

“加糖”的买卖与浪漫的消亡

——“CP”现象研究



张柠



贾想



李晓博



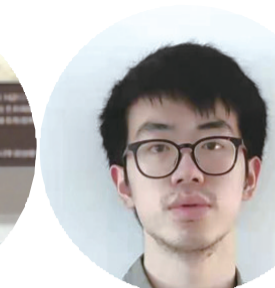
孙晓迪



吴文羽



林芳毅



黄龄贝



赵鑫



刘明昱

贾想:CP的诞生与罗曼蒂克的消亡史

我们今天讨论的话题是作为文化消费现象的“CP”。CP这个词是英文单词“Coupling”的缩写,最初诞生于日本的ACGN(英文动画、漫画、游戏、小说的合并缩写)同人圈,之后CP的概念不断延展,任何一对产生了浪漫关系的同性或异性,都可以凑成一对CP。CP也从虚构作品走向了现实生活,产生了“角色CP”和“真人CP”这样的区分。比如角色CP“福华”(英剧《神探夏洛克》当中的福尔摩斯和华生)、“矮猴”(日本动漫《进击的巨人》当中的利威尔兵长和野营巨人)等。

如今的文化消费领域,围绕CP这个概念诞生了许多“动作”。有的是经济学的动作,比如“炒CP”;有的是心理学的动作,比如“嗑CP”;还有“拉郎CP”(把两个不相干的人物硬拉在一起凑成一对)这样的娱乐动作。时下,CP已经溢出了亚文化的小圈子,度过了“圈地自萌”的内部消费阶段。无论是电影电视、动漫游戏还是各类综艺,CP已成为当下大众娱乐的新引擎之一。

“嗑CP”是CP文化的核心。可以大致翻译一下,“嗑CP”是在追求一种自由而浪漫的情爱以及基于这种情爱的理想生活。往大了说,“嗑CP”的事情古已有之,往小了说,今天我们在CP关系当中所嗑的浪漫,应该是来源于18世纪末法国大革命之后产生的基于自由、博爱的启蒙主义思想,这种思想帮助人类从门当户对的封建婚恋观念中解放了出来。

这种浪漫的意识形态也经历了一个盛极而衰的过程。中世纪浪漫传奇故事当中的骑士与公主就是一对典型的完美的CP。这一时期的浪漫处于“幻想”状态,因为社会历史的条件还不成熟。到了简·奥斯汀那里,浪漫终于在现实层面“达成”了,伊丽莎白与达西克服了传统观念和固化认知带来的傲慢与偏见走到了一起。19世纪末,福楼拜写出了浪漫破产的过程。艾玛被罗尔多夫引诱,被情人莱昂利用,纯情的骑士变成了伪君子,爱情变成了买卖,一颗冒险和自由跳动的真心烧成了死灰。到了米兰·昆德拉那里,爱情已经成为了“可笑”的东西。他不断在小说中跳出来,嘲笑人类投入恋爱时的自私、做作和愚蠢,让我们发现男人其实是在和自己的影子恋爱,女子其实是在和自己的幻想恋爱。从存在主义的层面看,两个人相爱这件事已经“不可信”“不可能”了。

从中世纪的骑士传奇、简·奥斯汀的婚恋喜剧、包法利夫人悲情的婚外恋一直到米兰·昆德拉笔下“可笑的爱”,浪漫一步步从幻想走向破产,从纯真坠入讽刺。这就是人类所经历的罗曼蒂克消亡史。同样,诞生不久的CP文化也难以逃脱浪漫的这个衰变周期。从“嗑CP”之时的你侬我侬、“拆CP”时的人设崩塌,直到“拉郎CP”时那种玩世不恭的游戏态度,“CP粉”也一次又一次经历着自己的罗曼蒂克消亡史。

但是,现实中浪漫的消亡、情爱的苦涩、生活的寂寞,恰恰是我们转向荧幕、转向虚构、转向白日梦的导火索。我们越是感到浪漫的匮乏,越是对制造出来的完美CP不可自拔。这就是“嗑的心理”吧。

