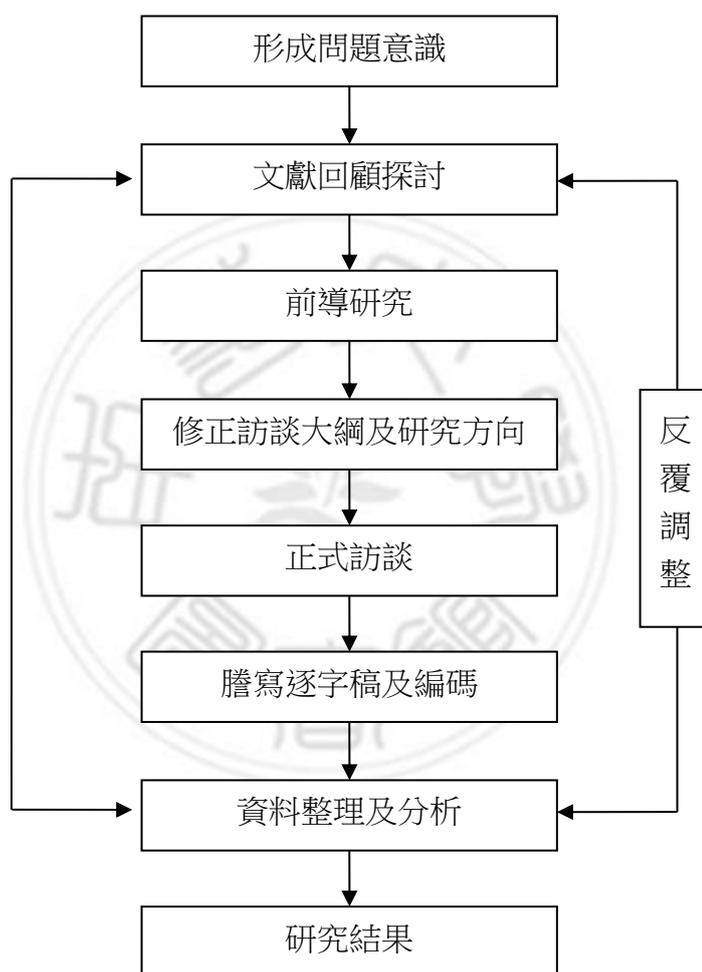
(三) 研究資料整理與分析

此階段將訪談所得資料進行篩選，以文獻探討為依據，找出有關的重要主題，再

進行歸納，並持續針對文獻資料做探討。

四、研究流程

根據問題意識開始進行文獻回顧探討，針對研究主題之目的及問題先進行前導研究，並依據初審委員建議後予以修正調整，確定研究架構後進行正式研究，過程反覆檢視修正，本研究流程如下：



圖一 研究流程

第五節 資料蒐集與分析

本研究採用敘事研究，透過受訪者之整體故事，以「類別－內容」整理資料分析，了解粉絲與偶像的關係與在經歷偶像自殺死亡後的悲傷跟哀悼經驗。

訪談約進行兩小時，同時予以錄音。訪談結束後，將錄音內容轉為逐字稿，以文字呈現並重複檢視後，選取與研究題目有關聯的內容依照順序編碼，形成主題及意義單元。以此資料分析受訪者的經歷對生活的影響及反應，與此失落的內涵與意義。

逐字稿編碼範例如表三：

表三 逐字稿編碼表

編碼順序	
第一層	受訪者編號：A、B、C
第二層	受訪者的訪談段落編碼：001、002、003、
第三層	受訪者的訪談段落中的第一個有意義的斷句 1、2、3
範例 1	A-001-1：A 受訪者訪談的第一段落中的第一個有意義斷句
範例 2	B-002-2：B 受訪者訪談的第二段落中的第二個有意義斷句

第六節 研究嚴謹度

嚴謹意謂著在運用研究方法時，嚴格且維持一貫邏輯，遵守預定的抽樣計畫，並且在分析資料時不受不同觀點所左右。質性研究的品質可能就是奠基於此（張可婷譯，2009）。本研究參考胡幼慧與姚美華（1996）提出以可信性/確實性、可轉換性/遷移性、可靠性及可確認性等四個層面來檢核質性研究之信、效度：

一、可信性/確實性(credibility)

即內在效度，胡幼慧及姚美華（1996）認為增加資料的真實性可以透過研究同儕

的參與討論、相異個案資料的收集、輔助工具的運用、及資料的再驗證來加以檢核。由於在本研究藉由訪談三位粉絲獲得資料，因此在資料蒐集及分析部份與研究參與者確認及與指導教授討論。

二、可轉換性/遷移性(transferability)

即外在效度。將所收集有關研究對象感受與經驗的資料轉換為文字的陳述。在本研究中，研究者將訪談錄音撰寫成逐字稿，並與研究參與者確認訪談之錄音檔與逐字稿內容。本研究為使資料能夠顧及深度跟有效性，先確認受訪者意願，並先提供訪談大綱給受訪者，以防受訪者對受訪題目感到陌生與困惑，確保資料蒐集的可用性。在訪談結束後，將逐字稿及研究內容與受訪者確認是否有出入。

三、可靠性(dependability)

即信度。研究者必須將研究與研究步驟加以說明，供判斷資料的可靠性,並且使用低推論性的描述。為提高本就之信度，訪談結束謄寫逐字稿與分析資料後，皆與受訪者核對資料，避免遺漏，也確認摘錄內容及分析內容與受訪者要表達無差異，符合所呈現原始資料。

四、可確認性(confirmability)

指從研究過程中獲得值得信賴的資料，相當於量化研究的「客觀性」。強調研究的發現是來自於受訪者所提供的資料，並於研究情境盡量做到客觀與價值中立，而不是來自研究者本身的偏見、個人觀點與動機。因此研究者必須小心謹慎注意研究中的倫理議題，避免為了獲得值得信賴的資料而罔顧研究倫理，並將反省的內容與疑惑，與指導教授及研究協同者進行討論，以確認研究的可確認性。在此研究者也應與指導教授及協同研究者討論，注意自己的立場，隨時自我反省，以防陷入主觀與不當使用資料，以保研究結果的客觀。

第七節 研究倫理

為了預防濫用研究的事例發生，因而建立研究準則，研究倫理是為了制度化防範不道德研究的重要步驟。而質性研究的倫理問題更遍及整個設計以及執行過程（張可婷譯，2009）。參考人體試驗委員會（IRB）及 Seidman(2006)整理的深度訪談知情同意書之八大組成要件（李政賢譯，2009），針對本研究倫理等事項進行說明：

一、研究的主要內容：

清楚說明此研究的目的是與進行方式。研究者在邀請時自我介紹並說明論文主題與說明來意，於正式訪談前確認是否充分理解同意書的文字敘述，也事先提供訪談大綱，訪談結束後說明後續會再提供逐字稿檢核確認。

二、可能的危險：

說明可能造成的危害或不舒服，因研究主題的某些話題可能造成不舒服，尤其研究可能觸及過往或正在經歷的悲傷經驗，表明可能造成的風險及揭露的影響。

三、與談者的權力：

與談者必須完全出於自願參與，因此，最終極的權力是拒絕參與。研究者於訪談前提到尊重受訪者意願，若對於問題抗拒亦不需勉強回答，可放心於任何時間退出研究，錄音等內容會保密並銷毀。

四、可能的獲益：

說明受訪者參與訪談可能獲得的好處，應合宜中肯。向研究參與者說明因為國內尚無粉絲因偶像死亡的悲傷研究，透過訪談得以提供學術上對於此議題的觀點、讓更多人有機會了解這樣的經驗，也於招募時預告訪談結束會提供訪談費用。

五、訪談資料的保密：

除了針對受訪者的個人身分隱私嚴格保密，也確實交代保密的限度。由於本研究受訪者皆為韓國團體 SHINee 之粉絲，部分個人資訊及訪談內容可能被辨認，為預防資訊被認出會以匿名處理，在與受訪者討論後將部分情節與可能透露身分的內容變更處理，也誠實告知仍有其風險，但會盡最大努力調整以保護受訪者。

六、研究成果的傳布：

關於此研究會如何發表、分享成果，例如：學位論文、研討會等形式。研究者告知此訪談為學位論文，若完成後會上傳博碩士論文網，成為公開內容。

七、研究者聯絡資訊：

如受訪者對於個人權利及研究有任何疑問，可以手機跟通訊軟體聯絡研究者。由於研究主題探討失落及悲傷經驗，較為敏感甚至可能觸及個人過去生命議題，研究者於訪談前評估受訪者現況適不適宜，對於已接受訪談者，若需要進一步的協助，可透過通訊軟體提供相關資源及管道，如受訪者所在地之諮商機構與醫院，並可隨時與研究者聯絡，而在研究結束前，三位研究參與者均無提出此需求。

本研究參與者為經歷韓國偶像自殺死亡之粉絲，關於其哀傷經驗較為私密，可能揭露及觸碰過去悲傷經驗，研究過程遵守上述研究倫理，將可辨識之資料內容妥善保存及匿名處理，同時告知隨時可以決定退出研究，也提供轉介資源，確認參與者知情後予以簽名同意再進行研究。





第四章 研究結果與討論

本研究主要目的在探討粉絲經歷偶像自殺死亡之悲傷反應與哀悼歷程，偶像是粉絲追星的對象，了解粉絲的悲傷經驗前要先了解粉絲與偶像的關係及情感如何建立維繫，偶像在粉絲心中是什麼樣的存在，而這樣的關係在遭偶像的自殺，粉絲的悲傷反應及哀悼歷程的經驗又是如何。

由於每位粉絲的故事皆是獨一無二，受訪者橫跨近十年的追星故事佔據生命三分之一，已無法一一細說。先以研究者的視角做為引言，從受訪者整體故事了解其對偶像的情感，以及追星是如何滲透生活當中，偶像在自己心中的意義為何，以及後續在面臨偶像殺死亡的悲傷及哀悼經驗。在最後放入故事完成後，受訪者的回饋，以及在論文完成前，邀請受訪者留言給讀者及粉絲朋友。

第一節至第三節，依序是三位研究參與者 A、B、C 之整體故事，第四節則為跨個案研究討論。

第一節 A 的故事

前言、研究者對 A 的整體映像

第一位參與者 A 是鐘鉉的頭號粉絲，是我想記錄粉絲故事的開始。

訪談 A 前，真的期待又緊張，實際見面後覺察到我是圈外人，讓我深深體會到自身的限制，也提醒了我對粉絲的偏見，而粉絲們也是血肉之軀，好似我們都用這種心態看待追星的人，若沒覺察很可能不知不覺傷害粉絲。

雖然 A 不認識我，但因為我在好幾年前看過 A 在網路上分享追星的故事，感到十分羨慕。只是多年後，突然傳來鐘鉉自殺的消息，連我都感到驚訝，難以想像追隨多年的粉絲該有多震驚難過，卻看到 A 自主籌辦追思活動，這讓我很佩服，同時也想著將這些故事寫成論文，又擔憂這樣的動機是否失禮、打擾到 A。想了很久後，在許多名人離去的 2020 年，決定鼓起勇氣寫信詢問 A，很幸運的在隔天一早得到回覆，A 除了爽快答應外，還邀請我參與一場紀念會。

當天，我在角落默默感受紀念會的氛圍，過程有哭有笑，粉絲仍是如想念。活動結束後，A 帶著我在臺北穿梭小巷找尋租借的地點。訪談時，A 提供許多幫助，總是不厭其煩的回應，表達也非常精采有趣，還以實際例子確認我是否理解，事後聽著錄音檔，對於我生疏的訪談感到汗顏，更加感謝 A 的包容，甚至尾聲 A 說著自己真的毫無保留了，何其榮幸能記錄這段歡笑淚水交織的生命故事。而論文產出的過程不時有放棄的念頭，後續在尋覓適切的訪談對象時，A 介紹粉絲朋友 B 參與，才得以繼續前進。A 如同靠山般的存在，在一路跌跌撞撞中，指引著我前進，是一切的開始，更是關鍵。

壹、鐘鉉與 A 的生命交會之處

一、置身處境：獨自在他鄉求學工作，偶像成為完美形象的陪伴

(一) 從小離鄉背井

A 是個堅強獨立的獅子座女孩，從 13 歲開始離家到外地求學，小時候就喜歡看娛樂版，也會關注一些明星藝人。在臺灣的大學生活十分充實，課業上輔系、拿書卷獎，擔任社團重要幹部以及打工、戀愛等等，加上 A 個性是很獅子座的人，經常統籌規畫社團活動，這樣的熱情使得 A 在大三大四忙完社團後，更加投入在追星之中，因此如命運般遇到這足以轉變人生的人，接著是十年的追星故事。

其實從很小時候問會不會追星的人，就是有很大傾向了，就是你喜歡什麼 Energy、5566、周杰倫這種，對我就是這種人，從小喜歡看報紙就會想要看娛樂版面的那種類型、個性的人。(A-066-1)

(二) 韓流當道的時代

2010 年左右，A 感受到當時是韓流鼎盛的時代，大學中很多人是東方神起、少女時代的粉絲，因此很多 SM 家的資訊湧入，追韓團是普遍的現象。

假設我沒有喜歡 SHINee，說不定一年後的《Sorry, Sorry》就會打動我，只是剛好那個時間點、那個團體，就是剛好的靠近了，你就是得知了這個消息，所以我覺得他是一個趨勢，那時候的少女們/青少年們都在追韓星 (A-070-1)

而 A 第一次聽到 SHINee 是在大一暑假參與國際志工時，當時的青少年很喜歡 SHINee，還表演 Ring Ding Dong 這首歌，於是 A 回臺灣開始找影片來看，也拜託學姊去韓國幫忙買 Lucifer 專輯，這是 A 第一次為 SHINee 花錢，開始實際支持偶像，也是正式入坑的時候，「因為你看 youtube 的話，其實我們每天都在看，可是你不一定會願意花錢在他身上，但當你願意花錢，可能就是你真的蠻喜歡他的。（A-015-2）」。

（三）我的本命

當時韓流盛行，身邊的同學、室友們都在追星，獲取資訊十分容易，且家人不在身邊有很大的自由，可以更無拘束的追星。除了在來臺灣時去見他，也飛去韓國參加電視台音樂放送、看公演、簽售會跟演唱會，甚至很願意為他做很多應援，像是整理照片、發小卡、辦活動，只為讓更多人喜歡鐘鉉，為他吸引更多的粉絲。

以前是沒有像現在這種高清，以前都是只有那種 360p 的影片，超爛，你還要去下載什麼種子什麼，反正就是很多那種很麻煩的事情，花很多~時間去處理這些事，可是你並不會覺得說你花時間處理這些事是很煩的，就非常願意的為他去吸引更多的粉絲，就是很願意去做這些事情。（A-019-1）

「對於這一位的話，他在我心目中是一個我可以、會想要花錢的人，可以為他做任何我可以做到的事情的人（A-009-1）」

A 在當時非常狂熱的喜歡鐘鉉，「在臺灣，如果講幾個鐘鉉飯的代表人物，一定有一個會是我的程度，我自己有這個自信（A-018-5）」即使剛畢業很窮仍想去支持鐘鉉，一位粉絲姊姊還借錢勸她一定要去。於是從一開始在小小場地看著舞台上的鐘鉉出現，那瞬間 A 就會很開心，A 說著自己原本就是感性的人，從以前看到鐘鉉就很容易觸發淚腺，情緒湧上，「不知為何的太可愛又太喜歡，我就會哭這樣子。（A-265-1）」，加上以前的時代沒有現在發達，需要等待偶像的回歸，不像現在的偶像有太多直播跟社群軟體的方式可以跟粉絲互動。也許是這樣美好的距離，讓 A 加倍感動，在心裡塑造出完美的形象，尤其在圈子久了，很容易接觸到私生飯，A 選擇只看舞台上展現的樣子，不要去窺探過多偶像的其他陰暗面，以免讓自己失望。

(四) 不只是偶像，替代心中重要他人位置

能力很好的 A 也談過戀愛，只是在與追星相比，偶像不會像現實中的男友為瑣事吵架、起衝突，不會阻擋自己做任何事情，跟家人感情再好，也總有無法顧及的時候，而偶像的一首歌或溫暖的話能時時刻刻撫慰自己在夜深人靜的孤獨，尤其 A 是感性的人，需要有人理解自己的脆弱，釋放自己溫柔的一面；而偶像塑造的形象吸引不同的粉絲，每個粉絲喜歡偶像都有原因，可能是當作喜歡的對象想嫁給他、當作是弟弟想照顧等等，A 一開始喜歡可能是因為他工作很認真、唱歌很好聽、長得很帥等比較表象的東西，後來發現一些小故事跟經歷，「但這其實沒有一定的答案，可是你會看這個人你都會覺得他做的都很好，覺得他散發一個光亮在背後，自己有一個粉絲濾鏡這樣，所以我也很難說一定是哪裡，因為到最後已經是哪裡都是都好的階段了。(A-037-1)」就算在得知鐘鉉的緋聞，即使錯愕但也很快就轉念接受，對 A 來說，已經不是把鐘鉉當成男友那樣的粉絲了，而是更超然的存在。

你已經無法說哪一件映象最深刻，太多了。久了之後，已經沒有像當初那樣的狂烈，如果說在看到 he 出來你就會尖叫，這就是粉絲一般的行為，可是我是已經不會尖叫了，「阿~他來了」，「喔 he 走了~辦辦」，然後我也去忙我自己現實生活的事情，已經有點像是變成是生命中的一個人在那邊，已經變成不太是很偶像的那個狀態了，我不知怎麼形容，他就已經像空氣一樣就是存在在這個我的生活裡面了那種感覺。(A-009-2)

能喜歡這麼久、這麼深，A 認為鐘鉉已經是像家人般的存在了，已經滲透生活之中，不是偶像而是日常，如空氣般理所當然，太多事情可以講，甚至已經不知道為什麼了。

二、2017 年 12 月 18 日，永難忘懷鐘鉉離世那天

(一) 悲傷四階段

由於 A 每年年末都會到韓國參與鐘鉉的 solo 演唱會，才剛回到臺灣沒多久就得知鐘鉉自殺身亡的消息。回憶起當時，A 說自己真的完全經歷悲傷四階段。

「他怎麼可以這樣？」然後開始罵他，你知道，就會「他搞什麼？怎麼可以丟下我們呢？」（A-079-5）

當下是受到衝擊是沒有想要哭的感覺。可是等到回到家，你才消化了這個消息之後，就開始會有否定的情境，你會開始說「不可能，應該是假的」之類的，就是完全完美的呈現那個四個階段。（A-005-1）

因此，一開始時的否認與拒絕相信，偶像在心中的地位如高掛在心明月般高潔，是超然的存在，難以相信失去的事實；然後隨著媒體新聞的證實，她心中有憤怒、埋怨，對偶像驟然離去的不諒解。

（二）愛跟恨是一體兩面

明明上一周還飛去韓國演唱會，應該還幸福的沉浸在演唱會廢人症的餘韻中，怎卻突然從天堂掉到地獄，A 悲痛著，但是也對他的離去不能接受，彷彿愛跟恨是一體兩面。粉絲將心中的重要位置留給了偶像，重要性如同親友，甚至即使為了男朋友也不會這樣，卻為了他可以不顧一切。又有種不一樣是，正因為這種無法觸及的距離，讓粉絲用生命去追這個人，所以在得知他死亡時，對粉絲來說不單只是像伴侶死掉這樣而已，我為了他這麼不顧一切，他就硬生生從我生命中被奪走，我為你投注這麼多，這麼奮不顧身，你卻自殺走了，居然就這樣簡單的離開了，粉絲悲痛的同時又該有多恨。

（三）有如失去至親般悲痛

因為 A 尚未有過這種家人離去的經驗，那是 A 第一次經歷到失去所愛之人的整個歷程，所以衝擊很大，「我目前啦，雖然這樣講不太好，就是我家裡沒有經歷過這種家人離去的現象……透過這個事情，我完全就是瞬間理解了，如果之後我有心愛的人離開我的話，大概就是這個感覺。（A-007-2）」

A 說這是他生命中第一個重要他人的離去；不像離開家鄉親人一樣，而過去也沒有如此的離開這麼的讓 A 痛到心底。

對 A 來說，一開始可能是投射男友的形象，以及生活的慰藉，但後期轉變為家人般的存在，已不是只是偶像。A 說當聽到戀愛的新聞，只有當下衝擊、傷心一會兒，就接受了，因為自己已經不是女友粉那樣的粉絲，代表對 A 來說，不再只是男友的形

象了，而是接近家人的存在，這樣的情感，在面對偶像的離世，讓 A 感受到原來失去心愛的人是這種感覺。

（四）自殺引發的愧疚跟自責

鐘鉉的自殺對 A 來說衝擊太大，即使看似很快接受事實，但某方面也藉由忙碌來迴避面對悲傷。從外在來看，A 讓自己埋頭於上班跟籌備追思會，但心裡對偶像的自殺仍感到自責及愧疚。

會自責，會覺得為什麼沒有早一點發現？你整理自己到一個階段，就開始覺得說為什麼他身邊的人沒有發現他有這個傾向，然後就自責說「阿，為什麼上次...」，假設看演唱會的時候，我沒有再多表達我對他的愛，讓他可能有更多想要留在這個世界的想法（A-087-2）

