



CP 我們為何而站

簡文怡 文

偶像文化風靡以來，形成了特有的配對現象，男男女女不用分性別，只要有愛就能湊對。演藝圈中被視為「禁忌的」同性戀愛話題，在偶像團體的包裝下，成為粉絲的「萌點」之一。甚至某些偶像團體官方一邊揮舞著「禁愛令」的大旗、一邊卻又推出團體內的情侶組合來吸引目光。看似矛盾、又令人著迷不已，CP到底是怎麼一回事？而CP又會帶來怎麼樣的效益？



AKB48官推CP之一，岡田奈々與村山彩希的組合，暱稱為YuuNaa CP。
(圖片來源 / [FLASHスペシャル](#)影片截圖)

用愛發電 為何配對使人萌

CP為Couple的代稱，為情侶組合、配對之意，此一用語來自二次創作文化圈。二次創作為此文化圈將喜愛的文本（如影視作品、動漫、遊戲等）從中抽取「萌」的元素進行再創作，形成帶有原先文本部分特色之新作。在二創之中，粉絲經常會使用CP的形式，來詮釋「愛情」。

有一說法認為「愛情」是一種溝通符碼，社會學者尼可拉斯·魯曼（Niklas Luhmann）在《愛情作為激情：論親密性的符碼化》一書中表示，「愛情是一種在文字上已經預先成形，且根本就已經規定好的感受。」人們透過各式各樣的羅

曼史電影與愛情小說來理解「愛情」，因此愛情之於大眾並不陌生，以此來詮釋親密的行為也相對合理，並且能夠引起共鳴。使用CP的手法將愛情重新置入至原有的角色關係中，能夠使粉絲感受到戀愛的心動感，也能合理化角色互動時的親密行為，迷弟、迷妹們就在解讀與揣測人物關係之間尋找同好，形成站CP的行為。

另有不同的說法，則是藉由解讀性別之間的關係，打破某些「禁忌」、「刻板印象」來獲得滿足。以百合CP為例（女性與女性的配對稱為百合），動漫畫次文化觀察者楊若暉於《動漫社會學：別說得好像還有救》一書中提及，自認為是百合控的女性為男性的六倍，女性之所以喜愛百合作品，是因為它滿足了女性情感方面的需求。在此類作品中，女性存在的意義不再只是為了取悅、爭奪男性，也能夠跳脫出「女性特質」好比柔弱、含蓄、溫柔等形象，展現各式各樣的樣貌。在性別權力的關係中，同性CP翻轉了既有的印象，給予更多的妄想與解放。

當妄想與現實接合 官方默許炒CP

話題回到偶像團體，在日韓偶像團體盛行的風氣之下，組CP也成了喜愛偶像的方式之一。粉絲將特定CP的互動剪輯成影片，與相同愛好者在社群網站或論壇中組成「CP樓」共享偶像的資源，並以繪畫與小說等多樣形式進行二次創作。御宅評論社團Socotaku成員Kimball在《動漫社會學：本本的誕生》一書中表示，二次創作反映了多數迷群的初衷——對原作品的愛，除了羨慕、崇拜心態，「還想消費更多故事」也成為創作的原動力，二次創作門檻也隨著科技的發達而降低，創作者能輕易地使用多元的創作方式，如電腦繪圖、影片剪輯等，並將作品上傳網路平台、與同好分享。就這一點來說，偶像迷與動漫二創迷具有一定程度的相似性，藉由詮釋與再創作抒發對於偶像、作品的熱愛。

The screenshot displays the Baidu Postbar interface for the '龙tory' (Longtory) community. At the top, there is a search bar with '龙tory' entered and a '进入贴吧' (Enter Postbar) button. Below the search bar is a banner image featuring cartoon characters and a photo of two people. The user profile for '龙tory吧' is shown, including a '+关注' (Follow) button, '关注: 112,788' (Followers: 112,788), '帖子: 3,312,532' (Posts: 3,312,532), and a description 'BIGBANG成员-权志龙&李胜贤 双人CP' (BIGBANG members - G-Dragon & Lee Seung-hyun 2-person CP). Below the profile are navigation tabs for '看帖', '图片', '精品', '视频', and '群组'. A list of posts is visible, with the first post titled '龙TORY®「170614×公告」吧规修改意见收集' (Longtory® '170614× Announcement' Postbar Rule Modification Suggestions Collection) and the second titled '百度龙TORY吧*_工作组招募' (Baidu Longtory Postbar*_Workgroup Recruitment). At the bottom, there is a promotional banner for '惊喜圣诞 爱满童路' (Surprise Christmas Love Fills Childhood Path) with a '广告' (Advertisement) label.