李晓博:“嗑CP”背后的古典审美观念

如果把CP作为一种爱情文本来细察,我们会发现它的趣味其实相当古典。首先,组成CP的两人在社会身份、阶层地位上往往非常“般配”。比如电视剧《山河令》中的热门CP(温客行与周子舒),一个是率领三千鬼众的鬼谷谷主、神医谷后人,一个是四季山庄庄主、皇家特务首领,这种配置非常像我们常说的“门当户对”,而且这种“门当户对”还会以一些非常显著、非常具象的小物件来点明。温客行持扇,周子舒执剑,就如同《红楼梦》中贾宝玉有“玉”,薛宝钗有“金”。

为物安排这些“自然成对”的物件,便是在凡俗的关系之上更赋予一种超自然的力量:用古语说,就是“天作之合”;用现在CP圈的流行语说,就是“命运般的”。CP粉非常热衷于他们喜爱的CP寻找“冥冥中自有天意”的证据,作为两人“绝配”的铁证。

CP相遇,往前追溯是前世的因果,往后的期待就是“有情人终成眷属”。看到自己喜欢的CP互动时,CP粉会忍不住祝贺或者感慨,“不结婚怎么收场”。有的CP粉将“在一起”的强烈期待反馈到播剧平台,甚至可以迫使剧方更改悲剧的大结局,增加“长相厮守”的团圆彩蛋。“永老无别离,万古常玩聚”,

CP粉们期待剧中人最好像《梁祝》里那样,就算死了,也要化成蝴蝶永远在一起。

“生生世世”意味着时间是重复的,“不离不弃”意味着空间是静止的,这就是一个典型的基于农耕文明的古典世界。人际关系是封闭的、单调的,只有“一双人”,而且是老熟人,“青梅竹马”都不够,甚至前世就已经结识。个人情感也是凝固的,不会动摇、不会变化、不会消退。CP粉所嗑的“绝美爱情”就像一曲令人香甜入睡的“摇篮曲”。正如张柠教授在《中国节奏与精神秘密》中提到的,“这种催眠作用的直接后果是,保证了原有的静止世界的安全,阻止了陌生化经验、复杂多样性经验的介入,当然也成功地阻止了新的诗意的介入。”

我们已经生活在了现代世界这样一个“陌生化”的环境,这个世界瞬息万变,充满未知与危险,随时有不可理解的新事物诞生。人会遇到各种各样的人,产生错综复杂的人际关系,一个人可能同时喜欢三四个人,又像十字路口的人流那样,即聚即散。

“嗑CP”显露出的集体无意识的古典审美背后,是一个不死的乡土文明对现代性实施的反抗。或许我们可以尝试大胆一点,古人向往死生契阔、矢志不渝,我们也可以憧憬陌生、危险与变化。有情人未必都要终成眷属,也大可相忘江湖。

孙晓迪:量产的爱与干涸的自由

作为粉丝文化的受众,“嗑学家”们热衷于分析影视剧角色、作品中人物形象或是演员及偶像个体的情感关系。他们通过剪辑CP双方的影像素材,拼贴和改变原有的情节内容,乃至重新创作以CP双方为主角的小说故事等完成受众的再创作。

在重新书写的文本中,一种新的叙事路径和审美秩序被创造出来:风格是浪漫主义的,节奏是轻快迅速的,语言是求新求异的。组成CP的双方通常集年轻、英俊、美丽、单身、富有等优势于一身,其中一方具有女性化的性格,如温柔、敏感、善良、天真等,他们的相爱模式依旧延续了罗密欧与朱丽叶的命中注定、简·爱与罗切斯特的互相救赎、哈姆雷特和奥菲莉亚的虐恋情深。

这类文本的缺陷也是明显的。首先是删除了那些曾存在于19世纪浪漫体裁小说中真实的情感体验,“罗朱”两人之间动人的“黎明的爱”,那为爱不顾一切、冲破世俗阻力乃至殉情的悲歌不复存在,只剩下“命中注定我爱你”的套路;简·爱与罗切斯特之间“你我是平等的,我的灵魂与你一样”的精神共鸣也消失了。故事的最后往往以大团圆而告终,“有情人终成眷属”,“王子和公主幸福地生活在一起”。基于双方性格、处境、命运而产生的对立、抗争、矛盾等一切烟消云散之后,珍贵的“灵魂之爱”就变成了过剩的“量产的爱”。