你就會想說「是不是我們有哪裡做的不夠好？專輯買的不夠多？可能成績不好，所以才過不去，你知道就是開始會自責反省自己是不是哪裡做得不好？」（A-087-1）

粉絲們曾用盡全力追隨，偶像卻就這樣子自殺說走就走，完全沒有預兆跟機會準備。從內在來看偶像的自殺，是這樣硬生生從粉絲生命中被奪走、消失了。但 A 提到自己有個美好的結束，將演唱會的最後一面放在心裡，慶幸著「還好我去了，還好我去了」但其他沒能做到的粉絲，後悔也都來不及了。

三、為鐘鉉舉辦的追思會

（一）透過操辦追思會消化死亡的事實

當時，彷彿心中缺失了一塊，然後 A 經歷了一段漫長的日子，迴避看到死亡的相關訊息。而後開始籌備辦紀念告別會，這是她的接受與適應方式。

我有很多朋友是覺得說「阿不行，我一定要到現場去送他」，可是到現場送他就是我對他的美好的回憶，就會留在那個大家哭成一團，在那個靈堂那邊送他的那種畫面，可是因為我明明是上一週才在韓國看他的演唱會，所以我會想要把我的美好的回憶留在那個演唱會、最後我們跟他辦辦的那個畫面，我就會想要留在那邊。（A-005-6）

A 選擇把回憶留在演唱會的美好而不去韓國送最後一程，自主在臺灣舉辦一場追思會，因為 A 有辦活動的經驗，即使朋友勸阻「只要是鐘鉉飯那個時候一定是很悲痛的，誰會去做」，但 A 把鐘鉉當成自己的家人，如家人過世，親人要辦喪禮，A 決定讓所有愛他的粉絲有個空間可以送走他，在短時間內促成這個活動，透過這樣的儀式幫助更多粉絲，更撫慰自己的悲傷。

我覺得是那個當下，很難過就是一直哭，但我決定要辦那個活動的當下，我不知道為什麼，我就決定我不要再哭了，我想要趕快把這個東西弄好，就是想要送他離開。(A-008-1)

而 A 認為那是個偷偷憂鬱症的年代，更沒有人教導粉絲如何面對偶像自殺的悲傷，因此還特地安排輔導諮商的資源，多一些對憂鬱症的理解，也引導粉絲們轉念，他去另個地方遠行了，不是完全消失，安慰粉絲受創的心，讓情緒得以有個出口，在這個時空盡情想念這位親愛的人。除了靠活動疏通悲傷外，也帶著大家一起做的紙鶴跟卡片到韓國追思，另外還計畫要刺青紀念，「我一直很想要刺青，很想要把他刺在我身上，因為我覺得這個人已經重要到他是可以在我身體一部分的人了(A-0125-2)」。

(二) 孤單又壓抑的哀悼歷程

媽媽在不久後曾打電話關心，即使心疼女兒但卻不知道該如何開口，加上 A 沒有要傾訴就草草結束通話。那年過年回家，發現房間內有關鐘鉉的東西全都被收起來，因為媽媽怕她睹物思人。另外，親戚表哥無禮的風涼話也讓 A 很生氣，網路上還有嘲韓的言論，「會說：哇！什麼韓狗的，就那些有的沒的(A-194-1)」，但生氣無法改變什麼，只能無奈吞下，A 感受到這樣的悲痛是不被接受的。

他們說「阿，你是很傷心阿，聽說那個誰不是死了嗎？」講那種話，我就覺得就是很沒有禮貌... 然後我媽也沒有去發表什麼，這種就是那種不懂的人會講的話，如果太在乎太多人，你真的很容易會被激怒，你就覺得說你們這些人到底在講什麼風涼話，就很生氣，可是就只能... 就不要管他這樣，後來我就已經... 我就當作沒有看到他，就算了。(A-192-3)

同事則很關心自己，網路上也有許多人稍來關心跟安慰，對 A 來說很感謝，但這些關心其實是負擔，因為這樣的悲痛是圈外人不能理解的，除了跟少數粉絲一起陪伴外，大多都是獨處時才會宣洩悲傷。A 把偶像想成去另一個地方了，不是完全消失，於是將哀傷壓抑下來，即便回家在某些時候會哭得唏哩嘩啦，但是在外面就會將這些悲傷情緒隱藏在心裡。

可是可能在別人的面前，不會顯得很難過，就會有這個狀況，可是我自己一個人的時候，可能我有非常悲傷的表現，就是大哭什麼之類的都有，可是當有朋友在，其實你會忍住 (A-075-2)

四、A 的現況

(一)「保護機制」運作

或許是太過痛苦，在辦完活動後，大概有一兩年時間迴避去觸碰任何關於鐘鉉的東西，因此談論到往事還是感到辛苦。A 形容自己有「保護機制」在運轉，不讓自己太深入，甚至因為這樣的狀態太久了，似乎有種脫飯的錯覺，對於很多回憶已經想不太起來了。

(二)還追星嗎?

由於 A 曾經想割捨，但又放不下，因為自己並不是不愛了，也因為鐘鉉過世不會再有新的活動要更新，只是神奇的是還有許多粉絲前來參與 A 的活動。

A 現在有其他喜歡的團體，雖然還是很投入，但已經跟當初追星的心情不同，會提醒自己要拿捏好距離，因為這建立在虛幻的形象上。另外，階段的轉變促使現在應該需要思考人生下一步，考慮存錢、結婚等等規劃，不再像以前能夠全然付出時間金錢跟體力，「之前真的很燃燒，就是會變比較理智，我覺得可能真的跟你的生活背景有關，心態上不再是燃燒的那個心態了 (A-274-1)」只是追星改變自己太大了，A 本來有很充實的生活，但選擇為偶像用盡全力付出，成就他的夢想，某程度屈受限自己的未來。

但回顧過去的追星生涯，A 講了一句話：「從頭到尾都是一個滿了了不起的追星的人生。(A-251-1)」，這十年光陰追隨的人即使離去，但對於粉絲來說，從不後悔能在最美好的時光與他相愛相伴，永遠會記得當時的自己，以及那段奮力追隨的時光。

貳、A 的回饋及想說的話

謝謝你紀錄了我的故事 覺得很感動

2 年前的話 現在已經覺得好稚嫩

但都好真實

我希望對大家說，時間是最好的良藥，覺得很難或是很痛的事情，隨著時間的流逝，會慢慢變淺變淡。距離鐘鉉離開已經快要第 5 年，希望大家可以找到更好的倚靠，然後也可以更愛自己。

有機會的話，想做的事情可以多方嘗試，若可以因為勇敢而不留下遺憾，相信未來會感謝那樣做的自己。



第二節 B 的故事

前言、研究者對 B 的整體映像

B 是由 A 推薦參與研究，從聯繫到見面，B 很有活力，有著小太陽般的親和力，整體帶給研究者很舒服自在的感覺，緩解了觸次見面的緊張，開朗的氛圍感染了訪談過程，B 總是很謙虛說著怕講太多或太雜，但我真的非常享受那兩個小時的時光，透過 B 生動的描述，好似那個情境就在眼前，我也跟著回到那些追星及悲傷時刻，甚至從整理逐字稿都能回想 B 當時的語氣及模樣，感受當時跟著起起伏伏的心情。

因當天排定從中午連續訪談到晚上，由於 B 是第一位進行的，結束後便緊接著訪談下一位受訪者，在接近傍晚時 B 突然出現，原來是特地來探班，同時還帶一杯珍珠奶茶給我喝，注意到我可能沒有時間外出，感到十分貼心。另外，B 也介紹粉絲朋友 C 一同參與，讓研究得以有進展，深感閃窩們真的是名不虛傳的溫暖善良。

壹、鐘鉉與 B 的生命交會之處

一、置身處境：投入追星，滿足愛與認同

(一) 成長過程家庭的疏離情感

「我覺得 SHINee 像是一顆太陽，而我本來就是這個海裡的人，然後很冷，海裡很冷，但他們照耀我，所以其實我那時候是溫暖的，突然有一天太陽可能沒有辦法照耀我了，我又回歸那種很冷的感覺。」(B-117-6)

B 這段話在描述 SHINee 對自己的意義，由於小時候由爺爺奶奶帶大，國中才與父母同住，和家人感情不親，有時父母也不懂自己，話不投機，甚至覺得自己冷淡，而逢年過節的密切接觸讓 B 感到窒息，受不了家人吵架還要去勸架，希望保持距離、能逃離，總在內心吶喊著「別來煩我、相安無事就好」，這樣的成長過程中常感到孤單。而 SHINee 如同太陽照耀、溫暖了她寂寞的家庭關係，更與因追星結識的粉絲朋

友們，陪伴 B 成長至今，追星滿足了對於穩定關係的渴望，源自於童年的孤單跟不被理解。

對，怎麼講？我覺得比較像「一起成長」，因為很多事也是因為遇到他們之後才知道「喔，原來刷音源要怎麼用」，雖然我韓文沒有很好，可也確實有因為他們學了點韓文（B-055-1）

我是有得到東西的，還有朋友，有些朋友是真的一直都沒有斷掉過。（B-055-2）

（二）分手後的寄託

大學時韓流已經在台蓬勃發展，男友因社團忙碌不能時刻陪伴，要 B 找事做，在生活上產生摩擦，加上 B 本來就是迷妹，追過日團跟林宥嘉，原本排斥韓國的 B 正好在電視看到 SHINee 來臺灣上的節目，在這些契機下，因而開始關注 SHINee，把本來投注在男友身上的時間跟感情，全部轉移到偶像身上，「喔，我覺得我這樣也挺好的，好像不一定要交男朋友，我就跟他分手了，然後就追星了（B-006-2）」同時也打開生活圈，認識一群很放鬆的朋友，從粉絲群體得到認同，B 覺得一旦對偶像的情感到一定程度，踏入追星後就出不來了，畢業後更全心投入，努力工作賺錢只為追星，長達六年感情空窗。

追星初期，從 SHINee 一年來三次臺灣，隨著團體發展，B 飛去韓國、追成員的行程、在寒冷的天氣隔著玻璃看偶像一眼也甘之如飴，「好像 14 年我第一次在首爾看演唱會，看 Key 的那個音樂劇，跟金鐘鉉的那個電台，就他剛好，然後我在現場看，隔著玻璃在那邊「哇~」，11 月在那邊看金鐘鉉主持電台，冷死了。（B-015-2）」

二、在追星中找戀愛的感覺

（一）偶像滿足愛與隸屬

B 認為追星很快樂，花錢買快樂，這快樂卻能治癒心靈，「微博有句話說『追星就是一場最盛大的暗戀』（B-138-1）」

就像學生時代暗戀的那種感覺，其實你明明都知道他可能下一步要做什麼，暗戀別的男生就是這種感覺，你都知道他什麼時間點會出來裝水，你就是很熟悉他的事情，可是…其實又真的沒有那麼熟。（B-139-1）

追星是一場盛大的暗戀，B 對這個人一見鍾情，彷彿粉絲在內心的某個私密空間裡，談一場屬於自己跟偶像的戀愛，這樣的怦然心動，只有自己才知道。也因此，感情空窗六年，偶像在心中一直保留一個重要位置。

對 B 而言，偶像是暗戀男友、至親般陪伴自己長大。

（二）在現實跟幻想間拿捏平衡

當中，發現自己最喜歡成員 Key，是自己喜歡的類型，「他就是長得是我的菜啦。（B-167-1）」在提到對偶像的情感時，B 已經不是將偶像視為已有的女友粉了，也為眾多粉絲平反，「就是大家都有刻板印象覺得追星就是花癡阿，覺得他長得帥，沒有，我覺得 Key 長的還好阿（B-165-1）」、「對阿，不然呢？不然我嫁給他怎麼可能？我還是很清醒的！（B-063-1）」相反的，期望這些親愛的人們能夠有個好歸宿。

B 認為追星不是一定要有回報，而是偶像反射出來的正能量，可以讓自己更好。「可能就是因為我自己是非常非常非常相信自己眼光的人，我非常相信我追星追 Idol 的眼光，所以我覺得我喜歡上的 Idol 絕對都不會太差（B-141-1）」正因為 B 的認同，因此全力付出，但付出的同時也很清楚自己與偶像之間的距離，就是這樣安全的距離，B 將過去渴望的情感需求，寄託在偶像上，偶像不像現實中的親友一起生活，會有所負擔跟摩擦，沒有被傷害的風險，是不會背叛自己的完美形象，因此對粉絲來說，追星總是美好快樂。

對，然後我說的背叛不是說什麼他今天突然結婚，我不是講這種事情，我覺得那個還好，只是我的背叛是說不會哪天突然發現原來他屬於不好的人，因為確實他有一些很瑣碎的可能生活上的雞毛蒜皮的那些小毛病，我也不知道阿，我又沒有跟他生活，所以我只要看到一個大方向，他帶給我們是好的，我覺得這就不是背叛。（B-142-1）

三、2017年12月18日，永難忘懷鐘鉉離世那天

（一）震驚到腦袋空白

B 當時正準備下班，本來還在跟同事聊天，討論著要不要去看日本演唱會，卻得知鐘鉉自殺的消息。同事妹妹突然要 B 千萬不要看微博，於是從一開始的震驚、難以接受，再到後續都很空白、很片段。另外當晚消息十分混亂，當時有藝人已經發文悼念，「就是還沒有確定，吊什麼唁什麼的，有很多人說他進 ICU，也有些人說已經確

認死亡了，太亂了，當下真的是總是有那個希望在，就不想被破滅，然後就罵一罵就躲起來一直哭，好像真的是等到後來 SM 發聲明吧，才突然覺得什麼意思?這是什麼意思? (B-018-1)」一直到公司證實，也難以接受死訊，躲起來哭了一晚。

(二) 靈堂現場迫使自己接受鐘鉉死亡的事實

B 不捨鐘鉉獨自離去，在最後也想去陪他。那晚外面下著大雨，因太過臨時沒有人陪同，躊躇著要不要去時已經錯過一班班機，但一想到「不是阿，他其實也是自己一個人做那件事情 (B-022-1)」，就也沒什麼好怕的。

我是覺得我好像如果連這個都不去，我真的就是…就好像沒有機會再看到，雖然說也就是張照片，但我真的覺得沒有辦法再靠近他一次了，然後又想著他也是一個人這樣，我就覺得我自己一個人飛首爾也還好 (B-072-1)

死亡的消息打破這個美好的距離，像是要去看一個很久不見的老朋友，不捨他孤單一人離開，再遠都要去陪這個親愛的老朋友走完人生最後一程。

B 便決定隔天請假飛去韓國，昂貴的票價也無法阻擋她。只是這次與過去快樂的出國追星不一樣，在路途上沒有期待、喜悅，B 在飛機上眼淚沒有停下過，帶上大包的衛生紙都不夠，甚至哭到海關認不出來。下了計程車踏上寒冷的韓國，倉促之下 B 只穿著平底鞋、一層薄襪子還有臨時借來的黑色羽絨服，雪地刺痛了腳，凍傷了 B。

一到韓國，很多粉絲朋友輪班接力陪 B 去弔唁，換上全黑的衣服到達靈堂現場，大批粉絲排隊路上都在痛哭，「有加開、本來只有小的，後來可能太多人就加開一間大的弔唁廳，然後其實我進去的時候，我矮，韓國人又高，我還沒有辦法很能感受到，但我聽到大家都在哭 (B-023-2)」那場景震撼到打亂原本以為的規則，原來有生之年會看到自己偶像的死亡。

我是... 真的是漸漸往前走，一排排開始往前走，我看到他那個照片還有那個黃色的花朵，就鮮花，就「哇，真的是」，當下心情就是「哇，什麼意思?我怎麼會在這邊看我 idol 的遺照啊?」，好像是走出去之後，才開始突然覺得哪裡不對，其實在當下真的很多人在哭，韓國人情緒本來就比較豐沛，他們很敢哭，我就覺得我好像也沒差，我就自己蹲在角落就是抱頭痛哭 (B-023-4)

（三）生命逝去的巨大空虛

B 到韓國都守在醫院靈堂外，由於第三天就要出殯，送走偶像那天因有大批媒體，粉絲被隔絕在記者、攝影機後，只能站在外圍，在現場並不知道實際狀況，也看不到抬棺的畫面，直到目送載著偶像的黑色車子從眼前開走，像送走了自己多年的老友，多年的投注跟回憶就到此為止，不會再有新的回憶，感嘆原來死亡是如此簡單，原來這個存在從生命中被抽離是這麼簡單的一件事，粉絲不知道他去哪，但眼前送走偶像這件事真實發生，偶像的死亡從不在粉絲的預期之中，彷彿結局不該是如此。

我個人覺得我是屬於情緒比較晚來的那種人，我到當下我看到靈車開過去的時候，其實我還沒有哭，就是我覺得很茫然，因為我覺得「喔，他就是一台黑色的車，他就這樣離開了」，那個感覺就是很空洞很空虛，然後就覺得「喔，原來他離開是這麼簡單的一件事情，他就這樣開了一台車，然後伴隨著大家的叫喊聲、哭泣聲，然後他就這樣，就走了」（B-023-6）

原來生命就是這樣子，一台車就送走了，然後他就去了我不知道去了哪裡，就是連墓園在哪裡我都不知道，就是這樣開走了，那時候是真的就覺得原來生命消失好簡單，就是真的覺得他離開了。（A-078-2）

四、弔唁完後的生活

（一）驟然自殺引發強烈的失格及愧疚感

茫然的 B 在朋友打電話問著自己送完沒，才開始哭泣。回頭想起明明鐘鉉從個人專輯都有展現抑鬱跟敏感的一面了，卻沒想到真的會走向死亡，原來照耀自己的太陽是用自我燃燒的方式走向毀滅。那種痛讓 B 更自責愧疚，有種無力感，後悔怎麼沒有多做一些什麼來改變這一切。

好痛喔，那種救不了他的感覺，可是人總是很僥倖，你也不覺得這件事會發生在自己身上，也沒有去思考到原來他會是走向那一步，我覺得頂多就是可能退出演藝圈之類的，我從來沒有想過「喔，原來他是真的已經痛苦要到走向那一步才可以比較快樂」，所以就會有種覺得「喔，自己沒有...沒有救到他的感覺」（B-023-7）

金鐘鉉那個是你突然被強迫接受他離開這件事情，我除了哭，然後我真的沒有任何的其他的行為，我沒有辦法做任何事情，我就是只能哭（B-114-2）

（二）外在的干擾

B 回到臺灣後、現實生活已很艱辛，因為公司是韓商，同事們大多有在追星，比較能同理 B，但是有一個同事妹妹，卻突然表態自己也是粉絲，而表現十分難過，數度跟 B 傾訴自己的痛苦、更一直想跟 B 互動。

我那時候真的是覺得不要來吵我，因為我比較親近的同事們，大家都給我空間，讓我去消化這件事情，可是你還一直在旁邊說「姐姐，就是...」，真的是很綠茶，真的是很煩，不要吵我，你自己去難過就自己去難過。（B-058-5）

（三）悲傷觸動過往關係議題及未竟事宜

B 認為親情不緊密沒關係，相安無事就好，當遇到同事妹妹、家人吵架、過年親戚間的糾紛等等累加，B 習慣逃離，都說著讓我一個人，不要來煩我。而我們的關係互動模式是從小不斷累加的結果，所以在面對偶像的自殺很容易勾起過去關係斷裂的議題。

另外，網路上也湧入許多突然出現的一日粉絲（取名 18 粉、18 飯是由於鐘鉉於 18 日過世後，才突然出現的粉絲），「18 飯，那陣子湧進一堆人在金鐘鉉超話吊唁他，全部都是什麼真的很抱歉，現在才喜歡上你什麼的，你知道這些話對我們來講真的扎心欸（B-048-1）」這現象讓 B 十分不解，那時有路人粉留言說為什麼不能，幸好有人說出 B 的內心話「你們這些剛來的粉絲能不能安靜一點，留給真正一起度過這些年的粉絲一點空間（B-049-2）」，才稍微感到安慰。

那就很多餘，你要我們這些老粉看了是什麼意思？什麼心情？我不懂你這句話到底打出來要幹嘛？就你到底喜歡他什麼？那時候不是雪莉走時有句名言嗎？「當你離開了，全世界突然愛你」，我那時候就是那種感覺，你們真的是憑什麼來跟我分割他跟我們這 10 幾年的回憶，憑什麼？你幹嘛就是也要插進來，你連本人或是你連

一起追，不一定要看到本人，可是可能活動期間你看直播、打歌連這種都沒有做過，你到底在那邊跟我們吵什麼（B-049-1）

B 疑惑的是當偶像離開了之後這些「18 粉（18 飯）」現象，納悶著偶像如果沒有離開，那這些 18 粉還會愛他嗎？因此這些一日粉絲的出現，讓 B 更難受。在想起鐘鉉時，也提醒自己要像他一樣溫柔才對，痛苦自己無法做到，尤其當時有粉絲紛紛夢到鐘鉉、可能要排隊去找粉絲，B 更疑惑著為什麼他沒有入夢來，是不是自己粉絲本分做得不好、不夠格才沒有來，這讓她倍感痛苦，似乎自己跟其他粉絲不一樣。