每個CP樓都有一套自己的規範，粉絲會在樓裡分享偶像的資訊、CP的二創作品。圖為韓國男子團體BIGBANG成員G-Dragon與勝利的CP樓，粉絲暱稱其為龍tory。（圖片來源 / 龍tory吧）

然而，不同於類似的創作與站CP行為，動漫、影視作品存在於虛擬的空間，其世界觀、人物設定已經被建構，即使粉絲進行詮釋、再創作也無法撼動作品的本質。偶像團體的活動則發生於現實，每個偶像皆承載著粉絲的崇拜與妄想，是有距離感的存在，因此許多公司會頒布「禁愛令」來限制偶像的戀愛自由，維持讓粉絲幻想的空間。令人感到訝異的是，在頒布禁愛令的同時，也有部分偶像團體官方推出了團內CP、或是默許團員間曖昧的互動，這樣的舉動不僅與演藝圈排斥「同性戀愛」的風氣牴觸，也與所謂的「禁愛」背道而馳。

日本偶像團體AKB48是操作官方、商業CP的代表之一，在2015年12月15日的節目「AKBINGO！」中，即推出了兩對團內CP，粉絲暱稱其為YuuNaa CP、mogion CP，官方亦會安排讓粉絲喜歡的CP於活動中的站位相鄰、有更多的互動。另一種手法則為「排列組合型態」，例如日本團體AAA的成員有男有女，藉由成員間不同配對來完成不同的歌曲、參加各式活動，照顧不同對CP粉對配對的妄想。韓國偶像團體多為純男團或是純女團，在操作CP上則沒有這樣刻意營造炒作，但團體中的人數不多，又經常以團體為單位參加綜藝活動，成員間親暱的動作與鏡頭片段便成為供粉絲妄想、配對的空間，官方也默認了這樣的行為，因此在韓團粉絲之中，常常會有同性CP的愛好者出現。





AAA的成員原為5男3女（現為5男1女），有多種CP組合，下圖即為成員末吉秀太與不同成員參加活動的配對。（簡文怡 / 製圖）資料來源：[@SHUUTY_ss](#)、[伊藤千晃Blog](#)、[@steady_twjp](#)

粉絲的心態也是CP現象中玩味的一點，不希望偶像「真實」地戀愛，卻又經常因喜愛的CP互動而感到愉悅。試著將情況類比成戀愛虛擬遊戲，戀愛遊戲資深玩家科科任在《動漫社會學：別說得好像還有救》一書中，提及遊玩戀愛遊戲時，有部分群眾奉行著「二次元安定」，這樣的玩家對現實的愛情不抱希望，將精力投注在虛擬的遊戲中，只要付出低成本，便可以收穫戀愛的喜悅感，亦不會受到現實的傷害。在偶像團體內的「戀愛」若將其視為一個虛擬的框架、一個可以任粉絲發揮妄想的空間，在觀看喜愛的偶像CP間「有愛」的互動時，就能在不付出太多成本之下，收穫詮釋的快感，粉絲心中知道這樣是「安全的」、「虛假的」，與現實生活中偶像真實戀愛做切割，也就不會因此感到受傷。

跟著官方有糖吃 炒作CP的商業價值

官方很明顯了解粉絲的需求，因此CP也漸漸成為偶像團體的賣點之一。當問及身邊的粉絲是否會對於官方炒作CP有排斥感、破壞其幻想的空間時，多數人皆表示，「只要萌就沒問題！如果有配到不太喜歡的CP，選擇性忽略就好。」官方掌握粉絲喜愛的萌點，刻意地增加受歡迎CP的互動，在剪輯上也給予更多的鏡頭，粉絲在接受官方發的「糖」後，對CP的討論度增加，同時也對該偶像團體的黏著度更高，這意味著他們有更多的素材可以去詮釋、解讀，與同好之間也有更多共同話題，讓該話題的熱度持續延燒。二次創作提供了緊密的參與感，讓粉絲無法輕易從中抽離，對於官方不失為一個擴大行銷的管道。

現在也有越來越多現實與二創群體媒合的案例，如《[琅琊榜](#)》即收錄了二創歌曲作為片中插曲、連續劇《[偽裝者](#)》因受到二創族群喜愛，官方便授權《偽》二創的知名繪師來繪製漫畫等。由此可見二創在演藝市場的發展性，官方的支持也能讓二次創作更加蓬勃發展、形成良好的互動迴圈。

動漫產業、影視作品等二次創作皆有相對穩定的行銷發展管道，每年都有針對不同主題的only場、同人場，供創作者販售二創的商品。然而對於偶像這一領域，經常只能在網路發酵，一方面因為偶像是現實存在的人物，粉絲擔心販售二創作品會影響偶像的生活，「來是日前並沒有偶像團體與二創群體進行合作的案例，

因此偶像的二次創作很難在現實中發展。CP作為二創容易發揮的主題之一，能夠吸納大批粉絲，然而只見偶像官方刻意炒作CP，卻又不夠開放能夠與之媒合、妥善利用二創市場，或許未來在這一方面能夠有更多的討論空間，在現實與行銷之間取得更好的平衡。



記者 簡文怡



編輯 賴昀君