幻想是一个游戏、一场白日梦,也是一种意识形态的表征方式。作为女性幻想意志的结果,浪漫故事为女性提供了表达自己权力意志的空间,但获得权力的叙事手法则受到了严重限制。有一个在“嗑”文化中被频繁使用的句子:“我可以单身,但我的CP一定要结婚。”也就是说,无论怎么嗑,CP故事的结局往往是指向父权制意识形态下的婚姻。在这个年轻女性所建构的文本中,女性并没有被赋予真正的权力,而是仍旧扮演着父权制控制下的女性典范。因此,讲述浪漫故事表面上是一种幻想的自由,实际上却是一条逃避的路径。从这里并不能游向爱与自由,相反,走向的可能是自由干涸之处。

吴文羽:CP,或商业运作的“伪物品”

CP强调的是将人物配对的行为和过程。从“二次元”到“三次元”,有关联的人物和无关联的人物均可以被配对。面对着配对双方的“原始文本资料”,“CP粉”化身随心所欲的“剪刀手”,从个人的主观意愿出发,将文字、图片和视频等素材进行剪辑和拼贴,建构和呈现出了新的“关系”。CP粉所关注的重点,就在于配对双方的“关系”。

CP粉对于“关系”的欲望,不仅是“生成”,还有“控制”。“CP粉”在“嗑CP”的过程中,也控制着CP的情感走向。对于一些“CP粉”而言,配对双方只是建构“关系”的工具,当双方关系的发展不能满足期待时,他们会提出异议,甚至变成反噬的力量。靠“炒CP”涨粉的明星如果在真人秀节目中刻意避嫌,还会引起CP粉的“不满”。

文化消费语境下的CP是一种善于生产细节的“伪物品”。商业化的CP通过塑造一段虚拟的关系来取代CP粉真正的情感需求。虽然这段关系明显是虚构的,是“伪物品”,但CP粉却乐意“上当受骗”,因为其关注的重点并不在于它的真伪,而在于它能否满足甜蜜的幻想。

CP吸引受众的关键就在于生产虚假但甜蜜的细节。小说、电视剧中的官配CP总会不断地“发糖”,来迎合CP粉的需求。在细节的包围中,CP粉会感受到“有爱”的氛围。通过对细节进行二次加工与创造,受众还能获得“沉浸式”体验。例如,将零散的“发糖”细节进行拼贴并反复观看,利用媒介技术“延长”双方互动的时长,让自己沉浸在慢镜头中自娱自乐。以视听媒介为主的技术手段,决定了以视听形象为主的细节生产。相比于纯文字形式的同人文CP,带有清晰视听形象的CP具有更高的“热度”。CP对视听的眼神、同框的造型等细节,能给予受众深刻的印象,影视剧改编也因此成为了让CP“出圈”的手段。

“炒CP”已形成一套成熟的商业运作模式。“炒CP”既是拼贴的过程,也是删减和浓缩的过程。“炒CP”的手段就像一个“万花筒”,能让单调的个人在“关系”中获得多面性。单独看一个角色、一个明星可能是乏味的,但CP的拼贴组合能制造出更多的“看点”,例如《声入人心》第一季中的“梅溪湖36子”,就被组成了近200对“CP”,其后的许多综艺节目也会通过“组CP”来赢得流量。从一对CP到下一对CP,“关系”速成速朽,反复循环,许多“新CP”利用的就是“老CP”的套路。

在令人眼花缭乱的CP商业推广背后,CP时常缺乏独特的内涵,一旦受众产生视觉疲劳,思想和艺术的匮乏就会暴露无遗。这便是“浓缩”的后遗症,“炒CP”就像制造浓缩果汁,它的甜度能使人兴奋,它的品质也发生了变化——情感过于黏稠,受众的注意力只停留在情感互动上;而作为营养成分的“意义”在不断流失、挥发,人与人之间“关系”的复杂性也淡出了受众的视野。“嗑CP”虽然可以满足一部分人的情感需求,但如果沉迷于此,受众的审美体验将会受到负面影响。当他们不得不从CP的幻想世界中脱离时,他们对“关系”、对日常生活的理解也许依旧是平庸的。