（四）粉絲們情緒的出口

隔年二月的東京巨蛋演唱會，只剩四人的演唱會，B 在現場感受到少一人的舞台及哀戚，留下成員及閃窩在這偌大的舞台。以往演唱會總能直面感受現場的氣氛，台上台下互相道愛，對粉絲來說即使結束仍舊回味無窮，是多麼樣幸福，但如今卻已天人永隔、這一切再也不完整了。

到那邊剩我們真的是，因為我記得好像 2 月底，就等於才過 2 個月多，那是大型的弔唁廳你知道嗎？那時 5 萬人都……你可以知道大家都不是抱著興奮的心情進入那個會場（B-017-1）

當然也會有紀念他的橋段，我記得其他四個人是唱現場，可是他的 part 還是有他的聲音，我真的是起雞皮疙瘩欸，然後珉豪就突然喊了一聲「鐘鉉哥」就大吼，哇！真的是 5 萬個人一起哭出來的聲音我真的是現在想想都起雞皮疙瘩。（B-017-2）

但是 B 後來想想這樣子的情緒宣洩也好，總比一直憋著好，在那個當下反正怎麼哭也不會讓人覺得奇怪或是需要躲藏掩飾，因為現場大家都在哭。另外，因鐘鉉過世當時接近聖誕節，在台灣有粉絲投稿台北 101 外的跑馬燈，藉此悼念鐘鉉，而 101 似乎有比較體貼將多則粉絲留言刊在 101 上，但因 B 當時在韓國，男友還代替 B 去 101 拍照，說著那天現場許多粉絲聚集，一同唱著歌為鐘鉉送行，讓 B 非常感動。也因為飯圈的大家都很難受，粉絲能做的就是陪伴，至少有人與你一起努力面對這些事情。

我覺得那個悲傷，只有自己可以去治療，就是自己要找到方式去調適自己，別人都救不了你，因為沒有人可以感同身受，就算我今天跟你一起共度一樣的時間，看一樣的演唱會，或是一起面對這件事情，每個人感受都不一樣，所以我覺得誰都救不了誰，只有自己能救自己（B-192-2）

B 自己大多是獨自時才會釋放情緒，某天聽到藝人在節目上分享如何面對親友離去「你應該要一直想著他，就算很痛，可是你還是想著他，因為這樣才代表他的人一直都在（B-075-8）」，B 對此非常認同，因為想到偶像時難免又笑又哭拉扯，但該想念就想念，不該隔絕。

就是想要一直感到他在，那即使看了影片可能覺得揪心啊、難過或哭或幹嘛，感覺又不舒服了，可是其實多次之後，你也不能說麻木，可是多次之後你可能也習慣了，我覺得算是一種接受方式。（B-075-9）

五、B 的現況

（一）還追星嗎？

經歷了團體的生離死別、成員陸續當兵又回歸，B 仍然很支持團體，只是也坦承自己不敢太認真追，怕會出事，曾經短暫關注了其他明星，像抓到一塊浮木喘口氣休息。而現階段很多粉絲都已成年，忙於工作，被生活推著往前走，不太可能像以前一樣動不動熬夜、哭得唏哩嘩啦的，類似的紀念會就顯得重要，能夠騰出時間來想念，粉絲也能定期相聚。

大家都會被生活一直往前推，你沒有那麼多的時間去好好的去... 你可能很想念他，可是其實你根本來不及想念他，你可能就要在做下一件事情，大家都很忙，我覺得那活動挺好的，特別騰出一個時間來讓你屬於你自己跟他的回憶，你在看影片，可能大家在看同樣的影片，可是每個人想起來的回憶我覺得都不一樣，在那空間反正也沒有人打擾你們，大家都坐在那邊看（B-090-2）

（二）走過之後，深知生命的無常，要更體貼

因為 B 經歷過，更能理解粉絲的悲傷，前陣子特別關注到小鬼、竹內結子的過世，B 認為雖然喜歡一定會有比較，但應該更體貼這些因為偶像死亡而悲傷的粉絲，提醒自己注意發言，以免傷到粉絲們，對於不理解的人們，B 也較釋懷，盼望大眾能更溫柔對待。

現在的 B 體悟到世事無常，要更加珍惜當下，「我現在只希望他們能夠健康平安順利，做自己任何想做的事情」，也要繼續守護 SHINee。

貳、B 的回饋

看完了~很感謝你的採訪！

覺得再看一次心情很微妙，謝謝讓我有這個機會，將這份回憶以這種充滿儀式感的形式紀錄下來：)



第三節 C 的故事

前言、研究者對 C 的整體映像

從見面到後續整理訪談資料，「好好小姐」是我對 C 的整體映像，給人一種照顧者的特質，因注意到 C 說話很快，但 C 馬上體貼的說這是自己的習慣，可以調慢語速，C 也坦言自己是屬於非常顧及對方的人。結束後，也許是擔心我一人北上，還等待我收拾東西再陪著我去搭車，在路上閒聊著諮商、生死所的好奇，就這樣聊著天一起到車站。在後續確認逐字稿時，C 還幫忙改錯字、修正語句，大方表示若有問題歡迎隨時討論。

訪談中，看著 C 真的一度眼淚在眼眶中，又把眼淚忍了回去，心裡真的很不捨，要讓粉絲再回溯這些過往，C 卻反過來鼓勵我，說著在知道這個研究主題，一定要來幫忙，讓我更加感謝受訪者們願意給予一個陌生人信任，粉絲的愛超越了想像，每位受訪者們為了訪談都事先準備，幾乎有問必答，袒露過往即使傷痛也知無不言，粉絲的愛真的很偉大。

論文尾聲，在與 C 做最後確認時，知道了 C 即將重返校園，為自己設定新目標，對於即將到來的挑戰，下定決心再辛苦也要咬牙撐過，另外提到訪談以後這些日子以來的轉變及成長，這些都讓我非常非常感動，很為 C 開心，希望這樣的女孩一定要幸福啊，相信 C 一定可以的。

壹、鐘鉉與 C 的生命交會之處

一、成為粉絲，偶像成為寄託

(一) 先從 C 的成長背景說起

C 從小到大都是照顧人的類型，與家人同住一起，為家庭付出，求學時也都是班上的小秘書幫忙大家，看到對方的笑容就很滿足，C 怕造成別人負擔，總習慣將苦藏在心裡，「其實我們家庭的關係看似緊密，但其實沒有很緊密，就是我不會跟我家人，

跟我的爸媽說一些心裡面的話，我們家的人不太善於溝通」，加上 C 追星的契機在就讀五專時，自己不是那種認真讀書的孩子，學業不是重心，在與初戀男友分手後，很難走出，每天就是賺錢賺錢賺錢，於是偶像成為 C 情感的寄託，填補生活毫無目標的空虛，及情感上的孤獨。

（二）順勢搭上韓流的浪潮

當時韓流盛行，電視都在強力放送，直到有天媽媽看到電視的韓星好帥，C 因而認識鐘鉉，「因為鐘鉉那時候的造型是那種布丁頭漸層，我很喜歡那個類型的人，我覺得真的很帥，我就蠻喜歡的，我就開始去追，慢慢的去涉略他們的一些節目，後來才發現自己已經很喜歡了這樣（C-007-1）」，正巧店裡有員工也追 SHINee，媽媽相對放心讓自己去參加活動，便開始這段異國的追隨，追星之路一去不復返。

我就第一眼看到他就很喜歡他，即使看他們那麼多綜藝，我就是喜歡他，我也不知道為什麼，就一直到了現在了。其他人我也蠻喜歡的，也是最喜歡他，你要說長得很帥、很可愛，大家都很有愛啊，對不對？我覺得這就是緣分吧。（C-099-1）

就像一見鍾情般，不知不覺發現自己陷下去，正巧 SHINee 來台辦活動，為此，C 不顧一切只為了去見他，甚至每天吃泡麵、用非常刻苦的方式過每一天，只為存錢買演唱會最貴的門票，再辛苦都值得，這些追星的日常直到現在想起，C 都還是洋溢著幸福。

（三）追星 - 我把這當作我人生的志業

談起追星，C 說可能講好幾個小時都講不完，不只是看影片而已，每天都有很多事情等著你去做，「為了去看演唱會，要夜排、要排隊啊，要搶票啊，去那個 ibon 那邊點機器，一整天坐在 seven 坐著坐到 12 點，然後還買不到票啊，各種事情每天都在發生（C-026-1）」而在十年前，偶像的資訊不像現在唾手可得，隨手一搜推特、微博就能看到更新、甚至和偶像互動，「那時候你看任何東西都要找，你還要加入論壇，要發文、發言才會有一些積分，然後才能去看一些高積分才能看的東西，所以每天都花很多時間投資在這些事情上面，花很多心力在做這件事，也是一種生活的動力（C-018-2）」，後來與一群志同道合的粉絲朋友經營粉絲專頁，「他們今天上了一個節目或戶外演唱會，很多韓國的粉絲會用高清的相機拍攝，你要去搜那個圖，還要寫來源出處，他不是一個剪下來貼上而已，你要等這個圖幾點發，今天是活動 12 點，我凌晨

2點發，你要搶快，因為做一樣的資訊的人力太多，你要怎麼讓大家覺得這個社團很認真在更新，就是為了點讚要更新得快，我就把他當成是我人生的志業在做」，還參與演唱會聯合應援團隊，為此熬夜也深感幸福，而當時這些門檻及環節讓追星如同闖關般、充斥在生活一點一點，改變原本的日常，追星開啟新的世界，原本一個很簡單的理由，到後來十年的追隨，演變成巨大的愛。

（四）鐘鉉是我的救贖

從一開始因為失戀的空虛難受，C透過追星轉換心情，似乎也將偶像視如男友般的存在。對C來說，追星填補與初戀分手後毫無目標的生活，而偶像與粉絲群體更成為真實與虛幻交錯的美好桃花源，追星成為平凡生活的動力。

「對我來說，鐘鉉曾是我的救贖，為我的人生帶了這麼多，帶給我快樂。不管是以前還是現在，你都一直是我的動力」（C-079-1）

而這樣的投入，直到C當時交了男朋友，因為戀愛而沒有全心在追星上，這也成為日後心中過不去的枷鎖。

你知道我的個性，就是我會以別人為主，所以或許我在跟我男朋友交往的時候，我會想要以他為主，可能我還是愛我追星的事情，可是我會在比例上的分配，但最終可能，最後得到的答案就是，我還是沒有做好我想做的事情（C-155-1）

二、2017年12月18日，永難忘懷鐘鉉離世那個夜晚

（一）難以消化死亡的事實

當天晚上對C來說很漫長，現在想起仍然覺得很可怕，回憶當時原本吃著晚餐，突然二姐要她「千萬不要看手機、不要打開微博」，C疑惑著，但當她打開刷新後寫著鐘鉉過世了，「我整個心臟直飆，心跳超快，我以為我看錯了，就是震驚到了一個嚇壞。我跟我媽說「媽你知道鐘鉉過世了，怎麼會這樣」，我媽也很驚訝，我本來想說我先吃飯，我覺得可能是誤傳的，我連筷子拿了都在抖（C-059-1）」直到公司證實前，網路上還有很多搶救中的消息，C因從事醫療業，以自己的專業認知，急救就是幾分鐘內的事情，理智上認為應該是救不回來了。但由於太害怕去接受這個事實，仍幾秒鐘就刷新動態，期望能有轉圜。

（二）排除萬難只為去見最後一面

經過一晚的煎熬，隔天 C 仍去上班，但很快就決定要請假去韓國見最後一面，「其實我沒有想要不要去這件事情，我沒有想很久，因為我很快就馬上覺得要去，因為這是最後一次看到他了，我還能不去嗎？（C-060-3）」即使家人對於出國反對阻撓，以及醫院的工作無法隨意請假的狀況下，還是趕緊找同事代班，也臨時拜託當時的男友幫忙換錢，只為盡可能趕去韓國。C 與一位鐘鉉粉絲相伴，直到搭上計程車，與司機對話中的「殯儀館」三個字，沉重的讓 C 體會到鐘鉉真的離開了這個事實。

其實這中間你會一直覺得沒什麼實質感，因為我們不在同一個國家，所以其實你偶爾才能看到他，你平常看到他就是螢幕上面、照片上面、影片上面，所以他離開的時候，你並沒有真的很實質的感覺到，只是一直新聞在說他走了，但你聽到殯儀館，那時候我覺得很震撼，我說，對，我們現在真的是要去見他了（C-062-3）

當天晚上，C 與粉絲朋友去吃飯，食不知味外，還深深感受到孤寂，世界仍照常運轉，只有自己的世界崩塌了。

「你說真的，吃飯只是為了，可能這兩天你都沒吃東西，吃了一個含有熱量的食物，說好吃也沒有味道，這樣子，就是吃完，那時候我記得最突兀的是，那天結束後去吃飯，那家韓式豬腳前面放一個很大投影布幕，播現在韓國最新的明星歌曲，旁邊都在喝酒，吃得很開心，那時候真的是沉默到一個不行，那桌就四五個人，可是大家就吃東西，就是……（C-063-3）」

由於只有三天時間能弔唁，C 只去弔唁一天，抵達後隔天就要出殯，「我們是第二天才去，不知道是他們家的習俗還是怎麼樣，給大家公開弔唁的時間只有三天，所以時間真的很緊迫，我到的那天結束以後，隔天他就要走了（C-062-5）」

死亡的消息來得太突然、太衝擊，那個總是帶來幸福動力的人卻自殺走了，出殯那天，C 怕自己無法承受抬棺的畫面而抗拒去看，「可能我自己心中也很逃避做這件事情，因為這是第二個，你又送他走的第二個證實，所以其實我覺得這件事情我有點抗拒（C-64-2）」在短時間內經歷生離死別，C 還沒辦法接受鐘鉉已離開的事實。

我沒有後悔沒有去到，因為我覺得，或許那個畫面會帶來更大的衝擊，我連光看到他的照片，我都已經覺得有點難受，已經非常痛苦了，如果看著那台車開走的瞬間，我一定會崩潰，所以其實我沒有去，這樣或許也好，因為去那邊看到他，在那邊哀號的哭，哭成那樣子，然後那個車還越開越遠的時候，我覺得那個畫面我不敢看。（C-64-5）

（三）不被理解的悲傷

連續兩日沒睡、沒吃，疲憊又緊繃的行程而睡過頭、錯過班機，請一位好友幫忙處理，卻也成為決裂的起因，那時候 C 走在韓國街頭，「我就跟他講我很傷心，他的男朋友竟然說那以後我下輩子來投胎當他的團員之類的，當下那時候你怎麼能接受別人講這種話，我都已經傷心死了，然後你跟我講這種話，他一直在旁邊講類似的話，我就叫他閉嘴，我說我快受不了了，其實這件事情著實讓我非常的不開心，因為你這樣就是在別人傷口上撒鹽啊，雖然可能別人聽了會覺得有必要這樣嗎？（C-066-1）」

尤其是這件事情，因為今天你說是家人過世，你可以跟人家講，大家都有親戚，所以大家可能可以同理那樣的感覺，但今天他是一個明星過世，對，我不想要再從別人的耳中聽到更傷人的話了。（C-066-5）

因為我覺得當你提起這個話題，別人不知道該說什麼（C-066-6）

有一次我去百貨公司，就有那種莫名其妙推銷的人站在手扶梯走道，他看我手機桌面是鐘鉉，他說「他走了你很難過對不對？」我聽到這句話的時候，我真的是想掉頭就走，因為我覺得你不要拿這個話題來跟我聊（C-066-5）

C 感受到偶像的死被當作一個不重要的人、甚至當作話題消費。內心的疑惑或許在說，如果今天死掉的不是偶像，而是男朋友或家人的話，是否情況就不同了，還會得到旁人嘻嘻笑笑的反應嗎？好不容易將悲傷說出，卻好似身在異國說著不同語言，旁人怎樣都無法聽懂粉絲話語裡的悲痛。

三、粉絲失格，我有資格悲傷嗎？

（一）粉絲失格，懲罰自己不能快樂

回到台灣的 C，描述自己變成一個無法笑的人，每天都很憂鬱，不想出門，也不想跟任何人出去，甚至拒絕過生日，但因為不想在家人面前展露悲傷，每天都趁著上下班在公車上、走路時邊聽歌邊大哭，「我連坐公車都在哭，我覺得公車在我旁邊的人一定覺得很害怕，光聽到一點點，就是光聽到他的聲音，我就會哭那種，那時候是真的是很痛苦很痛苦，我連走路都覺得看到幻影的感覺，你無法排解想念他的這種感覺，但是就一直在，當你想起他，你就一直在提醒你他走了（C-067-5）」這種被撕掉的感覺太痛苦了，只能將自己封閉不看不聽，才能幫助生活回到正軌，難以消化這樣的感受。

C 自責又心疼偶像背後沒被看到的辛苦，過去從偶像身上得到的快樂建立在偶像本身的痛苦上，寧可不要認識，回到原點就好。「我覺得不能快樂的生活著，我不能這麼快開心的過著生活，因為我覺得自己沒有做好我該做的事情，我沒有好好的追，就是會覺得很自責（C-073-2）」用這樣的方式懲罰自己。

而原本就十分在意他人想法的 C，也覺得自己脫離追星一段時間很失職，擔心身邊的粉絲朋友怎麼看待自己，還會接納這樣的自己嗎？「我覺得我自己很不應該，我覺得我明明就已經是脫離一陣子，然後那他就走了，所以我才回來追嗎？，那我跟那些新來的粉絲有甚麼不一樣？」加上鐘鉉是本命的關係，跟其他同團粉絲相比，自己對於鐘鉉的感覺是 100 分，不想把 100 分的痛苦加在其他人身上。

後來憂鬱很長時間，還去看身心科治療吃藥，一度想要自殺，如同 C 回想自己與初戀分手也很難走出，在偶像死亡、前男友提出分手的時刻，再次重現關係的斷裂所引發的內在模式。是自己背叛在先沒有悲傷的資格，C 剝奪自己悲傷的資格，彷彿只要將他放在心裡，緊抓著不放，就能有一點他還存在的痕跡，讓 C 沒有辦法告別，陷入憂鬱而無法哀悼。

四、走過憂鬱

（一）自殺的再現觸發過往生命議題

C 埋怨鐘鉉怎麼能一走了之，明明有這麼多人愛著你，但自殺又得不到解答，讓她更加痛苦，「但他到底是怎麼想的，你不知道，可是這件事情也會，就是會讓你心裡很難受。（C-080-1）」而鐘鉉過世不久，親戚也自殺離世，C 更加不解，但自殺的再現觸發 C 過往的生命議題。

因為我覺得這世界上沒有什麼好留戀的，好像都差不多都是這樣，就是人生就是這樣，其實說真的，以後也不是很快樂，就那樣啊，生活就是賺錢、然後下班，我有興趣的東西，他已經離開這個世界了，對，然後我想做的事情也不見得能如我所願，可能我不想做護理工作，可是我卻因為被家庭捆綁，我不能離開做這份工作，有很多事情，當你很多事情都事與願違的時候，你真的對人生毫無希望可言，真的蠻想走，蠻想一走了之（C-080-3）

這段自述，透露 C 對於人生的悲觀，不知為何而活的虛無。總是為家庭、工作、愛情付出，然而當時與初戀分手讓 C 轉而投入追星，C 說著如果沒有偶像的出現，自己還會陷入情感泥淖之中，是追星延緩對人生的茫然跟失望，填補在感情上失落的空虛跟孤獨，為自己的生命翻新篇章，投入在其中而沒有意識自身議題，在偶像死亡後，再次面臨同樣的處境，並不是因為偶像的死亡導致自殺，而是偶像救贖了不知如何活的人生，而這樣的存在議題，在家人及偶像自殺的再現時，讓 C 思考生命及死亡。

（二）走過後不一樣的眼光

直到前男友說無法幫上 C 要分手，C 發現需要做改變，同時身邊的粉絲朋友始終陪伴在旁更是關鍵，C 試著傾訴、慢慢忠於自己的情緒，不是要遺忘而是漸漸恢復，也因此懂了鐘鉉跟二伯，希望他要快樂，也想到萬一真的離開，很難跟鐘鉉交代，考慮到他可能不開心。這反映了從小在意他人眼光的 C，做決定是困難的，即使要死也仍在意鐘鉉的想法，也許不是真的想死，而是不知道如何活下去的人生困境，因此 C 對生命有不一樣的啟發。

不再以「他為什麼就這麼走了」，反而覺得說「對，鐘鉉走了」，可是他或許現在是快樂的，會用這樣的想法去想這件事情，當然到他的記憶的時候，不免俗的還是會難過，因為你會想起，我覺得現在會使我覺得難過的情緒，反而是當下那時候知道這些事情」（C-199-1）

另外，C 漸漸適應失去的歷程，因當初鐘鉉死亡造成的陰影跟過去家中寵物離去的經驗相比，實在太可怕了，讓她對於往後可能發生的死亡感到焦慮害怕，但也因為走過這段歷程後，已經有一套處理機制。

C 對於近期藝人小鬼過世不免感慨，也有自己的想法，認為不該去湊熱鬧，而是把追思會這種場合留給真正深愛的粉絲。對於當時出現的一日粉絲，C 則是認為「因為我知道他們也愛著他，所以他們一樣也經歷過這個難受，所以我覺得這也沒有關係，不管你今天是幾%，就算是 1% 也好，1% 也是愛啊，對不對？喜歡就是喜歡，對不對？不管他現在是幾%，只是更多這樣子。(C-116-5)」。