林芳毅:语言、身体与想象之间的嬉戏

CP主要借助媒介技术,按照剧情与人设等来呈现审美愉悦感。“组CP”是吸引大众的视听形式与营销手段。而在“嗑CP”的表象下是一套严密的资本逻辑操控着的消费话语。正如鲍德里亚所说,“身体是最美的消费品”,身体成为了CP消费话语体系以建构和表达的重要途径。“嗑CP”可以看出是基于语言、身体与想象之间的嬉戏,在CP情感走向和情感经历的不确定性中,人们试图去建构和寻找理想的稳定性,但实际上更像是一种寻求一次性的刺激的冒险之旅。

“嗑CP”暗含了对甜甜的恋爱的期待和想象,可以解释为当下对于精神糖分的一种需求。随着批量化的CP被“生产”,大量的“工业糖精”被制造,表象性、短暂性、糖分超标的爱情幻象将令爱情的意义和本质被架空。“嗑CP”某种程度上反映出在工业糖精的影响下,人们对绵软、甜腻的追捧,对沉重的远离,对生活的疼痛感与敏感度的屏蔽。

黄龄贝:符号消费与粉丝文化的话语强权

在消费社会,人们对物的消费不再仅仅满足于它的使用价值和交换价值,而开始更多地关注其符号价值与象征价值。正如鲍德里亚在《物体系》当中所说,“可以将消费设想为一个我们的工业文明特有的作用模式——条件是……把它作为一种满足需要的程序,释放出来。消费并不是这种和主动生产相对的被动的吸收和占有……消费是一种建立关系的主动模式,它是一种系统性活动的模式,也是一种全面性的回应,在它之上,建立了我们文化体系的整体。”毫无疑问,这是一种消费的异化,物只有在成为符号之后才能被当作消费的对象。我们今天讨论的“嗑CP”,实际上就是这种符号消费的表现形态。

CP就是一类符号,是由粉丝们参与其中并且和产品的提供者共同生产出来的符号。CP组合在公共领域的各种互动或者在影视作品当中所呈现的表演,都会被当作一个可以解读的文本。“CP粉”们在这些文本的基础之上会做出创造性的私人化解读,解读的内容大多都落脚在亲密关系的建构上。通过文本建构,CP粉参与到了符号的意义建构当中,完成了对符号的消费和个人情感体验的满足。

“CP组合”这一符号通常可以满足粉丝对理想爱情的情感体验,因此这一符号的意义通常呈现了每个人心中理想爱情的形象。除此之外,粉丝间消费符号之间的关系也是双向的,粉丝参与生产消费符号过程的同时,也受到了符号所携带意义的潜移默化影响,影响到粉丝对世界、自我和他者的认知。“嗑CP”不仅仅涉及人和消费物之间的关系,还涉及人和集体以及人和世界之间的关系。

粉丝个人的文化消费是私人的、差异性的,但当粉丝进入到粉丝社群后,粉丝集体成为一个消费单位,粉丝自身的差异会被抹平,社群集体的意志成为话语权的主导者。而所谓集体的意志通常是由多数人的意志所决定的。以CP粉为例,其社群内部有清晰的划分,每个人都可以通过细部的体系划分找到自己在整个系统当中的定位,表现出“标签化”特征,只有在相互标签定位不产生冲突的情况下,个体才会集合成群体参与各种公共活动。这种个体意志被集体意志统一的现象,体现出粉丝文化所蕴藏的话语强权。

赵鑫:“嗑CP”的行为心理逻辑

当女性“嗑CP”时,她们在嗑什么?换言之,她们的行为心理逻辑是什么?