五、C 的現況

(一) 還追星嗎？重新賦予追星新的意義

對於鐘鉉的離開，粉絲需要找到一個新的意義，重新賦予追星意義。C 說著一定要前來參與研究，顯示其還在調適這些未竟事宜，仍想為鐘鉉做很多事情，也因這樣的在乎，創造不一樣的意義。其實對 C 而言，本命都離開了，追星本應就停在鐘鉉離開的那晚，可以不用追下去了，可 C 還是緊抓著不放，不想接受鐘鉉已經自殺，直到後來終於不再探討他為什麼走了，走過憂鬱低潮，已經不能用追星兩字定義這一切，因為這成為人生的重要環節，有了一群朋友，鐘鉉也永遠是這個團體的成員，要一直伴隨著這些像是「家人」的存在走下去。C 找到新的意義，消化偶像死掉這個事實，轉化正向看待這件事，繼續在往後生命能夠向前邁進。

(二) 調適-勇敢改變自己的歷程

C 的生日剛好在十二月，對 C 而言，追星拯救原本的人生，在鐘鉉死後，每到十二月還是很難受，但有粉絲朋友的陪伴感到很溫暖，也告訴自己要好好生活，希望以後可以再見到他。現在的 C 走過憂鬱，深刻體悟到該試著給旁人機會理解自己，回頭望，或許當初不能完全怪罪朋友沒有制止男友說著風涼話，但從傾訴內在的感受起，一步一步，C 仍在調適、學習照顧自己，相信自己值得這樣的溫柔對待。

貳、C 的回饋以及對讀者及粉絲朋友說的話

我看完了！寫得非常好！

邊看得時候想起了當時很多回憶

雖然是題外話

還是想跟你分享

想跟你說一聲～現在的我又比當時成長了

我會越來越好的

謝謝你當時的採訪 讓我去思考了很多
在跟你說那些話的時候很多也是在對我自己說
以前我不相信我可以
很多事情我都知道需要做出改變
但是自己都一直在逃避
那次對話後 我真的認真的想過
自己該有所成長
所以也很感謝你！
我會努力生活的

不知道說這些跟你的議題有沒有關聯
但是我想說
可能在社會上或是生活中，當有些人知道你在追星
就會用一種不成熟的感覺
但是說真的，我覺得追星這件事真的很不可思議
你可以為了以後能跟他侃侃而談而去學語言
又或著是進而去做一份相關的工作或是更好的工作
努力生活，只為了之後見到他的時候跟他說
因為喜歡你，想要更加努力
這樣的力量真的很神奇
這是我追星將近 15 年的感覺
也覺得能追星真的太棒了



第四節 跨個案分析與討論

研究者在初步跟受訪者互動後，以投入相當時間與金錢的三位粉絲為研究對象。三位受訪者皆在學生階段認識偶像並開始追星，受到時代背景、個人特質及當時處境影響，之後追星成為生活的一部分。

在此研究者要回顧受訪者 2010 年的時代背景與受訪者當時的生活脈絡。接著針對三位受訪者的訪談文本做資料整理分析，分為以下三個部份：一、藉由偶像對受訪者的意義探討相互關係；二、受訪者在經歷偶像自殺死亡後之悲傷反應；三、受訪者在經歷偶像自殺死亡後之哀悼歷程；四、探討影響悲傷與哀悼之因素及處境。

前言、置身處境—不追韓團追誰？

一、當代的追星首選：韓流當道

從大環境看，一開始認識偶像主要是韓流在臺灣蓬勃發展，韓星來臺灣宣傳活動、上電視節目打歌錄影、開見面會以及代言等。同時，也受身邊親友影響，同學、室友、男友、周遭的人都在接觸韓流，透過電視放送等，追韓星已經是整個時代的氛圍。但也可以看到涉入程度仍然有所差異。

因為已經是一個趨勢了我覺得在當時來說，假設我沒有喜歡 SHINee，說不定一年後的《Sorry, Sorry》就會打動我，這我也不知道，就是你也不知道你會不會喜歡別人，只是剛好那個時間點、那個團體，就是剛好的靠近了，你就是得知了這個消息，所以我覺得他是一個趨勢，就是那時候的少女們/青少年都在追韓星。（A-070-1）

A 從小就對關注藝人、影劇，B 也曾有追星經驗，追的是日團跟台灣藝人，從小就有傾向，只是在當時代的趨勢之下，轉而變成追韓國偶像明星。也透露著當時台灣並未有偶像明星能與日韓團偶像競爭。

對阿那時候你不覺得全部人都在追韓星，就是好像當周杰倫、蔡依林的時代過去後，我的意思是那時候沒有人，所以人們就開始從喜歡日本團，轉移到喜歡韓團，那個時代，就會有這個狀況這樣子。（A-071-1）

但入韓前期我自己覺得蠻晚了，就是當時韓流大爆發的時候，好像我準確喜歡上 SHINee 應該是 2011 年初吧，2010 年底 2011 年初，沒有一個確切時間，那時候其實韓流在臺灣經營、發酵，因為那時候已經有什麼《Sorry, Sorry》阿，那時候《Sorry, Sorry》已經出了，我覺得我算是晚一點點入坑的，一直到現在 10 年了。
(B-002-2)

我覺得我本來就是個迷妹，我國中就蠻喜歡追星的，那時候追的是日團，後來也沒有，再後來就追到台灣的，追林宥嘉 (B-002-1)

有一天我媽跟我說電視上好像有一個蠻帥的團體，那個時候電視都會打韓國歌，那時候韓國的文化剛好進來，變成你在隨便轉台，節目結束之後就會播韓文歌
(C-007-2)

二、當階段的學生身分及個人特質

從個人來看，因為受訪者們當時的學生身份，時間相對自由，有足夠的時間跟體力追星，同時因為情感上的關係轉而投入追星，從小的「迷妹體質」，與生俱來般。這些因素加總而看，追韓團是必然。

對，我讀專科的，所以說實話真的沒有什麼，每天都很閒啦，說真的，沒什麼事幹，然後那時候上課都很鬆，所以你也可以聽你的音樂，做你的事，然後看你的東西這樣 (C-023-1)

大學的好處就是真快樂，可以不用上班一直去，而且是不用錢的，你只要有機票有住宿，基本上就可以看免費的 (A-021-2)

我本來就是迷妹，之前就追過星，然後就一發不可收拾，就「好啊!」，我就開始，真的開始狂看影片，大學生嘛，沒事就會熬 (B-006-2)

透露正處於韓流二代團，如少女時代、東方神起等正當紅的年代，在臺灣蓬勃發展、成為流行，受訪者在這樣的時代背景追星。

二十一世紀初由韓劇在台灣掀起韓流，而在 2009 年左右，另一波由韓國偶像團體掀起的韓流也蔚然形成，他／她們的表演一開始是藉由網路傳遞至台灣，而網路的分享也在台灣培養出一群規模相當的韓流迷群（林文婷，2011）。在當時的年輕人，無不受到這股韓流興起帶來的風潮影響，大街小巷充斥著韓團明星圖像與音樂，而他們的消息也滿滿的圍繞在身邊無孔不入。追星的行為滲透入生活中，成為日常的一環。

三、挑選原因

韓國的追星文化特殊，受訪者都曾出國追星，及付出相當程度心力。Abercrombie 與 Longhurst（1998）發展迷光譜將閱聽人及迷做分類。三位受訪者不僅只於運用媒介追隨特定的偶像，觀看影片、動態是日常，參與粉絲社群、演唱會等活動，進行組織應援、跨國追星，符合更具重度使用媒體、也參與活動的粉絲，超越一般迷等級，投入的時間金錢，更是難以估計。

外界常認為粉絲典型的行為可能是花錢看演唱會、買專輯等，但其實追星不只是如此，過程有很多事情，偶像就在生活當中，一點一滴累積，如空氣滲透生活。

他根本是在你的生活中，就好像你跟你的朋友，如果他今天發一個文，你說「欸他好可愛喔」，然後朋友就說「對阿對阿好可愛」之類的，他就是已經在你的生活中，或者是他們公司說什麼什麼，他就是你的日常，就是你每天都會討論到他，而不是說你只有在特定的時間、下班後，我有時間了，我來看一下今天一個影片，就不會是這個樣子，而是已跟他們同時在進行式，妳同時就是在跟他們吸收一樣的最新近況這樣。（A-014-10）

A 非常願意為鐘鉉付出，即使過程有時不容易，但再辛苦也甘願，彷彿信仰般不會疲憊，對於自己做過的事情已說不清了。

可是你在很辛苦的在執行你覺得很神聖的事情的時候，你是不會有辛苦的感覺，你可能很痛苦但你不會覺得辛苦或是想要放棄，所以就是追星的人會有一種很奇妙的、不會累的很奇妙的腎上腺素（A-022-3）

那個時候，同學哦，我想想看，那時候只能說韓流這件事很盛行，有很多團體，但大家可能都有喜歡，但是不會真的像我這麼認真的在追（C-046-1）

而且我們是會去看演唱會，有些人就覺得說他們不想花這個錢來看，很貴嘛，裡面 4000 多塊的票很貴，所以我只能說他們會知道，也蠻喜歡，但他們不會花錢追，可能只有我一個人，對，全班只有我一個人（C-047-1）

以前都會去那個…不是以前，現在也會，就是四大電視台打歌，可以去看打歌錄影，然後我大概一個禮拜都在那邊看這樣子，那時候流行公演，你也可以一直去看不用錢的（A-021-1）

很多欸，真的好多，因為那時候好常來台灣喔，那時候連三年，每年都來三次台灣，11 年(2011)三次，12 年、13 年，有拼盤、個唱，然後也有代言線上跳舞機的電玩遊戲，見面會也有，跟代言化妝品的，也都有去，後來他們就比較少來了，之後就變成我飛過去看了（B-015-1）

陳怡禎、大尾侑子（2021）以日本傑尼斯事務所的偶像為例，粉絲藉由付出時間、勞力與金錢成本獲得接近身處日本的偶像們的機會，對於消弭了物理距離的數位技術並不特別感到受惠，反而更加強化了台灣粉絲對於實際情境消費的執著與渴望，並以此鞏固自己身為傑尼斯迷的認同感，並將其視為自我價值的展現。

追星某種程度是對現實生活的轉移，能在現實與幻想間有個小小寄託。追星過程也有許多附加價值，例如：結交粉絲朋友、學會基本韓文、為了追星努力工作、為生活增添快樂等，整個過程都是重要動力。

沈圳（2020）以王一博之粉絲為研究對象，結果發現，粉絲受到內在動機的促使，包括身份認同、群體歸屬、情感聯結、心理投射，並受到外在影響的作用，包括商業環境與競爭環境的刺激，以及粉絲社群文化的薰陶，最終構成其獨具特徵的消費行為。

程琪媛（2019）研究表示，韓流的成年粉絲的追星表現隨著成長變得更有能力實踐，但周邊商品、金錢集資等應援方式幾乎不是他們的追星重點，反而在日常生活中，以各種隱密細微的方式在外觀或精神上學習模仿偶像，以及頻繁地出國參加演唱會、

遊歷與偶像相關的景點，對成年粉絲而言，追星不僅調劑日常生活，同時對其價值觀與行為產生影響。

壹、粉絲與偶像的關係

十年流逝，偶像在心中某個重要位置。受訪者追星從求學跨越到出社會工作，也許工作轉換，但偶像卻一直不變，此探討粉絲與偶像的關係，與偶像的意義。

一、追星的擬社會關係營造完美的形象及距離

(一)韓國偶像提供情感投射，滿足心理需求

粉絲與韓國偶像一開始的連結透過旁人或電視等認識，看著影片，被偶像在螢幕中的樣子深受吸引、專輯、海報、歌曲等等，建立在擬社會關係上。每個粉絲都有自己的想法，B以暗戀男友形容，好像對他很熟悉，但實際又沒有那麼了解這個人。

「追星就是一場最盛大的暗戀」(B-138-1) 就像學生時代暗戀的時候那種感覺，其實你明明都知道他可能下一步要做什麼，可是你真的有跟他熟到就是…卻也沒有，暗戀別的男生就是這種感覺，你都知道他什麼時間點會出來裝水，你就是很熟悉他的事情，可是…其實又真的沒有那麼熟。(B-139-1)

我就第一眼看到他就很喜歡他，即使看了他們那麼多綜藝，我就是喜歡他，我也不知道為什麼，就一直到现在了。(C-104-1)

當然主要還是因為他的才華，你會覺得說喔他唱歌真的很好聽，你會很想要更加的去支持(A-019-1)

受訪者提到自己喜歡偶像原因可能先從外表、覺得可愛等特質，或被歌曲吸引，再看內在跟才華，但持續追隨十年的原因，對於投入很深的粉絲而言已經難以言喻了。偶像不只是偶像，對粉絲而言，很難用幾句話說明喜歡偶像的原因。每個粉絲都有著自己的喜好，反映了自身內在的需求跟期望。

偶像這個東西其實，對於粉絲來講是有很多面向的，有些人可能會把偶像幻想，他是我什麼喜歡的人，我以後想要嫁給他，有些人就是會有這種感覺，然後有的是覺得說他像個小弟弟一樣，姐姐要照顧他，你看什麼姊姊飯、媽媽飯，類似這種的想法，甚至還有什麼那種 CP 飯，反正就是各式各樣 (A-009-1)

(二)偶像不只是偶像，替代重要他人

林佳宣 (2021) 認為歌迷將偶像投射成身邊重要他人，形成特殊的追星歷程；迷群有如小型社會，歌迷從中培養社會化的能力與態度、偶像與生命事件的連結，為生命低潮與挫折帶來支持的力量，甚至偶像在資深歌迷的生命歷程中扮演著生涯角色的楷模。在 A 孤身來到異鄉求學，偶像陪伴自己，將偶像定義在接近家人的位置，對 B 來說則像是一起長大，因家庭的疏離，投射出童年對溫暖感情的渴望，在追星後，感情空窗六年，偶像可以是更完美的男友及友伴，便不需要在現實跟旁人打交道。

畢業之後我有換一份工作，我剛進去我真的決心我只賺錢，我沒有想要做任何其他事情，我就要賺錢追星，還因為主管覺得我很努力把我也升職，現在我很想跟他說其實我只是想賺錢追星，我不想跟其他人勾搭太多。(B-010-3)

C 認為生活有很多事與願違，工作從為了分擔家計，可追星讓賺錢不只是養家，還有了美好的嚮往。追星這件事讓她感到快樂，為了追星跟偶像而支撐下去，對 C 來說，長達十年，鐘鉉是分手後的情感寄託，生活的動力。偶像在受訪者心中的位置已是像家人般的存在，是生活的動力，成就了一部份的自己。提到對偶像的情感時，已經不是將偶像視為已有的女友粉了。

就我或許，一開始沒有的話，我可能還會因為在分手，覺得心情很差，然後一直這樣下去，然後又或者是現在，我覺得至少他現在還一直是我的力量，我看到他的照片，我還是會笑得很開心，我現在在滑手機，看他的照片，還是會很快樂，就是我没有辦法想像沒有他的日子。(C-179-1)

我覺得其實對我來說，鐘鉉是一種救贖，我記得我以前發文講，我說不管是以前還是現在，你都一直是我的動力，因為有他，所以我才會很努力的想要賺錢，然

後想要出國，想要看著他，即使他現在這樣，那我可能也會希望以後我們能再遇到，所以我很努力的生活，他們一直都是我的動力。(C-175-1)

另外，受訪者大多單身或曾因為追星而感情空窗多年，認識的粉絲朋友也有類似狀況，保持單身的傾向，提到談戀愛、交男友很麻煩，或是偶像已是理想型，很難進入一段關係。回應了這樣的擬社會關係還會因為情感的投入而取代現實中的關係（Derrick, Gabriel & Tippin, 2008），因偶像替代受訪者心中某個重要他人的位置，某程度滿足了心靈上的關係，因此可能侷限現實中人際的連結。

在那個身邊人都被韓流文化涵化的情境，加上他們的個人特質，對於喜歡的事情全力投入，將情感需求寄託在偶像上。細細分析三人對於追星的啟程，都是源自於填補心理的需求與期待，也是在人成長過程中所需要的愛跟關係的投射。朱龍祥、陸洛（2000）指出偶像對歌迷生活的影響則包括對個人外在生活的意義：型塑理想的異性條件、形象塑造、學習目標、融入生活等；以及個人內在滿足的意義：包括心理滿足、情緒享受、保有過去等，這顯示消費者的行為有其目的，是為了主動滿足其內、外在的需求。陳怡安（2020）也認為粉絲在偶像身上滿足了愛與隸屬的需求以及尋找興奮性客體的替代；粉絲為了滿足需求會透過投射對偶像形成不同的幻想，偶像若給予回應產生了投射性認同，幻想就可以繼續，進而粉絲會在追星的過程中經驗到意義感。

三人對於偶像都有一定程度之崇拜、愛慕與親密的感覺，將偶像當成心中完美情人來圓滿現實生活裡的不足。在艾瑞克森社會心理發展階段中，同為成年人早期的三人面對親密跟孤獨的任務，她們渴求情愛跟親密關係的建立，偶像滿足當階段及過往關係之心理需求，替代了重要他人（簡妙如，1996；王欣如，2006；朱龍祥、陸洛，2000；陳怡安，2020）。

二、在現實跟幻想間的完美形象

每個受訪者都說「追星就是很快樂」，偶像不在生活中，粉絲在中心空出一個位置給偶像，視如家人或是自己人，更替代重要他人。有如親友般，也如人際歷程。跟現實相比，是美好的關係。

已經有點像是變成是生命中的一個人在那邊，已經變成不太是很偶像的那個狀態了，我不知怎麼形容，他已經像空氣一樣就是存在在我的生活裡面了那種感覺。
(A-009-1)

在當時 B 與 A 都有交往的對象，後來發現那不是自己所理想的狀態，而主動與男友分手。A 當時不想放太多心力跟時間經營兩個人的小世界，侷限自己的生活，選擇轉移重心到更多面向。B 交往時，期望跟男友有較多相處的時間，但男友卻要自己找其他重心，投注的感情得不到相對的陪伴，以及生活上的摩擦，導致 B 開始全心投入追星，將理想中的美好關係寄託在偶像上。

另外，時代背景與現在相比，獲取資訊並不容易，在偶像所屬的團體沒有回歸時，各自安好，等待著再次見面的那天。當再度回歸時就是慶典、狂歡後彼此回到各自的崗位好好生活、這樣期待著。

因為也有可能以前的時代沒有現在的那麼發達，就是有太多直播的東西什麼，以前就是他們如果有出現在活動上面，你就看那些活動的影像，如果他們不在，那我們就去做自己的事，像是回歸方面，可能他們好像 Lucifer 之後好像一年多快兩年都沒有回歸，所以一整段時間我就在做我自己的事阿，你就在做你自己的事，有點像這種感覺 (A-019-11)

那時候印象就是快樂的看演唱會、快樂的買周邊、快樂的排隊，類似這種，當然你結束還是會有空虛感，就是看完演唱會廢人症，可是那跟你的開心不影響的 (A-021-1)

我覺得最重要的就是那份滿足感吧，雖然說通常演唱會結束之後會空虛、廢人症，但是我覺得那個感覺、很滿的感覺，就是充電阿，大家應該都這樣吧，如果是迷妹都覺得是充電阿!就我可以再活 10 天了! (B-013-1)

這樣美好的距離，讓受訪者加倍感動，在心裡塑造出完美的形象，選擇只看舞台上展現的樣子，不去窺探過多偶像的其他陰暗面。如過渡性客體，偶像成為粉絲心中的重要他人，在追星時的瘋狂就像是遊戲，是一個幻想空間，而專輯、周邊商品等也成為粉絲與偶像的連結，在看不到偶像時，成為想念的媒介。

我覺得要保持開心的方法就是不要去太深入的干擾他們，你就是看他們想要給你看的東西，然後你才能知道一些他平時做的一些小事啊那些就好了 (A-019-10)

從頭到尾就是沒有人要你就是去喜歡他，從頭到尾就是我們自己主動選擇這個明星，去做這件事情，但喜歡他的就是他這時候這個樣子 (B-0145-2)

有些人有可能突然交女朋友，就天崩地裂或幹嘛，我覺得喜歡的就是他舞台上的樣子，有些人是那種追了私生後發現，他不是想像中的那種完美的人設，然後就開始回踩他、黑他，很多私生都這樣，那我就覺得你這樣很沒道理阿 (B-145-2)

粉絲選擇了偶像，認定就主動去追這個人。在付出的同時很清楚自己與偶像之間的距離，就是這樣遙遠、安全的距離，且偶像不像現實中的親友一起生活，會有所負擔跟摩擦，沒有被傷害的風險，是不會背叛自己的完美形象，因此對粉絲來說，追星總是美好快樂，絲毫不會感到辛苦疲憊。

追星的事情多快樂，對啊，那時候真的很快樂，即使很窮很不方便，就是很快樂 (C-174-2)

在一起還要吵架，然後又得失心，反正就是很多雞毛蒜皮的事情，沒辦法，就會有摩擦，會覺得很累，就是這麼辛苦，那我不如去追星就好了，追星滿快樂。(A-287-1)

我真的覺得「我幹嘛?我自己一個人明明就可以很好」可惡，不過我也真的因為這樣長達快6年的空窗期，我真的是全心投入 SHINee，這世界上沒有比他們更好的人(笑)，雖然都知道他們可能也不是多完美的人，一定也有缺點，但是我覺得我的偶巴們挺好的啊。(A-006-3)

比較快樂啊，因為我追星我覺得我追得很快樂，我覺得雖然說追星很花錢，可是就覺得…我那時候覺得我花錢買快樂，就跟他在一起沒有比較快樂啊 (B-007-1)

受訪者們將心中的重要位置留給了偶像，甚至即使為了男朋友也不會這樣，正因為這種無法觸及的距離，讓粉絲用生命去追這個人，為了他可以不顧一切。

對鐘鉉我會願意去坐在最後一排，我花兩萬塊去發東西給喜歡他的人，為了讓他們去看鐘鉉。(A-103-2) 是不一樣的喔，這是不一樣的，一個是我想要自己快樂，一個是我想要他可以更多人喜歡他。(A-104-1)

每次人家問說「你最喜歡看他哪裡？」都是答不出來的，因為根本就是沒有一個最喜歡哪裡的點，當你已經有點太深的時候，就連他的缺點你都已經 OK 了，就好像假設你的家人還是你的老公、男朋友，就是當他有 A、B、C 的缺點，但可能還有 20 個優點的話，你就會覺得那些都是可以包容的，不太需要去拘泥。(A-038-3)

我會有一個...我也不知為什麼，就是希望他開心做他自己喜歡做的事情就好了，所以可能在他音樂上，還是他的感情生活等等，就算知道有什麼東西我也不會覺得「什麼?!他怎麼可以這樣?!」之類的，我會有一個莫名的、超然的在喜歡他這樣子(A-009-1)

三、躍入粉絲的群體中，尋找屬於自己的認同與夥伴

大多粉絲都是為了快樂而追星，但當喜歡並投入後，當偶像失意或受傷害，粉絲也會難過。粉絲對偶像的認同、粉絲與粉絲群體與偶像是一體的，使得受訪者更全力投入。

我覺得一旦開啟，你就踏進去你就出不來，因為你...應該說對 idol 的情感有到一定的程度你也會想要得到些什麼，也想要在這個群體裏有認同感，所以你就會開始想要找周邊一樣的人，去認識那些人，結交一樣是同是粉絲的朋友(B-006-3)

同時，粉絲群體就是超越語言、國家的大家族，因為偶像而團結，粉絲群體願意為了共同支持的偶像努力達到目標。「我的一個姊姊迷妹朋友，他說你欠著、我好像花了半年才把錢還完，他說你一定要去，所以我就跟著他一起去了(A-019-4)」、「我們那個時代就是來來去去，可是還是會有一群一直都很要好的，他們已經變成現實的朋友了，就是每個月會出來吃飯的那種(A-227-1)」也許這樣的情誼讓獨在異鄉的 A 感觸更深，在演唱會現場聊天、開心排周邊等等，受訪者都提到因為追星遇到一群粉絲朋友，更感激的是多年後跨越成為現實生活的朋友。

顏昱昕（2021）研究指出成人長期參與追星活動產生之正向特質，包括「喜好學習、判斷力、熱情、毅力、愛與被愛、社會智慧、團隊精神、自我控制、對美與卓越的欣賞、希望、心靈信仰」十一項特質；並且長期參與追星活動產生之正向特色為「交友擴展及歸屬感」。一群同好有共同的應援行為，大家喜歡的是同一個人與團體，於是形成一個社群，互相支持與互相鼓勵。三人在偶像身上得到認同與愉悅，感受到愛與歸屬，在團體有好的表現時覺得與有榮焉。

因為你的偶像如果給你的那個講出去是很正面的話，就例如說你講到 SHINee 喔~ 他們唱歌很有能力啊對粉絲很好，你就會覺得也與有榮焉，我也是那個群體的一份子，也很驕傲這樣子（A-021-2）

我也可以感覺到我的偶像很愛我們粉絲，所以你就會非常的、感覺跟他們是有連結到，所以我覺得這方面是蠻開心的，對，所以就有一種像是比起見他跟他一起做些什麼，好像那個過程，你知道那個過程會讓人更加開心這樣子。（A-021-2）

雖然我也會因為他們沒有得獎、因為公司一些決策讓他們受了委屈，我也會很難過，可是就是覺得至少是一起的，我自己覺得我跟所有的粉絲朋友跟他們，我覺得我們大家是一起的，我覺得會有個依靠吧（B-010-1）

饒怡雲（2006）以裴勇俊的粉絲作為訪談對象研究指出在「迷」的過程當中內心會產生各種的愉悅類型，而在行為反應上則包含「密集投入想像的關係」、「再詮釋、再生產、再創造」、「組織或參與社群」等。許如婷（2014）也認為「迷/粉絲」對 K-POP 男子偶像的崇拜，融入於日常生活中，試圖在「我」與「偶像」之間編織故事、記憶，以實踐偶像認同。粉絲的追星行為，關注偶像跟實際以金錢時間支持偶像的行為；對粉絲而言，就如日常生活一般。你或我會為了某些偏好或是品牌花更高的金錢購買、會為了支持某個理念進行投票或抗議，而粉絲做的事情就跟你我一樣。

愛與恨是一體兩面。這些種種造就追星本就是如此美好的一件事，主動去追這樣完美的形象，在偶像的突然自殺，一切瞬間瓦解，粉絲該有多痛。

貳、自殺的突然，打破完美關係的想像

悲傷是一段旅程，沒有固定的順序可供參考，每個人每一次的悲傷失落經驗都是獨一無二的。本段依照偶像自殺死亡的悲傷經驗進行分析，整理以下三個主題來進行說明討論。

一、偶像的死亡打破內在完美關係的投射，如失去至親般悲痛

死亡打破內在投射，悲傷的主因是內在重要他人死亡，導致如同失去至親般悲痛。在三位受訪者心中，鐘鉉對 A 而言已是如同家人的超然存在，B 則是一同成長的對象，C 是生活的動力及救贖，對於粉絲而言，偶像在心中的重要位置，將偶像視為至親、情人、家人；有時也是自己的分身般存在，即使無法時刻見面，藉由擬社會關係連結，偶像已如空氣存在受訪者生活，甚至超越這些範疇的超然存在，在生命中的意義很不同，並非只是如外界所想像的，粉絲只是追一個偶像明星而已，因此，死的不是偶像，死的是心中的重要他人。

受訪者在經歷偶像的死亡時，那樣的悲傷有如失去至親般的悲痛，不只是圈外人的大眾，連受訪者自己都難以想像會如此痛到心底，難以承受。C 之前有家中小狗死亡的經驗，但是鐘鉉的死太過嚇人，在 C 的內心造成陰影跟創傷。

我目前啦，雖然這樣講不太好，就是我家裡沒有經歷過這種家人離去的現象……透過這個事情，我完全就是瞬間理解了，如果之後我有心愛的人離開我的話，大概就是這個感覺。（A-007-2）

因為我後來從鐘鉉這件事情，知道了生離死別就是很嚇人，我對生離死別的這個記憶不好，這個回憶、這個想法，就會覺得心裡有陰影。（C-133-2）

鐘鉉過世這件事情影響我非常深，這很久以前，我們家狗狗過世的時候對我來說，牠過世了，我覺得小生命過世了，我很傷心，但是過幾天就好了（C-134-3）

粉絲將心裡的重要位置留給偶像，死的不只是偶像，死的是粉絲內在的重要他人，因偶像有著替補某部分人際關係上的功能，如同空氣般理所當然存在自己生命中，也

為了這個如同家人、男友甚至更超然存在的人不顧一切，也正因為這種無法觸及的距離，讓粉絲用生命主動去追這個人，但是卻在這時候突然從粉絲生命中被抽離，這樣不告而別、無力挽回，悲傷的本質是內在投射的重要他人瞬間瓦解。

二、粉絲遺族—竟然這樣不告而別

心理學家史奈曼（Edwin S. Shneidman）於 1970 年代提出「自殺者遺族」來描述因為「因為自殺事件而遭遇痛苦的人」，受訪者們在經歷偶像自殺後，成為了自殺遺族。

(一) 粉絲遺族

對於偶像突如其來的自殺消息，受訪者皆從網路上得知，因身處不同國家、不同語言，粉絲透過媒體報導才能得知，也因消息的混亂，即使看到新聞，仍然沒有真實感，或盼望是假的，能有轉圜。被動的接收各種資訊，消息混亂也影響心情起伏，普遍懷抱希望，也希望是小道消息，等待公司發表聲明確認偶像死亡。對粉絲來說，從螢幕上看到的偶像死亡是一則新聞，藉著公司確認、到靈堂現場才有真實感。

回憶當時，A、B 與 C 都對消息有著悲傷反應；一開始還沒有特別的反應，因為還沒有意識到這個消息，接著開始出現包含感到很不真實、震驚、驚嚇、否認、生氣。直到現在回想起來仍是很空白、片段。在認知上如同 Worden(2002)：不相信、困惑、沉迷於對逝者的思念、感到逝者仍然存在、產生幻覺等。身體反應有手抖、心臟加速、失眠等，並且不斷等待消息，抱有一絲希望能有轉圜，B 對於當時發文哀悼的藝人感到生氣，當晚難眠。

而後續的反應有因自殺引起的自責、愧疚、後悔、疑惑自殺的原因等，抗拒接受 (Worden,2002)。

他是一段一段的，你就是生氣又回想，然後傷心又再罵他，然後又再傷心，然後又有時候想到開心的，然後又開心，然後傷心，它就是一個不斷地重回重回，可是你整個拉遠來看，就會很明顯的就是看到那個四個階段。(A-086-1)

(二) 非預期的自殺，打亂生命秩序，結局不該是如此

對於偶像的非預期死亡，而且是以這樣急遽、自殺的形式，受訪者的心理打擊更為巨大。由於偶像死前一週仍有演唱會活動，也預計隔年發行新專輯，死亡消息突如

其來，粉絲難以接受。受訪者 A 剛參與 solo 演唱會，還沉浸在演唱會的餘韻，B 還在與同事們討論要不要去演唱會，卻突然得知偶像自殺的消息，「可是因為我明明是上一週才在韓國看他的演唱會 (A-005-5)」，「哇，什麼意思?我怎麼會在這邊看我 idol 的遺照啊? (B-023-4)」，「我從沒想過，我竟然真的是陪他走完了一生，真的走完這一生，沒想過有生之年還可以參加 Idol 的葬禮，真的合理嗎? (B-074-2)」

自殺死亡剝奪粉絲的悲傷，引發生氣、被拋下與愧疚自責。粉絲得知偶像自殺死亡，生氣偶像自殺離開，有被拋棄的感覺。

「他怎麼可以這樣?」然後開始罵他，你知道，就會「他搞什麼?怎麼可以丟下我們呢?」(A-079-5)

一直罵他，「你怎麼可以丟下我們?然後你憑什麼就這樣離開?你沒有考慮過...」，你知道就是，SHINee 怎麼辦!之類的，生氣完之後才開始悲傷，對，我才覺得奇怪為什麼那時候沒有哭。(A-081-1)

到那邊剩我們真的是，因為我記得好像 2 月底，就等於才過 2 個月多一點，那時候是大型的弔唁廳你知道嗎?那時 5 萬人都...你可以知道大家都不是抱著完全興奮的心情進入那個會場。(B-017-1)

呂欣芹、方俊凱、林綺雲 (2007) 研究發現自殺者遺族整體悲傷反應的特徵，包含：震驚、困惑、憤怒與罪惡感、懷抱悲傷、無意義、緘默；可能進一步形成壓抑、尋找、怪罪、憂鬱、絕望、孤獨的危機。創傷性的死亡是造成複雜性悲傷的因素 (Rando,1995)，看到偶像的自殺，公布的遺書透露生前受憂鬱症所苦，想像他所承受的痛苦與壓力導致他要離開這世間，受訪者悲苦無奈，粉絲也是自殺遺族，C 後續難以疏通悲傷，經歷一段憂鬱時光。

同樣的，受訪者後悔沒在偶像生前積極支持、或是哪裡做得不夠好等自責。且偶像帶給粉絲許多快樂，粉絲愧疚、難過，於是認為偶像的死與自己有關，不斷在內在自責，自己居然沒有發現，沒辦法多做些什麼來挽回的無力感。

會自責，會覺得為什麼沒有早一點發現?你整理自己到一個階段，就開始覺得說為什麼他身邊的人沒有發現他有這個傾向，然後就自責說「阿，為什麼上次...」，假設看演唱會的時候，我沒有再多表達我對他的愛，讓他可能有更多想要留在這個世界的想法 (A-087-2)

你就會想說「是不是我們有哪裡做的不夠好?專輯買的不夠多?可能成績不好，所以才過不去，你知道就是開始會自責反省自己是不是哪裡做得不好? (A-087-1)

或許他這麼的憂鬱，是不是粉絲應該會知道，就是你會覺得自己好像什麼也沒做到，連他憂鬱都不知道，對，你連憂鬱你都不知道，你還說你很喜歡他 (C-078-2)

他為你的人生帶來這麼多，帶給你快樂，他曾經是你的救贖，但最後你卻沒有能為他做些什麼，讓他離開了人世，就覺得很自責 (C-079-1)

Doka(1989)在研究中比較自殺、意外及自然死亡對自殺者親友的影響，發現自殺者親友比意外及自然死亡者的親友承擔更多的責任感、罪惡感、羞恥感及汙名感，他們會不斷的去尋找親友為何自殺的答案。驟然自殺引發強烈的失格及愧疚感，受訪者懷疑是否自己的愛造成負擔，是造成偶像死亡的加害原因，不如回到原點，不要認識就好，是否過去只是自己單方面的快樂，但對於偶像本人是怎麼想的、到底自殺原因是什麼，永遠得不到解答而更加痛苦。

突然發現，喔原來照耀我的太陽，他是用在燃燒自己的方式在照耀我，這件事讓我覺得很痛苦，就是其實他不是.....我覺得我過去就是有點心安理得，有點理所當然的接受金鐘鉉甚至其他四個成員帶給我的那種溫暖跟滿足感 (B-117-4)

然後越是看著他笑得很開心的那些影片，你會覺得他或許沒有笑得很開心，或許是我們覺得他很開心，其實他根本就一點都不快樂 (C-079-2)

但他到底是怎麼想的，你不知道，可是這件事情也會，就是會讓你心裡很難受。(C-080-1)

當然你跟朋友講，他說你不要這樣想，因為這個是你得不到答案的答案，對，可是你一直拿這樣子的問題去折磨自己，你一點也得不到任何解答，對。(C-081-1)

其實那時候他走的時候，我很埋怨，說你怎麼能就這麼走了，這麼多人愛你，可是你卻走了，你都沒有想過這些人其實比你想像中更愛你，但你都不知道(C-086-5)

粉絲這麼愛你，付出這麼多，你怎麼能夠這樣一走了之？懷疑追星這件事是錯的，過去一起共創的種種美好只是自以為單方面的想像，偶像本人深陷憂鬱竟不知道。意識到原來這段美好的關係，仍是會結束，而且用如此沉痛的方式，C甚至寧願不要認識就好、要將追星的快樂全部歸零，只為換取偶像活下去。如此悲痛的結局，讓受訪者沒有任何準備，難以接受。

會覺得追星這件事情或是喜歡他，他成為明星，你或許覺得是很快樂的一件事，但或者這是加速他死亡的原因，你會覺得所以我追星這件事情是錯的嗎？會不會他根本就不會成為藝人，我們當初不要認識就好了，因為好像他當了明星這件事情，讓他得憂鬱症，當然這可能跟他個性也有關係什麼之類的，但是你就會覺得，好像自己讓他變成這樣子，最後這樣結果的一個，你知道，加害的。(C-079-2)

對，我覺得粉絲應該都這樣，…更覺得是真的沒有幫到他，但其實再往回想，你也幫助不了他什麼，更顯得很無力阿，我能做什麼？我就算跟他講「你要…就是加油，辛苦了」，可是我覺得他感受不到，文字什麼的，就算感受到了「阿，我看到我的粉絲給我鼓勵，我現在可能可以」，可是我覺得對他那只是一剎那的事情，抑鬱症本來就是一個很突如其來的…。(B-025-1)

即使都是粉絲，每位粉絲的悲傷都有所不同，而受訪者都有過十分抑鬱悲痛的時期，其中 A 自認較沒有遺憾，但不排除悲傷有被自己壓抑或忽略的可能。B 煎熬著自己的太陽怎麼走向毀滅，C 後續曾罹患憂鬱症甚至有自殺意念，同樣的是得靠自己調適來度過悲傷。

其實我個人沒有很久，我覺得我沒有很久，我蠻快就接受了，因為我就覺得說，他做那個決定也是很不容易，竟然他做了，他都做了，那你不接受，你一直否定的話，就有點鑽牛角尖了（A-093-1）

我覺得我接受的當下就是靈車開來當下，因為我真的是覺得太簡單的一件事情了（B-077-1）

對於受訪者而言，鐘鉉自殺不只是一個偶像明星的死去與離開；他們的悲傷是一個持續的過程，悲傷不只是一種單純的情緒，也不只是一種心理狀態，也會有身體和情緒上的症狀反應，三人都包含了胸悶、沒有胃口、睡眠品質不佳、情緒上無法安定、隨時都有想哭的感覺，以及無法控制的想念。也根據三個人不同的個性，當面對非預期的死亡、沒有心理準備的失落，如自殺、意外身亡等，讓他們的悲傷情緒中還夾雜了一些過去未解決的複雜問題。

三、死亡帶來多重失落，觸動過往的關係斷裂與未竟事宜

（一）觸發過往的未竟事宜

受訪者的失落涵蓋多個層面，內在需要處理因為偶像死亡的悲傷，處理悲傷時，引發過去的關係議題。B 在經歷偶像離世後，B 與家人的互動關係未改變，B 曾轉而關注其他影星，滿足對於美好關係的期待。

關係斷裂再次出現，悲傷常在沒有意識到的時候突然拜訪，而受訪者都提到自己都是獨自夜深人靜時才会有大哭等情緒展現，在旁人面前不會，甚至是一閃過的片段觸發了眼淚。或許正因為追星就是一件很快樂的事，難以違背這原本美好的事情，因此不會特地去看影片，而是在沒有意識的狀況下，悲傷突然湧現。受訪者用這樣的機制保護自己及追星這件事，悲傷潛藏在心理仍刻骨銘心，如影隨形。

大部分的時候，不是真的看著照片，然後流淚，是沒有這種狀態，比較少，就可能突然一個畫面，或者是你知道有時候會有一些畫面或者是你滑 IG，然後可能看到一個，人家不是都會弄那種小短片，就看到那個，就是認得（A-165-1）

我認為那個療傷是屬於自己去療傷，…因為我跟他們在一起，我比較不會哭，我可能就自己在家裡、晚上，我朋友都是，自己在家、一個人的時候才比較容易哭 (B-075-7)

我記得好像是那一年，還是隔一年?與神同行上映吧，你有看嗎?他最一開始不是也有拍靈堂嗎?我真的是在電影院爆哭欸，人家哭的點都是那種什麼很感人，我哭的點是那個畫面，因為我一直想到那個照片旁邊都是鮮花，因為他們那個靈堂長一樣 (B-087-1)

從 C 的成長過程來看，因總是為家人、朋友、男友全然付出，透過追星感受的自我價值，卻因投入戀愛而認為自己失格，C 在偶像離去後，仍得面對自身的生命議題，尤其自殺的再現不得不撕開心底最深處，即便是現在，C 仍在乎鐘鉉，彷彿仍為了偶像而活，為了告訴他要努力生活，陪著團員走下去成為支撐。

(二)偶像的死亡所引發的多重失落

粉絲的悲傷，涵蓋許多層面的失落，粉絲也無法言說，不敢太靠近這內心的傷口，少了一個可以付出的對象。

1.對過往青春回憶的失落

隨著受訪者生命階段的轉變，重心也不同，需要考慮現實工作等，無法像之前學生時期全力投入。除了因為偶像不在而失落，還有種失落是粉絲也長大，不再年輕，不再能像過往年輕時炙熱的追星。而偶像所屬的團體也已過巔峰，粉絲也漸漸離開變少。

我覺得辦這種活動挺好的，因為其實粉絲很多都已經是成年人了，都有工作，不可能時時刻刻還像以前一樣，動不動大半夜就熬個夜看影片，然後自己哭得唏哩嘩啦的，就不太可能... 大家都會被生活一直往前推，你沒有那麼多的時間去好好的去... 你可能很想念他，可是其實你根本來不及想念他，你可能就要再做下一件事情，大家都很忙 (B-090-2)

對，之前真的很燃燒，就是會比較理智，我覺得可能真的跟你的生活背景有關，因為你現在已經上班了，你也要存錢，可能還有以後未來的規劃什麼(A-274-1)

沒有那樣的日子，我覺得我可能不是現在的我，所以我覺得追星這件事情成就了某方面的我。(C-174-3)

2.一個世代的失落

由於訪談者皆是 SHINee 的粉絲，韓流白皮書(2017)劃分為二代團，在團體發展的同時引領韓流盛世，與時代共同成長，隨著韓流改朝換代，新一代團陸續崛起，二代團也經歷生離死別，走入韓流篇章，隱含一個時世代的失落，過往輝煌成績留在粉絲心中追憶，感嘆過去追星與現在的轉變跟不同。

那是因為老團的關係(B-098-1)。粉絲族群年齡層不一樣，那是一定的，現在是防彈 (BTS 防彈少年團：目前韓流三代團代表)，全世界…他們年齡層很廣。SHINee 現在很難吸小朋友了，泰民吧頂多。(B-099-1)

他對我來講感覺很像是這一連串事件的開端，…可能我之前沒有意識到其他的偶像明星有沒有類似的狀況，但是以我這一代開始追星、追韓星的人而言，他好像是第一位，後來就是一連串的孩子們(雪莉、荷拉)都離開了。(B-001-3)

就像脫離一個粉絲、飯圈，然後不跟我一起追的時候，我一開始會覺得有種被背叛的感覺，但現在覺得說「就是一個生活契機嘛」如果他覺得現在這樣生活過得比較快樂，漸漸脫離我們，那也沒關係，我覺得有時候不用刻意去對方他要不要追星?他如果真的想，他就會回來，那他之後要嘛再回來，我們也接納，對阿，就是畢竟我們粉絲也那麼少，就是大家好好的相依為命。(C-206-3)

參、孤獨療傷之路-粉絲各自用著自己的方式愛著你

此段呈現粉絲在經歷偶像自殺死亡後的哀悼歷程，整理三個主題，分別為：替代儀式是哀悼出口、永遠想你，永遠愛你、轉化。

一、替代儀式是哀悼出口

本段探討受訪者的哀悼歷程，針對受訪者到韓國弔唁、籌辦追思會、演唱會現場、101 留言等儀式進行說明討論，依據 Corr et al. (2003) 將哀悼分為內在與外在兩種類別，內在的哀悼是內心因應失落與哀傷反應的歷程，外在形式的哀悼指透過公開、與人相互分享彼此的哀傷，集結彼此的力量以獲得支持，探討如何透過儀式的內在、外在調適。

依序分為消化死亡的事實、情緒的出口、擁有悲傷的權力三個主題。

(一)消化死亡的事實

粉絲通常不會預想偶像離去的那天，因此得知偶像死亡消息後，除了承受巨大衝擊，還要試著消化離去的事實，受訪者在後續以各自方式去接受偶像不在的事實。

B 看到靈堂的鮮花、遺照，門口的喪主名字是成員，伴隨身旁粉絲的哭泣聲及目睹黑色的車子開走，意識到偶像死亡的巨大空虛。C 到韓國時跟計程車司機的對話，「但你聽到殯儀館，那時候我覺得很震撼，我說，對，我們現在真的是要去見他了 (C-062-3)」。這些情境讓受訪者真實感受到死亡的事實。

而且他外面那邊會有跑馬燈，你知道嗎？就是那個弔唁的那個？葬禮，突然想不起來，他外面就是會跑現在誰誰誰在第幾廳，你會看到他在上面在第幾廳，然後上一組是誰，跟喪主是其他成員的名字，真的太不可思議 (B-074-1)

(二)情緒的出口

藉由參與弔唁及喪禮、親自操辦儀式找尋哀悼的出口，透過集體的哀悼，如親自赴韓送偶像最後一程、追思會等，每個人有屬於自己的哀悼方式跟歷程，需要時間跟空間來面對失落跟悲傷，不被打擾，在那個時空與偶像告別。

但是我後來想也好，就是總比一直憋著好，有種反正你現在怎麼哭也不會讓人覺得你怎麼樣，就是大家都在哭。(B-017-3)

我那時候就是請大家幫他寫紙鶴，我就帶了那個快一千個紙鶴到韓國那邊他有一個紀念的場所，我就坐飛機帶到那邊去給他這樣子，他有一個追思牆，我就去貼在那邊，我們大家寫的紙鶴。(A-201-2)

那活動就是特別騰出一個時間讓你回憶屬於你自己跟他的回憶，你在看影片，可能大家在看同樣的影片，可是每個人想起來的回憶我覺得都不一樣，反正在那空間也沒有人會打擾你們。(B-090-2)

因為大家都很傷心，大家沒有一個場所跟地點可以抒發這個傷心，所以才會有這個契機辦一個活動，讓大家在這個場所來宣洩自己的難過(A-250-1)

(三)擁有悲傷的權利

Doka(2002)建議正在經歷此類悲傷剝奪的失落者，可以用創造儀式來替代與分散哀傷的注意力，以及透過幫助自己也幫助別人經歷哀慟，以得到悲傷的權利。

對於無法前去韓國弔唁的粉絲，且名人的死亡不一定會有公開的喪禮，因此被邀請、或是創造一個替代儀式，是很重要的一部分。這些偶像明星的死亡能透過追思會變的真實，盡情釋放情緒。而操辦追思會、101 投稿的留言祝福，讓粉絲能盡自己的一份力量，親自送親愛的偶像最後一程。

當然工作人員也透過我們辦的過程中，去排解我們的這些難過的情緒，他們可能來哭過了回去，就可能有一種欣慰的感覺之類的，就是我們每個人獲得的東西是不太一樣，但都是一個情緒的出發的管道。(A-250-2)

如果以後真的有別的人過世什麼的，我覺得這種追思會要一直辦下去，因為這樣是給喜歡他的人一個空間，讓你去做宣洩，再出發的，就是讓他先宣洩好了這些情緒以後，之後他才能繼續振作、繼續生活著(C-195-2)

鍾文佳、郭怡芬、夏允中（2019）針對儒釋道喪禮儀式，如何幫助喪親者完成悲傷療癒，此歷程提出在喪禮儀式中達成的悲傷任務分別是：（1）接納失落事實（2）體驗悲傷之苦（3）適應往生者不存在的事實（4）在新生活中找到並持續與往生者有嶄新的連結。尤其對粉絲來說自主舉辦追思會是有意義的，藉著儀式，為家人辦喪禮一樣，圓滿的送走偶像，讓悲傷情緒得以宣洩，有助於後續的悲傷歷程。A 透過操辦追思會讓自己不留遺憾，B 跟 C 提到去弔唁現場讓死亡有真實感，從外在人事物證實偶像已經死亡，並在此空間盡情抒發情緒。

因為我可能會花很多時間去在傷心自責憤怒方面一直自己走不出來，因為我也沒有人可以傾訴，也沒有人可以去真正的花時間去大家一起來想念他或是一起做些什麼東西，沒有一個好好收尾的感覺，所以我覺得就像我沒有辦法去參加他的喪禮什麼的，可是我內心的感覺是我自己這邊幫他做了一個很圓滿的結束了，而且是用美好的方式，不是用哭哭啼啼而已。（A-201-1）

二、永遠愛你，永遠想你

（一）悲傷復原來來回回

Worden(2012)認為在失落後為重建平衡，必須適應失落帶來的悲傷，需經歷四個任務，接受失落的是時候要處理悲傷的痛苦。因此，粉絲承受著痛苦的悲傷是哀悼必經過程，同時應付現實生活。

你應該要一直想著他，就算很痛，可是你還是想著他，因為這樣才代表他的人一直都在（B-075-8）

Stroebe & Schut（1999）的「雙軌歷程模式（dual process model）」認為人要同時失落跟復原是不可能的，因此人總是在這兩個面向間擺盪。受訪者提到這個過程要慢慢來，漸漸恢復生活。鄭淑惠（2005）研究認為自殺遺族的悲傷反應會在積極復原與悲傷失落之間來回擺盪。

我一開始的時候是會聽鐘鉉的歌的，但後來我是不敢聽，我覺得這件事情剛好後來也有一點幫助……不是否定他，而是就是不敢、不想、不願意去碰這樣，所以

我覺得這樣子去封閉這件事情，其實也是有他一定的效果，所以後來真的比較能去做一些生活上日常的事情（C-109-2）

精神分析論認為潛抑哀傷將會導致心理問題，哀悼與憂鬱的差異在若能面對失落並表達哀傷，承認自己的失落時，才能夠重新擁有所失去的人事物，因此當人可以哀悼其失落，失去的客體便能重新存活於哀悼者心理，這個過程使哀悼者的內在世界變得更豐富，也藉此平復失落帶來的哀傷。相對的，當一個人無法哀悼時，就可能導致憂鬱（樊雪梅等譯，2004），Worden（2012）認為在面對失落的同時，重新認識世界與自己，若在此任務抗拒，則可能影響其哀悼及往後新關係的發展。對 C 而言，難以接受鐘鉉已經自殺，因而無法哀悼、導致憂鬱，到後來終於轉念，不再問為什麼，走過憂鬱低潮。

有些人他是完全不聽不看，是直接切斷所有關於他任何的消息，連 MV 什麼的，他可能到現在後來那一張專輯他都沒有看過，但那是他的療癒方式（B-075-6）

不再以「他為什麼就這麼走了」，反而覺得說「對，鐘鉉走了」，可是他或許現在是快樂的，會用這樣的想法去想這件事情（C-119-1）

每年參加追思會跟活動，就像是一個儀式，對有些粉絲來說很重要，只有在那個時刻，才能好好想念。另外，粉絲有自己的紀念方式，其中普遍以刺青的方式紀念。受訪者已經或是計畫要去刺青。粉絲像在紀念，保留心中的一些美好回憶。

在那個追思會的時候有安慰粉絲……你知道就是他在這邊可能已經過世了，但他在另外一邊可能還是活著的之類的，你會覺得說他不完全就是消失。（A-093-2）

失去至愛之痛後，粉絲有著自己的因應方式，有選擇活在「拒絕相信」裡，有的在找尋原因，有的自我封閉不與人談論。也許大部份的時候生活可以正常運作，但一遇到特殊節日，許多回憶便一波波回湧，想起時快樂痛苦又並存，仍然想他、仍然在心裡留一個特殊的位置。受訪者若允許自己悲傷，不再企圖逃避、壓抑，喚醒其經驗，使生活的熟悉感回來，不再選擇埋葬痛苦，就是悲傷疏通的開始。

(二)藉由傾訴、與粉絲共度陪伴

韓流發展至今，偶像與受訪者年齡相近，一同成長，粉絲從未想過會經歷偶像的死亡，也沒有先例可遵循參考，更沒有人教粉絲怎麼面對偶像離去的悲傷，導致粉絲遭遇如此衝擊後，大多是默默承受。受訪者年齡普遍在成年初期，學習著面對處理這樣重大的失落，身旁還有需要協助的粉絲朋友。在這漫長的療傷歷程，粉絲們都很難過，但透過陪伴來共度艱辛，互相依靠，藉由傾訴疏通悲傷。當有人仍愛著、想著偶像，他就永遠不會消失，那就足夠了。

我覺得那個悲傷，只有自己可以去治療，就是自己要找到方式去調適自己，別人都救不了你，因為沒有人可以感同身受，就算我今天跟你一起共度一樣的時間，看一樣的演唱會，或是一起面對這件事情，每個人感受都不一樣，所以我覺得誰都救不了誰，只有自己能救自己 (B-192-2)

其實我覺得就只是陪伴耶，我印象最深刻的是，因為這個都是這樣慢慢一點一點的陪伴，所以真的好像要講一件特別的事也沒有，就是一直在身邊這樣，但我覺得最印象深刻的是，鐘鉉一周年祭日的時候，我們去看海 (C-111-1)

因此，旁人的善解、幫助特別感動，受訪者不奢求他人理解這樣的悲傷，提到自己不需要特別安慰，但若得到旁人的體諒跟幫忙，會特別感動，自己的悲傷得到同理，B 與 C 當時男友的反應讓兩人很感動，B 的男友去 101 現場拍照，這樣重視偶像的死亡。

我記得他就講了一句話，我那時候覺得最感動的話，他說「我知道他對你的回憶很重要，所以你要趕快去看」 (C-060-10)

我記得電話一進來，我說學姊，明天你可以幫我上班，我還沒講完我就大哽咽，我學姊就說好，因為他們都知道，因為我學姊已經跟我共事好一陣子，他們都知道我在追星，他們知道我追 SHINee，所以他們知道我喜歡的過世了，我話都沒講，他說：好沒關係，你就去，我會幫你上班，你就趕快去 (C-061-3)

Doka(2002)建議正在經歷此類悲傷剝奪的失落者，有效的介入是幫助他們可以談論自己，探索對死亡的想法和感受，以再度擁有悲傷的權力。C 後來回想當初對朋友的不解，覺得自己應該給予旁人機會。

但如果你什麼都不說，或許你沒有給他了解你的機會，所以我覺得或許，就像我當時，我不是跟你講說那個朋友，他沒有制止他的男朋友在講這件事情的時候，我覺得或許也是，我不能怪罪，完全怪罪於他 (C-187-2)

四、轉化意義，偶像讓粉絲學了一堂最難的課—死亡

Brooker (2002) 提到若無新的初級文本出現，粉絲社群可能衰落，只剩下繼續頌揚的骨灰級鐵粉 (cult)，但粉絲社群存在就會繼續創造意義。在鐘鉉死後，受訪者轉念，告訴自己只要有人記得鐘鉉，那他就永遠都在。而後續參加的紀念會，其實也是一種粉絲相聚，即使偶像已離開，新舊粉絲們都能透過粉絲社群來想念，只要粉絲還在，就永遠活在粉絲心中。C 抱著見見老朋友的心情參加，陪著這些因為追星認識一起陪著走下去。

我覺得臺灣的粉絲也很好，會在這種日子，一直惦記這件事情，我覺得當然以後可能過了很多年以後，或許他會從人們的記憶裡面淡出，但不是有一句話，不知道哪個電影有講過，只要有一個人還記得他，他就一直存在著 (C-185-1)

他之前生日什麼，那種推特也是有 TAG，對阿，還是很多人 (A-184-1)

對於鐘鉉的離開，追星其實就結束在本命離去那天，因此，粉絲需要找到一個新的意義，調適自己，賦予意義。Worden (2012) 認為哀悼的任務是參與新生活中找到和逝者永恆的連結，Kessler (2019) 認為「找尋意義 (Finding Meaning)」是悲傷轉化的最終關鍵。

受訪者再回頭看，發現自己竟學了一堂名為生死的課，三人都體會生離死別的歷程。偶像教會自己快樂、也教了自己死亡，原來很多事情不是理所當然、人生是如此無常，要好好把握當下，珍惜身邊的人。在偶像死後的日子，用各自的步調投入新生活。尤其受訪者願意前來參與研究、持續參與、舉辦活動，顯示其還在調適這些未竟

事宜，仍想為鐘鉉付出，也因這樣的在乎，創造不一樣的意義，繼續在往後人生向前邁進。

對，後悔也來不及了，所以就是要珍惜當下。(A-088-1)

經歷過這件事情(鐘鉉過世)，其實我覺得消化得異常的快速，我在這件事情真正來臨前很害怕死亡的來臨，但他真的發生了以後，我反而能稍微平穩的去面對這件事情，他走會很傷心，過幾天，但就可以慢慢好起來，因為我已經有這樣子的機制了，知道發生的話，我會很傷心，然後一陣子我會好，這樣，這件事情不會像是未知的事，讓我不知道該怎麼辦，因為我已經經歷過了(C-136-1)

出門前我媽跟我說「你既然知道這樣，那就更要珍惜你周邊的人」(B-022-3)

肆、不被允許的悲傷-失格的粉絲，不能哀悼的親人

粉絲在偶像過世後，仍須面對生活跟孤獨漫長的療傷歷程，在此探討粉絲在悲傷跟哀悼過程中的悲傷剝奪處境。

一、粉絲的位置影響悲傷與哀悼

(一) 粉絲的位置

就受訪者的經驗來看，因著本命與否、邊緣核心等影響，這個粉絲的位置也影響後續的悲傷與哀悼，另外提到一日粉絲的現象。

因為一般的人，……可能就是看他以前影片然後哭兩滴眼淚，可是你過一個禮拜之後，這個人就是只是個明星了，就是過去了，你就繼續你的人生(A-083-1)

如果今天我只是喜歡的團裡面的其中一員，但我也蠻喜歡鐘鉉，那或許我的想法會不一樣，可是今天我重點就是喜歡他這個人啊，所以我更難受，他們對鐘鉉的

感覺可能是 70 分，但我是 100 分，所以我很難，我不想要把我 100 分的痛苦加諸在一個 70 分的人身上 (C-067-6)

Doka(1989)提出被剝奪的悲傷，指社會無形剝奪了某些悲傷。首先，在此看到偶像與粉絲是屬於未被社會認可的關係及自殺符合死亡形式不被允許 (circumstances of the death) 的悲傷剝奪 (Doka,2002)，另外新聞報導可能強化這樣的處境。

偶像與粉絲之間建立於擬社會互動，並不是法定關係，也沒有名義，在社會上更不算是重要到可以被認同、肯定，有的人甚至對韓國偶像、對追星有偏見。因此受訪者這樣的經驗，與社會之間形成一道看不見的鴻溝。尤其近年的韓國追星文化、少數自殺死亡的偶像，在新聞過了就被大眾遺忘，讓受訪者得不到同理。

Doka 近期將名人與網友列入關係剝奪的範疇，因每一段關係的失落都足以對其生命造成影響，為自己素未謀面的人物隕歿而哀嘆 (林麗冠譯，2018)。

一般大眾與粉絲之間差異在於「過度」，而韓國偶像與粉絲間的情感建立，讓粉絲得以投射、視為完美形象的重要他人，受訪者的悲傷與一般大眾有明顯差異，但是這樣建立於擬社會關係之悲傷未被重視，未區別於一般人。林綺雲 (2005) 探討社會文化與悲傷反應提到「被剝奪的悲傷」是指我們經驗與表達悲傷的方式是在實行社會期望。這更導致了悲傷不能顯現，展現被旁人理解成過度悲傷，也回應 Doka(2002)提到在職場上過度悲傷不被支持(ways individuals grieve)。粉絲悲傷的表達，受到限制，在乎旁人的眼光，不友善的視線，關鍵是來自不被認可的關係，大家都有親人，可以講，悲傷剝奪在關係不被認可，C 指出了粉絲與偶像的關係與世人理解的重要關係不在範疇內，似乎偶像被當作一個不重要的人，為了家人死亡痛哭流涕是理所當然，但為了偶像，在旁人眼裡似乎是過度的悲傷，可能造成尷尬，成為粉絲無法言說的悲傷，這樣的苦，是難以言說的。

尤其是這件事情，因為今天你說是家人過世，你可以跟人家講，大家都有親戚，所以大家可能可以同理那樣的感覺，但今天他是一個明星過世，對，我不想要再從別人的耳中聽到更傷人的話了。(C-066-5)

我記得我回去之後，我第二天請事假，我在寫理由，結果副店說那我要寫什麼奔喪，主管就說：你就寫家裡有事就好了，不要寫奔喪。(B-038-1)

當天我算是下午才開始用這些東西，可是其實因為我人那時候是在醫院工作，我就不可能離開，我不能臨時請假，那我要換錢這件事情都無法（C-060-5）

悲傷被剝奪代表著社會態度不支持一些利於哀悼的方式，如參加喪禮、傾訴、工作上准予請假，以及宗教支持，這代表著社會帶著價值眼光來看待這個悲傷。所以，「悲傷剝奪」的概念，就是社會與文化社群，以有形或無形的方式來否定或不認可個人、家庭或特殊團體的悲傷表達（Corr, 1999）。偶像的死亡有如親人死亡般悲痛，但即使悲痛萬分，隔天還是要上班，即使粉絲理所當然要到韓國送偶像最後一程也需要用其他理由去請假。一般人沒有如此投入的追星經驗，難以想像粉絲的悲痛，顯示因偶像與粉絲之間的連結，並非社會所認同的關係，因此為偶像的死亡請喪假，並無法放在檯面當作請假的正當理由。

在這樣的社會文化下，偶像自殺被多重因素剝奪了粉絲哀悼的權利，我們無法保障粉絲請假、參與弔唁的權利，更無法讓粉絲盡情表達悲傷、得到支持。這些處境讓哀悼只能在個別或粉絲聚會才能盡情抒發。

（二）粉絲的資格

Doka(2002)提出反思，怎樣才有資格悲傷呢？

除了被社會、文化剝奪之外，C剝奪自己的悲傷，因為愧疚而認為自己失格，B也因偶像未入夢而感到自己與其他粉絲不一樣，懷疑是不是自己做的不好。

或許如同粉絲的多元同樣難以定義，每個學者對於粉絲的定義都有自己的看法，而韓國更將粉絲做許多類型之劃分。Abercrombie 與 Longhurst（1998）的迷光譜理論強調「程度」的差異，而非種類（kind）的差異。Sandvoss(2003)認為粉絲被難定義，且內在情感難以衡量，何況粉絲也能自我定義跟抗拒迷的標籤。

在此不論誰才有資格悲傷，而是看到從粉絲自我定義的「位置」，影響了悲傷跟後續的哀悼，這樣相對的位置，也造成了「比較」。

探究受訪者的觀點跟角度，以身處時代來看，當時韓流剛興起，大家都會看影片，但不是每個人都願意花錢投入，且追星不如現在容易，甚至點看照片需要積分，初期就跨國、實際參加簽售、演會會，在偶像起步時就不斷支持、只為讓更多人喜愛他，因此，對這些「老粉」（資深粉絲）而言，付出的精力與甘苦是其他粉絲難以體會，經

歷過資訊取得不如現在便利，實際追星門檻也較高，受訪者明白一定會有比較，而這些也顯現對偶像的占有，在死後執念更加。

我自己是這樣，因為沒有一起度過那些…也許可以考古，就是「喔，那幾年他發生了什麼事或幹嘛？」，可是你沒辦法感同身受，你沒有辦法去思考說可能那一年他們終於拿大賞，我們在直播的時候看的那個心情，台上台下大家都為 SHINee 哭，對！，所以就是覺得妳可能會心疼，可是你不是當下去感受那件事情，我覺得是有一定程度上差別 (B-050-1)

其實我那時候很拉扯，覺得說確實人家也有…我沒有權力去限制人家去懷念他、悼念他，可是我自己個人私心就覺得你憑什麼，去講說你喜歡他，你什麼都沒有做過，一張專輯都沒有買過，你憑什麼跟我講這種話(B-040-2)

網路上一堆弔唁的言論，說著「全部都是什麼真的很抱歉，現在才喜歡上你什麼的、好可惜太晚認識你」的言論，「當你離開了，全世界突然愛你」似乎說著當偶像沒離開，這些人還會愛他嗎？現在追星唾手可得，導致追星不需要成本，悲傷似乎也不用，一般人不需要付出精力籌備喪禮、告別。因此粉絲的位置影響了悲傷跟哀悼，資深粉絲認為明明沒有深刻追隨，不需要哭天喊地的。

在關注近期藝人過世的新聞時，B 說著「因為可能我也隱隱覺得我沒有資格在那邊跟人家哭哭啼啼的，也許我以前也很愛看娛百，比起來主持人也比較喜歡小鬼，可是都一定會有比較，或者是比較喜歡的情緒，因為他就是跟你一起長大的一個青春，一定會有(B-192-3)」，對於要不要參加其他藝人的追思會，C 認為這個空間很珍貴，應該要留給真的真的很愛他的人去參加，因為這或許是這些人最後一次看到他的機會，不應該去湊熱鬧。

當時許多粉絲出現，C 理解這樣相對的位置，但若是粉絲愛著偶像，那這樣的愛就是愛，無論位置，「因為我知道他們也愛著他，所以他們一樣也經歷過這個難受，所以我覺得這也沒有關係，不管你今天是幾%，就算是 1% 也好，1% 也是愛啊，對不對？喜歡就是喜歡，對不對？不管他現在是幾%，只是更多這樣子。(C-116-5)」

同時，A 在當時以身為家人來籌辦追思會，隱含著粉絲的大家長意味，追思會如同應援及喪禮的結合，號召一群粉絲共同為籌備讓粉絲圓滿送走偶像，還有著許多不

認識的粉絲朋友安慰。對於粉絲來說，資深粉絲 A 成為連結，這樣的位置透過追思會得以哀悼、告別。

二、我只想好好哀悼

以下分為一、社會整體氛圍對韓國及追星的偏見；二、華人社會文化對於死亡的忌諱；三、自殺及憂鬱症的污名化三點討論，這些因素造成哀悼困境，粉絲彷彿失語了無法言說，悲傷歷程更顯孤獨漫長。

(一)對於追星與韓國偶像的偏見

社會整體氛圍對於這群韓國偶像粉絲的不友善，甚至帶有負面觀感，在偶像死亡時，感受更深。李怡瑩（2014）提到韓綜閱聽人常會有所顧忌與疑慮，存在著一種矛盾情結，而外在集體的反韓氛圍及周遭親友的壓力，更是造成矛盾情結的主要原因；這樣的矛盾情結也來自於台灣社會長期對韓國的負面態度，閱聽人經常對韓國的民族性帶有負面印象。

可是其實我本人以前對韓國就是…臺灣人嘛，就是韓國總是稍微有一點點，那時候有點小小的排斥（B-002-2）

會有人去寫那些風涼話，但在我印象中是有，就還是會說：哇！什麼韓狗的，就那些有的沒的（A-194-1）

不同於親屬的死亡能獲得旁人共感，由於當時的社會風氣，粉絲在偶像生前就忍受不友善的視線，在偶像離去後甚至還得忍受負面眼光，因此在面臨偶像死亡更難奢望能得到他人善解。He（2006）將偶像分為七種類型。若今日死亡的不是偶像明星，而是其中的其他類型，如運動明星、政治人物、軍事領袖、科學家、企業家等，是不是就不會被負面眼光看待了。

人家可能就會覺得那不就是一個藝人嗎？他走了對你來說算什麼？對不對？（C-066-5）

因為我媽是導遊，她以前在機場看到那些人尖叫，她就說她後來都不敢講話，就是同行在講話、她不敢講話，因為她說我自己女兒也是 (B-105-1)

外界常以追星的外在行為評斷，但卻忽略了粉絲內在投入的情感是無法衡量的，當偶像自殺，這不是僅僅是當初投入的金錢及時間能比擬的，失落的無法用數字量化計算，然而只要偶像是人就有悲歡離合、旦夕禍福，而現今還未重視這層面。

家人、好友即使知道粉絲追星，在這個時刻應是少數能懂得並陪伴支持的人，卻也不知道該如何開口安慰，阻撓粉絲去送最後一程。

我媽她就在幾天很晚很晚就突然打電話來，然後她也沒有話要跟我講，我想說她是想要幹嘛? (A-075-3)

我媽又在那碎念，就是很怕危險什麼的，因為畢竟這件事事發突然……當這件事情被他阻攔，我真的是有一點心情不好，然後我就覺得為什麼要這樣，要阻撓，他說你不要去啦什麼之類的，就有點不開心，我覺得都已經這樣了，你還要我不要去 (C-060-4)

其實我也很對不起當時的一些朋友，因為我因為這件事情悶悶不樂很長一段時間，他跟我說：其實我根本不知道該怎麼幫助你，看你心情很差，可是我卻一點忙都幫不上，他講這句話的時候我也不知道該……因為這件事情他無法幫忙 (C-67-7)

A 的親戚表哥粗魯的詢問，當下即使生氣也只能吞下委屈，家人在旁沒有站出來為自己發聲。C 提到好友沒有制止男友在旁開玩笑、逛街時攀談當作話題的舉動，而 B 的同事們甚至為了那位突然變成粉絲的同事妹妹而去打擾 B。

粉絲的悲傷不被理解，即使身邊親友知道受訪者追星，在此時遇到受訪者為偶像而悲傷時，即使想幫忙卻也不知道該如何給予粉絲幫助，不知道該說什麼，造成彼此負擔，甚至普遍都有被傷害的不舒服經驗，顯示對於粉絲悲傷的陌生。A 對此說著沒空去理那些負面言論，顧慮不了那麼多背後是由於即使表達也無濟於事，甚至得到更糟的回應。這些種種，更加深粉絲認為這是旁人不會懂的，只有自己才能懂。並不是閉談這個話題、拒絕外界，而是受訪者彷彿失語了，無法言說這樣的悲傷。

因為我覺得當你提起這個話題，別人不知道該說什麼（C-066-6）

他就走了啊，不要那麼傷心之類的，但那種感覺完全不是，不是說你叫我不傷心，我就能不傷心啊，我追一追也追了快10年了，10年來的感情，你要我就是一句話給你「他走了你就不要太傷心」，這樣嗎？（C-066-6）

有一次我去百貨公司，我走在路上，有那種莫名其妙推銷的人站在手扶梯走道，他就看我手機桌面是鐘鉉，他說他走了你很難過對不對？我聽到這句話的時候，我真的是想掉頭就走，因為我覺得你不要拿這個話題來跟我聊（C-066-7）

（二）華人社會文化對於死亡的忌諱

華人社會迴避死亡，不會公開談論，偶像的死亡也不例外。身邊的親友在得知死訊的第一時間都要受訪者不要看，或是節哀，也怕受訪者睹物思人，將東西藏起來，但對粉絲來說，遲早得要知道死訊，要如何節哀。華人家庭呈現出避談生死、恐懼死亡的態度(洪雅琴，2013)，孔子說“未知生焉知死”，華人社會對死亡充滿禁忌，文化中習慣以迂迴、避諱的方式來面對死亡。

那天我就在吃飯，然後我就吃晚餐，然後我二姐突然跟我說，你不要打開手機，你千萬不要看手機，我想說怎麼了，因為我們都用微博刷那個，他說：你現在絕對不要打開微博（C-059-1）

他離開的時候我還記得那時我上班的地方是韓商，是賣○○的，所以會有一些迷妹的朋友，那天我們兩個都早班，下班在聊天休息，然後盤點的妹妹……突然就告訴我「姊你不要看微博，不要打開」（B-059-1）

因為我一年才回家一次（過年），我就發現我家裡的鐘鉉的東西都被她收起來了，我就講說「欸為甚麼你把我的東西收起來？」，她說「因為我怕你睹物思人，會很難過」（A-075-4）

有一點報喜不報憂的那種，我不太會跟她…雖然我平時跟家人的交流是很大量的，可是在這個上面我就不太會去跟家人交流。（A-076-1）

這也顯示身旁的人都知道，偶像自殺的消息對受訪者來說是極大衝擊，是會讓受訪者難以接受與承受的，也再次印證偶像在粉絲心中的重要。

而華人社會文化卻常阻擋哀慟，以各種方式鼓勵人們節哀、遠離悲傷及擔憂「睹物思人」，而非面對它和認同它是需要去體驗的歷程。當時有人說粉絲有甚麼好哭的，沒人可以傾聽真正的需要，好像在告訴受訪者為這件事悲傷是件不好的事，讓人更不知所措、不知該如何面對和處理哀傷。

（三）自殺以及憂鬱症難以被談論與汙名化

陳增穎、顏原達（2019）探討由於社會的污名化與社會不賦予遺族特有的悲傷權利，許多人在逝者過世後，發現他們很難得到應有的安慰或支持，使得他們的悲傷反應不為世人所瞭解。對於因為憂鬱症自殺的鐘鉉，仿佛對於討論這件事情是件禁忌，也因當時對於憂鬱症是缺乏理解，更難以調適。因為污名的關係，自殺者遺族的悲傷被社會剝奪，導致自殺者遺族缺乏社會支持，罪惡感和自責也會因社會的態度而變得更難以去面對，影響其哀悼歷程（呂欣芹、方俊凱、林綺雲，2007）。

鄭淑惠（2005）研究認為自殺遺族得面對對自殺原因的不解與疑惑、社會對自殺的污名，使得遺族難以公開其哀悼，往往使其悲傷經驗維持更久，甚至有自殺的危機；尤其面對「自殺污名化」、「對自殺原因的疑惑」、「對自殺的歸因」等議題時使遺族的悲傷反應更加延長與加劇。

我不知道他已經這麼嚴重了，因為他一直都有在表現，可是我們那時候一直很不留心那個表現出來的那個憂鬱症的這個東西，大概是偷偷憂鬱症的吧那個時代，所以才會那麼的震驚，想說怎麼會發生這種事，然後才知道身邊他們很多人都是有精神狀況不佳的（A-038-1）

應該說韓國的那個演藝圈就是很病態，他就是會想要偶像你就看到他好的一面，但是他可能有不開心還是什麼你是不知道的，你喜歡的一直都是他那個光鮮亮麗

的那個一面，但其實可能私底下他們有很多不堪啦或是痛苦不想讓你看的東西
(A-132-1)

粉絲在偶像自殺死亡後，才知道偶像罹患憂鬱症，追星這麼長久的時間以來，卻是單方面從偶像身上得到快樂跟支持，如 B 所形容的「原來我的太陽，是用自我燃燒的方式照耀、給予溫暖」，這樣的太陽卻走向自我毀滅，讓受訪者十分難受，令人反思是否偶像的存在只能帶給粉絲及大眾娛樂跟美好幻想，在娛樂產業的包裝之下，當偶像本人深陷憂鬱症跟病痛中，無法將陰暗面展露出來，甚至在死亡之後，也不被允許有負面影響，是因擔心名人自殺死亡可能造成模仿效應產生，還是長久以來對於偶像存在價值的刻板印象，這樣的印記導致偶像的自殺讓人害怕談論，無法哀悼。

伍、新網路社群文化的傳播效應

Doka(2002)指在某些失落，媒體不只沒有協助撫平傷痛，還造成干擾，有時甚至使之複雜化，甚至雪上加霜，悲傷更可能被剝奪，報導這些事件是新聞媒體的責任，但也有責任去思考他們的報導對大眾的影響。透過新聞的強力報導，受訪者的家人得知死訊。但消息的混亂，讓受訪者的心起起伏伏。而出殯當天大批媒體拍攝，畫面催淚。

我媽不知道，她是過了兩、三天，好像是有人跟她講，「就是你的女兒的喜歡的那個韓星過世」或者是說有個韓星過世了，我媽可能看到，她可能想說「欸?這個不就是我女兒喜歡的那個韓星嗎?」(A-075-2)

其實我媽一直不是很清楚我到底是追誰，她只知道韓國團體，她從來沒有記過...7、8年過去了，她沒有想記這個，但是可能有新聞嘛，新聞任何一家都在輪播，所以她可能大概知道。(B-022-4)

媒體的正面力量總在隱微之處。透過 IG、推特等，偶像粉絲得以交流，當偶像逝世，這些名人的帳號被保護，不會被註銷，讓粉絲得以思念。而藝人、電影等話語，

無形帶給受訪者力量，當我們不再迴避自殺及憂鬱症，才能讓悲傷不被隱晦，A 在追思引入心理衛教憂鬱症的概念、透過這些幫助受訪者轉念。

小 S 講的，在節目有說過他有個朋友走了，然後他說他覺得不去想念是不對的，他覺得你應該要一直想著他，就算很痛，可是你還是想著他，因為這樣才代表他的人一直都在，然後我就覺得「喔對」(B-075-7)

但不是有一句話，不知道哪個電影有講過，只要有一個人還記得他，他就一直存在著 (C-185-1)

媒體對於自殺報導遵守六不六要原則(WHO, 2000)，以往資訊的傳遞僅透過報紙新聞，但現今有太多的社群軟體能獲取資訊，甚至轉傳只要一瞬間，因此在現今僅規範新聞媒體從業人員，但或許我們該審視網路上的言論自由是否傷害他人而不自知，可能影響一些本來心理有狀況的民眾，不會有人規範民眾你在網路發言應該遵守的原則，但或許都應該更體貼溫柔。



第五章 結論與建議

本研究以質性研究法之敘事研究為研究方法，邀請三位符合迷光譜等級較高的韓國偶像團體粉絲進行訪談，透過受訪者之整體故事，以「類別－內容」進行跨個案資料整理分析，以了解粉絲與偶像的關係，在經歷偶像自殺死亡後的悲傷跟哀悼經驗。

本章依據第四章之研究結果，得到以下結論、針對研究結果提出研究建議，並進行研究省思，共分為三節說明。

第一節 研究結論

本研究主要目的在探討粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程，採用質性研究之敘事研究法，訪談三位研究參與者，瞭解偶像在粉絲心中的意義，以及在面臨偶像自殺死亡後之悲傷與哀悼經驗，同時探討其悲傷剝奪的處境。綜合上述提出以下結論：

壹、偶像與粉絲的關係建立於擬社會關係，完美形象得以投射大量情感需求

一、擬社會關係造就偶像的完美形象

偶像與粉絲的關係建立於擬社會關係。因為自己與偶像之間的距離，造就完美的形象，偶像不像現實生活有被拒絕、傷害的風險，不會有所負擔跟摩擦，是不會背叛自己的完美形象，因此對粉絲來說，追星總是美好快樂。

二、滿足心理需求，替代重要他人

隨著時代趨勢，偶像崇拜及韓國團體流行在台灣盛行。在這樣的處境及學生身分，追星成為重心、滲透生活，成為日常活動的一環，對於粉絲而言，偶像不只是偶像，是心中的重要他人。

三、躍入粉絲的群體中，尋找屬於自己的認同與夥伴

大多粉絲都是為了快樂而追星，但當喜歡並投入後，當偶像失意或受傷害，粉絲也會難過。而粉絲對偶像的認同、粉絲與粉絲群體與偶像是一體的，使得受訪者更全力投入，結交一群跨越追星到現實生活的朋友。

貳、悲傷悲傷的主因是內在重要他人死亡，如同失去至親般悲痛

一、因偶像在粉絲心中有其獨一無二的位置，死亡打破內在投射，是悲傷主因

藉由擬社會關係連結及韓國偶像的營造，偶像如空氣存在受訪者生活，成為朋友、家人，甚至超越這些範疇的超然存在，在生命中的意義很不同，並非只是如外界所想像的，粉絲只是追一個偶像明星而已。因此，死的不只是偶像本身，死的是心中的重要他人。受訪者在經歷偶像的死亡時，有如失去至親般的悲痛，不只是圈外人的大眾，連受訪者自己都難以想像會如此痛到心底，難以承受。

二、急遽的自殺引發強烈愧疚，導致悲傷複雜化

當面對偶像毫無預期的自殺，受訪者如同失去至親般悲痛，尤其非預期的自殺引發強烈的愧疚、自責及遺棄感，讓他們的悲傷情緒中還夾雜了一些過去未解決的複雜問題，引發過往生命議題的未竟事宜，具有多重失落。

三、死亡帶來多重失落，觸動過往的關係斷裂與未竟事宜

受訪者的失落涵蓋多個層面，內在需要處理因為偶像死亡的悲傷，在處理悲傷跟關係的斷裂時，引發過去的未竟事宜，而帶來的失落還包含粉絲已經長大，對過往青春回憶逝去以及一個世代的失落。

參、粉絲的哀悼是孤獨療傷之路-粉絲各自用著自己的方式愛著你

一、替代儀式是哀悼出口

對粉絲來說透過儀式是有意義的，到韓國靈堂弔唁、自主舉辦及參與在台的追思會、告別，親自送偶像最後一程，消化並接受偶像不在的事實，因為在當下現場讓死亡有真實感，從外在人事物證實偶像已經死亡，並在此空間盡情抒發情緒，疏通悲傷，有助於後續的悲傷歷程，並且重新得到悲傷的權利。

二、永遠想你，永遠愛你

失去至愛之痛後，粉絲有著自己的因應方式，且只能自己調適，過程是來來回回的歷程。若允許自己經驗悲傷的痛苦，不再企圖逃避、壓抑，喚醒其經驗，使生活的熟悉感回來，不再選擇埋葬痛苦，就是悲傷疏通的開始。在這孤獨的療傷歷程，粉絲們都很難過，透過陪伴及支持走過悲傷、共度艱辛，互相依靠，藉由傾訴疏通悲傷。此時得到旁人的同理即幫忙也會特別感動。

三、轉化意義

偶像的離去，讓粉絲重新尋找意義。尤其持續參與、舉辦活動，顯示其還在調適這些未竟事宜，仍想為偶像付出，也因這樣的在乎，創造不一樣的意義。再回頭看，三人體會生離死別的歷程，對於往後有不同體悟，好好把握當下，珍惜身邊的人，在偶像死後的日子，用各自的步調投入新生活，繼續在往後人生邁進。

肆、偶像的死亡是無法言說的悲傷

一、粉絲的位置影響悲傷及哀悼

就受訪者的經驗來看，因著本命與否、邊緣核心等影響，且因粉絲樣貌多元、學者及韓國追星對於粉絲定義分類不同，粉絲也可自我認定。從粉絲自我定義的「位置」，影響了悲傷跟後續的哀悼，因此粉絲自認失格，剝奪自己的悲傷。

二、多重因素影響，被社會忽略的悲傷

粉絲悲傷的表達受到限制，在乎旁人的眼光及不友善的視線，關鍵是來自偶像與粉絲之間是不被認可的關係，是不被允許的悲傷。

由於社會氛圍中，韓國與韓國偶像、追星的偏見、華人社會文化對於死亡的忌諱、自殺及憂鬱症的污名化，在這樣的社會文化下，偶像的自殺被多重因素剝奪哀悼的權利，我們無法保障粉絲請假、參與弔唁的權利，更無法讓粉絲盡情表達悲傷。這些處境讓哀悼只能在個別或粉絲聚會才能盡情抒發。偶像像是不能哀悼的親人，這些多重因素造成哀悼困境，粉絲彷彿失語了無法言說，悲傷歷程更顯孤獨漫長。

第二節 研究建議

本節綜合反思，提出研究限制、及提供未來研究者、因偶像而悲傷之粉絲朋友及其親友們、機構及大眾，以下建議。

壹、研究限制

一、受限於同一年齡層：

在此因取樣對象為 27 至 31 歲左右的女性粉絲，但偶像崇拜現象普遍，追星行為並不只出現在某特定年齡。而若當偶像死亡，這些人的悲傷也是需要被重視，若能依據

年齡族群，能更聚焦階段的特性造成的影響。

二、研究同一個偶像團體的粉絲族群：

偶像可以是任何領域的人，本研究只選定一韓國偶像的粉絲為對象，無法類推其他領域的粉絲族群。但只要追隨的偶像是人就遲早會死亡，死亡也隨時都有可能發生，甚至無法預期，因此建議未來對此議題研究可以從其他粉絲文本探討，能深入關注更多的粉絲族群。

三、受訪者較開放且願意談論：

即使偶像過世至今已五年，仍然持續有粉絲參與紀念活動，這現象顯示部分粉絲的悲傷需要一個出口，但另外可能還有不少無聲的粉絲是被忽略的，甚至有憂鬱狀況，也有些粉絲轉而追隨其他偶像，因此未能被討論。

貳、對於未來研究的建議

（一）研究主題：

本研究在過程中深感粉絲悲傷被剝奪的困境，旁人即使關切卻苦無方法，建議未來研究可以針對悲傷剝奪者如何調適、如何幫助悲傷剝奪者為主題，讓更多隱晦的悲傷能夠得到支持，重新得到悲傷權利。

（二）研究角度：

本研究針對較為深度的韓國團體粉絲為研究對象，但擬社會關係及名人等新增的悲傷剝奪仍是有待探討的領域，建議未來研究可以擴展對象主題。

參、給陪伴粉絲悲傷親友們的建議：

注意維特效應的可能，關照原本具自殺高風險的民眾的情緒變化。另外也給予粉絲空間，如果可以的話，在旁支持、陪伴。若不理解的話，至少不要評價，就是很大的幫助。

肆、給粉絲朋友們：

我們追一個偶像、愛一個偶像，都不只是偶像本身，而是源自內在的需求。藉由替代儀式，與偶像告別、疏通悲傷，甚至心有餘力陪伴身旁的粉絲朋友，某方面也能透過此得到安慰，幫助自己。另外，了解憂鬱症與自殺遺族等相關知識，有助於轉念。

相信悲傷是愛的代價，粉絲有多元樣貌，不管你是哪種類型的粉絲，有沒有資格

悲傷，取決於該如何定義自己的粉絲角色。藉此機會探索自己的內在，這樣的情緒並非毫無理由，悲傷的情緒背後可能潛藏著內在的議題。要注意自殺效應的可能，當身心無法負荷時，盡量遠離媒體報導，以免暴露在過度報導下，導致負面思考。

檢視身邊資源，在需求時尋求協助，與自己所認同的粉絲相互支持、彼此陪伴，雖然失去偶像的悲傷仍須靠自己調適，但也能尋求其他管道求助，例如諮商以及醫療專業等，不只是針對偶像的死亡，而是深入探討內在失落與因此而觸動到之生命議題。

伍、給機構及大眾的建議：

不只新聞媒體，能使用傳播媒介的每一位閱聽人，汙名化、媒體負面的報導及社會風氣是造成悲傷剝奪及自殺效應的原因之一，遵守六不六要為基本原則外，我們都更應慎思自身評論、一言一語背後是否帶著偏見及迷思，這些極可能影響具自殺風險人們的心理健康，然而若能善用正面力量，每一句話都成為力量及資源，甚至可能減少憾事發生。

第三節 研究省思

粉絲是論文的開始，還有人如此想念，讓我想記錄這些故事，如同受訪者想為偶像做很多事情。追星過程常常覺得無以回報，始終覺得迷妹很偉大，尤其很多善良的粉絲因為偶像成長。最近上映的捍衛戰士讓我想起小時候去同齡鄰居家玩，她總會用閃亮亮的眼神強迫推銷她「老公」湯姆克魯斯的電影錄影帶，她已經看了一百遍，這是我認識的第一位鐵粉。飯圈中有句話「為愛發電」一點都沒錯，我也感受到了，從猶豫到動筆的每時每刻，我始終覺得不可思議，到底哪來的勇氣去換題目、去做一件我原本不會去做的事情，去看迷文化，去找粉絲，去做分析，我完全沒想過我會做一件前途茫茫的事情，雖然後悔過無數次，還是想試試看。冥冥之中有許多次巧合，我總會在關鍵時刻聽到鐘鉉的歌，彷彿溫柔的要我不要怕，別放棄，祢會與粉絲同在，這是我任意的解讀。

至於偶像對於粉絲是什麼呢？也許是男友，也許是朋友，我想是也不只是。粉絲用生命不顧一切去追的偶像，在偶像離開後，還前來參與研究，讓我非常感動，過程中能得到粉絲的幫助，分享他們人生故事是我最感激但也最抱歉的。我不像受訪者有如此深刻的追星經驗，但從粉絲的故事中，彷彿也看到自己的過去，現在，甚至是可

能面對的未來。尤其粉絲一定在心裡這麼想過，能生在有你的時代，真是太好了。而我經常逃避寫論文，在寫的過程中，我也在心裡一次次想像我的偶像將會如何與粉絲告別，萬一當這天到來，希望能夠好好說再見。

有首歌唱著：有些事真的來不及回不去。2020年對追韓星的人們來說是悲傷的一年，看到接連的韓國偶像自殺，想到粉絲該有多悲傷啊，當死亡突然發生，我們理所當然會悲傷，這些情緒都真實存在，如同受訪者一樣，有許多粉絲朋友的悲傷不被發現，也許你也曾與他們擦身而過，可日子還持續著。直到2022的現在，似乎在悲傷中盼來些許希望，看到二代團活躍消息，2NE1在Coachella合體、BIGBANG發行新歌春夏秋冬、少女時代十五周年回歸、Super Junior發行第十一張專輯、因疫情影響的音樂放送終於開放粉絲進場應援、演唱會漸漸復甦、而周杰倫睽違六年在7/15發行新專輯等等。故事畫下句點，粉絲的生活並未停歇，還在繼續前進，也逐漸成熟、學著接受學著道別。即使偶像已經離去，但永遠活在粉絲心中，而偶像充斥的這些人生軌跡，成為生命的一部分，這一切都與粉絲共存，在往後的日子細細解讀。

我還是想去找你

每天存一點錢

買一張演唱會門票

去接近不同時期

你所改變的我

我會繼續記誦你的話語

從裡面看見自己

即使你從來都不知道

有我這樣的迷

陳昭淵〈我從遙遠的地方來看你〉《霧散不開》

參考文獻

一、中文部分

- 王文科、王智弘（譯）（2002）。**質的教育研究**（原作者：James H. MeMillan, Sally Schumacher）。台北：師大書苑。（原著作出版年：2002）
- 王欣如(2006)。**從崇拜到背棄偶像之探索性研究**(未出版之碩士論文)。國立中正大學企業管理所，嘉義縣。
- 王映涵（譯）（2012）。**迷與消費**（原作者：Sandvoos, Cornel）。台北：韋伯文化。（原著作出版年：2005）。
- 朱秀琴（2007）。**專業主義與哀悼-精神科醫師遭遇自殺身亡病患的社會與心理影響之研究**（未出版之碩士論文）。南華大學,嘉義縣。
- 朱華瑄（譯）（2009）。**探究迷文化**（原作者：Hills, M.）。台北：韋伯。（原著作出版年：2002）
- 朱龍祥（1997）。**流行歌曲歌迷偶像崇拜的行為與心態初探**（未出版之碩士論文）。高雄醫學院行為科學研究所，高雄市。
- 朱龍祥、陸洛(2000)。流行歌曲歌迷偶像崇拜的心態與行為初探。**應用心理研究**，**8**，171-208。
- 江佩蓉（2004）。**想像的文化圖景：韓流與哈韓族在臺灣**（未出版之碩士論文）。政治大學新聞研究所，台北市。
- 余光中（2015）。**粉絲與知音**。台北：九歌。
- 吳秀碧（2016）。傳統喪禮儀式在哀傷諮商疗省思和啟發。**輔導季刊**，**52**（1），1-13。
- 吳芝儀、李奉儒（譯）（2008）。**質性評鑑與研究**（原作者：M. Q. Patton）。嘉義市：濤石。（原著作出版年：2002）
- 吳瓊洳（1997）。國中學生崇拜偶像之研究。**輔導通訊**，**51**，49-51。
- 呂欣芹、方俊凱、林綺雲(2007)。自殺者遺族悲傷調適之任務－危機模式初步建構。**中華輔導學報**，**22**，185-221。
- 李丁讚、陳兆勇（1998）。衛星電視與文化認同：以衛視中文台的日劇為觀察對象。**新聞學研究**，**56**，9-34。
- 李佩真（1996）。**偶像文本的消費意義:迷與偶像關係之探討**（未出版之碩士論文）。世新大學大眾傳播研究所，台北市。

- 李佳容（2002）。個人面對親人死亡事件心理復原歷程之研究（未出版之碩士論文）。彰化師範大學輔導諮商研究所，彰化。
- 李怡瑩(2014)。喜歡韓綜、討厭韓國？台灣的韓國綜藝節目閱聽人矛盾情結研究(未出版碩士論文)。國立中正大學電訊傳播研究所，嘉義。
- 李政賢（譯）（2009）。訪談研究法（原作者：Seidman, I.）。台北：五南。（原著作出版年：2006）
- 李政賢（譯）（2014）。質性研究：從開始到完成（原著者：Robert K. Yin）。台北：五南。（原著作出版年：2010）
- 李琇婷（2009）。諮商師的悲傷剝奪經驗研究—以協助企圖自殺者為例（未出版之碩士論文）。淡江大學教育心理與諮商研究所，新北市。
- 李開敏、林方皓、張玉仕、葛書倫譯等（譯）（2012）。悲傷輔導與悲傷治療—心理衛生實務工作者手冊（第三版）（原作者：Worden, J. William）。台北市：心理出版社。（原著作出版年：2002）
- 沈圳（2020）。中國大陸偶像粉絲消費行為研究——以王一博粉絲為例(未出版之碩士論文)。國立中正大學企業管理系行銷管理研究所，嘉義。
- 兒童福利聯盟（2018）。2018 兒少偶像崇拜概況調查。取自：
<https://www.children.org.tw/research/detail/67/142>
- 周筱婷（2016）。臺灣哈韓族的跨國追星實踐。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/459ana>
- 岳曉東（2007）。追星與粉絲。香港：香港城市大學。
- 林文婷（2011）。追星族的新人：少女時代男性迷群的消費與認同（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，臺北。
- 林文蔚（2013）。一日球迷終生球迷—中華職棒球隊解散後球迷心理調適之個案研究（未出版碩士論文）。國立臺北教育大學體育學系碩士論文，臺北。
- 林兆衛（2002）。台北都會區青少年偶像崇拜文化之研究（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文，臺北。
- 林佳宣（2021）。當偶像走入生命：資深歌迷生命歷程之質性研究（未出版碩士論文）。淡江大學教育心理與諮商研究所碩士班，新北。
- 林淑貞（2009）。國小高年級學童偶像崇拜之研究—以臺南縣市為例（未出版碩士論文）。國立台北教育大學社會科教育學系碩士論文，台北。

- 林綺雲(2005)。社會文化與悲傷反應。《生死學研究》,2,107-127。
- 林麗冠 (譯) (2018)。面對失去，好好悲傷：傷痛不會永遠在，練習療癒自己，找到成長的力量 (原作者：Kenneth J. Doka)。台北：時報出版。(原著作出版年：2016)
- 姚予婷 (2015)。高中輔導教師經歷學生自殺身亡經驗之研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化。
- 洪雅琴(2013)。傳統喪葬儀式中的哀悼經驗分析：以往生到入殮為例。《中華輔導與諮商學報》，37，55 – 88。
- 胡幼慧 (1995)。《三代同堂：迷思與陷阱》。台北：巨流。
- 涂麗君 (2010)。臨床護理人員面臨病患死亡被剝奪的悲傷與因應行為—以某區域教學醫院為例。
- 屠国元 (2010)。《外語·翻譯·文化第 9 輯》。北京：北京圖書。
- 張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美 (1993)。國中學生偶像崇拜與自我概念、學業成就關係之研究。《教育學刊》，10，261-322。
- 張惠嵐 (2008)。擬仿時代？真人實境節目下「過度的」閱聽人—以《超級星光大道》為例。《傳播與管理研究》，8 (1)，85-124。
- 許如婷(2014)。台灣 K-POP 女性「迷/粉絲」的跨國消費與文化想像。《傳播與社會學刊》，30，97 – 131。
- 郭致君 (2001)。台北地區國中生偶像崇拜行為及其相關因素之探討 (未出版之碩士論文)。國立政治大學教育研究所，台北市。
- 陳昭淵 (2014)。霧散不開。台北市：桑格。
- 陳佩鈺 (2013)。臺灣韓流偶像迷群對應援文化的實踐與認同。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/j7p3w4>
- 陳佩儀 (2014年11月28日)。kpopn 追韓流 每月 1,000 萬人次。《時報周刊》。2020年03月20日，取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20141128003879-260404?chdtv>
- 陳怡安(2020)。粉絲的心理意義與幻想—以韓國男偶像團體的粉絲為例(未出版之碩士論文)。淡江大學教育心理與諮商研究所碩士班，台北。
- 陳怡禎、大尾侑子(2021)不只是鍵盤追星—傑尼斯偶像網路時代下的台日粉絲活動比較與粉絲的自我價值建構。《文化研究季刊》，176，73 – 91。

- 陳國正（譯）（1993）。**瞭解庶民文化**（原作者：Fiske）。台北：萬象。（原著作出版年：1989）
- 陳增穎（譯）（2016）。**悲傷諮商：原理與實務**（原作者：Howard R. Winokuer, Darcy L. Harris）。台北市：心理。（原著作出版年：2015）
- 陳增穎、顏原達(2019)。雙重「被污名化的死亡」對遺族悲傷經驗影響之探究。**輔導與諮商學報**，**41**(1)，1-20。
- 程琪媛(2019)。台灣韓國演藝偶像迷的成年追星圖像(未出版之碩士論文)。國立清華大學人類學研究所，新竹。
- 黃菊珍、吳庶深（2008）。**剝奪的悲傷-新生兒死亡父母親的悲傷與輔導**。新北：心理。
- 詹宗儀（2015）。沒有聲音的故事：華人社會文化下一位女同志失落伴侶的悲傷剝奪經驗探究。玄奘大學應用心理學系碩士班碩士論文，新竹市。
- 樊雪梅、林玉華（譯）（2004）。**當精神分析導論：理論與實務**（原作者：Anthony Bateman, Jeremy Holmes）。台北：五南。（原著作出版年：1995）
- 鄭淑惠(2005)。自殺遺族適應之研究(未出版之碩士論文)。高雄醫學大學行為科學研究所碩士班，高雄。
- 鄭閔聲（2011年8月4日）。韓國代表：韓流發源地是臺灣。**中國時報**。2020年02月20日，取自 <https://www.chinatimes.com/newspapers/20110804000303-260102?chdtv>
- 鍾文佳、郭怡芬、夏允中(2019)。建構儒釋道喪禮儀式的悲傷療癒歷程模式。**中華輔導與諮商學報**，**54**，59-90。
- 簡妙如（1996）。**過度的閱聽人—「迷」的初探**（未出版之碩士論文）。中正大學電訊傳播研究所：嘉義縣。
- 顏昱昕(2021)。從正向心理學觀點探討成人長期參與偶像崇拜之追星活動經驗(未出版之碩士論文)。靜宜大學教育研究所，台中。
- 顏素卿（2004）。專業照顧者的悲傷剝奪經驗初探—以加護病房護理人員為例。
- 蘇絢慧（2008）。於是，我可以說再見—悲傷療癒心靈地圖。台北：寶瓶文化。
- 饒怡雲（2006）。融化師奶的北極星—師奶迷戀偶像之消費行為研究：以裴勇俊歌迷為例（未出版之碩士論文）。中正大學行銷管理研究所碩士論文。

二、外文部分

- Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998). *Audience: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. Newbury Park: Sage.
- Berger, S. A. (2009). *The Five Ways We Grieve: Finding Your Personal Path to Healing After the Loss of a Loved One*. Boston: Shambhala Publications
- Berinato, S. (2020). That Discomfort You're Feeling Is Grief. *Harvard Business Review*. Retrieved 3 July 2020.
- Brooker, Will (2002). *Using the Force: Creativity, Community and Star Wars Fans*, New York: Continuum, 2002, pp.221-237.
- Corr, C. A. (1999). *Enhancing the concept of disenfranchised grief*. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 38 (1), 1-20.
- Corr, C. A., Nabe, C. M., & Corr D. M. (2003). *Death and dying, life and living*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Personal relationships*, 15 (2), 261-280.
- Doka, K. J. (1989). Disenfranchised grief. In K. J. Doka (Ed.) *Disenfranchised grief: Recognizing hidden sorrow*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Doka, K. J. (2002). Disenfranchised grief. In K. J. Doka (Ed.) *Disenfranchised grief: New directions, challenges, and strategies for practice*. Publisher: Champaign, Ill.: Research Press
- Doss, Erika Lee (1999) *Elvis Culture: Fans, Faith, & Image*. Lawrence: University Press of Kansas.
- Fink DS, Santaella-Tenorio J, Keyes KM. Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the US. *PLoS ONE*, 2018; 13 (2) : e0191405.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191405>
- Fiske, John (1992). The Cultural Economy of Fandom. in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. Lisa Lewis. London: Routledge, pp.30-49.
- He, Xiaozhong. (2006). Survey report on idol worship among children and young people. *Chinese Education & Society*, 39 (1), 84-103.

- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 19, 215–229.
- Humphrey, G. M., & Zimpfer, D. G. (2007). *Counselling for Grief and Bereavement*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: television fans & Participatory culture*. New York: Routledge.
- Jensen, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In L. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp.9-26). London: Routledge.
- Kessler D (2019). *Finding Meaning: The Sixth Stage of Grief*. North Carolina: Scribner.
- Kubler-Ross, E. (1983). *On death and dying*. New York : Macmillan.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory (3rd ed) : An Introduction*. London : Sage.
- Nicole Daniels (2019, December 19). How to Help a Teenager Handle the Death of an Idol. *New York Times*. Retrieved May 25, 2020, from <https://www.nytimes.com>
- Philips, D. P. (1974). The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, 39 (3), 340-354. <http://dx.doi.org/10.2307/2094294>
- Rando, T. A. (1993). *Treatment of complicated mourning*. Champaign, IL: Research Press
- Rando, T. A. (1995). *Grief and mourning: Accommodating to loss*. In H. Wass & R. A. Neimeyer (Eds.), *Dying: Facing the facts* (pp. 211–241). Taylor & Francis. Rationale and description. *Death Studies*, 23, 197-224.
- Richardson, B. (2008). It's Far More Important Than That: Football Fandom and Cultural Capital. *European Advances in Consumer Research*, 8, 33-38.
- Rodman, Gilbert B. (1996) "Elvis Myths." *Elvis After Elvis: The Posthumous Career of a Living Legend*. New York: Routledge.
- Shin, H. (2007). K-Pop (music) in the emerging cultural economy of Asian pop. *Journal of Communication Arts*, 25 (4), 1–11.
- Stroebe, M., Schut, H. (1999). The dual process model of coping with bereavement:
- WHO (2000) Preventing suicide : A resource for media professionals. From http://www.who.int/mental_health/media/en/426.pdf.

厚生労働省（2020年9月27日）著名人の自殺に関する報道にあたってのお願い

From <https://www.mhlw.go.jp/content/000676383.pdf>

韓國文化體育觀光部（2017）。韓流白皮書。首爾：文化體育觀光部。

방탄소년단 [@ BTS_twt] (n.d.) .Home [Twitter] Retrieved June 13, 2022 , from

https://twitter.com/BTS_twt



附錄

附錄一 研究參與同意書

親愛的朋友 您好：

我是南華大學生死學研究所的研究生蘇芳儀，目前在陳增穎教授的指導之下，進行「粉絲經歷偶像自殺死亡後悲傷與哀悼歷程研究」。邀請具追星相關經驗、並遭遇偶像非預期死亡的粉絲朋友，進行一至兩小時的訪談，很感謝您願意參與我的研究，分享您與偶像的回憶。

在訪談前，有以下幾點請您閱讀並確認：

- 1.過程中歡迎您暢談自身經驗、想法和感受。若有些問題您不方便回答，絕對尊重您的意願。而研究資料的整理分析，我會和指導教授討論，您有任何疑慮都可以提出。
- 2.為協助研究的進行，我會在過程中書寫摘要，並徵求您的同意在訪談過程中錄音，之後謄寫成逐字稿，方便研究者記錄及整理資料，此部分也會邀請您檢核，確保資料能忠實呈現。

最後，非常感謝您的協助!若有任何疑問，都歡迎您與我聯繫。

受訪者：

同意接受訪談

同意訪談過程錄音

生死所研究生 蘇芳儀 敬上

附錄二 訪談大綱

一、粉絲與偶像

- 1.請談談您是如何成為某某的粉絲?
- 2.請分享追星深刻的經驗?
- 3.請問偶像對自己的意義是?或是在偶像身上得到什麼?

二、偶像死亡之悲傷經驗

- 1.請問您當時如何得知偶像死亡?有誰通知您?
- 2.請問當時有什麼反應?(身體、想法、心理)
- 3.請問有出現哪些哀傷反應?
- 4.請問當時做了哪些事?有特別為偶像做什麼嗎?

三、悲傷調適歷程

- 1.請談談當時您是如何調適的?你的因應策略為何?(用哪些方式讓自己比較好些?)
- 2.這段歷程經過多久的時間?
- 3.有沒有參加葬禮、參與相關的儀式,或是以其他方式表達?
- 4.當你經歷這樣的事件,有沒有獲得外界的幫助或支持?哪些是你覺得有幫助的.
- 5.請問有人知道你在為偶像死亡悲傷嗎?有誰在當時提供你支持嗎?

四、悲傷剝奪

- 1.若是身邊的人不知道,會告訴他們嗎?他們的反應?
- 2.面對偶像死亡,有沒有經驗到無法告訴別人你在為偶像悲傷的處境?或接收到不能表達悲傷的處境?
- 3.有哪些因素導致、阻礙了你去順利表達哀傷,那些因素是什麼?