首先是一种“反抗”的逻辑。比如嗑兄弟CP的行为就是对男性中心主义逻辑的敲打,也是对传统异性恋模式的解构。在这过程中,女性成为观看的主体。她们用自己的观看行为表明,男性之美也可以变为眼球消费的对象。在父权社会中,很长一段时间以来,女性是被书写的客体,她们往往被塑造为各类扁平刻板的形象。如今,“嗑CP”这样的文化现象可能也是女性“反叛”意识的一种表现。

其次是一种“逃避”的逻辑。“嗑CP”和阅读浪漫小说类似,都是令人在现实处境之外浸入异次元乌托邦,逃避现实真实矛盾的一种方式。在真实世界构建亲密关系,享受甜蜜的代价可能是“鸡飞狗跳”和“一地鸡毛”,更难走出的是矗立在爱情背后、投下阴影的那座山头:父辈制定的带有历史稳定感的人生,以及随之而来的妥协与束缚。面对这些,新世代们可能更愿意在扁平的网络世界嗑那些只有甜蜜没有矛盾,不用负责的属于别人的“神仙爱情”。

刘明昱:“凝视”CP的女性

近年来,“粉丝”群体的规模在不断扩大,其中女性粉丝占据着尤为重要的地位。一方面是女性对情感细节捕捉的能力更强,对内在的情感递进和外部的表情分析都有着天然的敏感。另一方面,随着社会经济的发展,女性更加独立自主,在粉丝消费领域有着不可小觑的实力。她们不再像波伏娃《第二性》中所说的,“通过与男人的关系而被决定”,而是更多地利用自己的声音和能力去修改偏见,塑造自身的主体地位。CP现象之所以能成为市场热点,也是因为其更符合女性对理想关系的期待,女性的审美要求日渐成为当下角色塑造的标准。所以女性粉丝在嗑CP时不仅关注角色之间的情感互动,更是作为“凝视者”来掌握观看的权利。

但在实际的文化消费中我们会发现,看似是女性享受着观看资格,但其实在对角色的完美想象和追求中仍有对男性的“膜拜”。在粉丝的心理层面,女性与CP偶像之间仍是一高一低的关系。这种所谓的“凝视权利”最终还是屈从于幻想中的完美异性,男尊女卑的话语结构并未由此消解。因此,女性是不是真的已经开始掌握书写权力,我觉得还是存疑的。

张柠:“加糖”的买卖和浪漫的消亡

大众文化研究其实比纯文学研究更难。纯文学的文本,比如《红楼梦》《包法利夫人》《战争与和平》《安娜·卡列尼娜》,这些文本本身的价值是没有疑问的,它们的“好”是肯定的,我们只需论证它们“好在哪里”。但像“嗑CP”这类正在发生的大众文化现象,它的意义则是不确定的。在研究和分析一个不确定的文本时,我们每个人的进入方式、思考路径都具有差异性。这种研究的挑战性就在于进入它的方式和路径是开放的、有差异的,有些人选择的路径比较快捷、准确;而有些人选择的路径比较迂回,就难以进入。

“嗑CP”是一种新兴的文化消费现象,如何描述?我首先想到,CP意味着一种“加糖”的买卖和浪漫的消亡。“糖”是一个符号,浪漫的“糖”是人类精神生活最深层的东西,是我们欲望的捕猎对象,没有“糖分”和“甜度”的CP是没有市场的。所以资本在“组CP”的时候,一定要“加糖”。但这种“糖”带来的甜蜜并不是真正的浪漫的甜蜜。实际上,资本添加的是一种工业糖精,它只有甜的效果。20世纪的现代主义已经将那种建立在自由恋爱基础上的浪漫给消解掉了。现在,“嗑CP”这种大众文化实际上是对罗曼蒂克的进一步消解。它以一种甜蜜的方式出现在人们眼前,也就是“加糖”。但工业糖精加的越多,真正的甜蜜越可能会消亡。

CP还是一种充满幻想的“小二黑结婚”。相比于封建文化,“小二黑结婚”是一个追求婚姻自由的进步的故事。“嗑CP”同样也有一种进步的诉求,希望两个人自由配对、自由组合、自由婚恋。但CP身上的自由和浪漫是被制造出来的,是“加糖”之后产生的心理体验,所以又是一种营造出来的幻觉。

“嗑CP”背后的深层心理和社会历史原因很复杂。第一点,“嗑CP”是对幸福完整的想象和表达,这是它心理学的起点。这种想象和表达是一种“次生产物”,不像艺术家写作那样,具有直接的原发性。它是对已有文本,包括文学的文本、艺术的文本、影像的文本、网络的文本进行的二次阐释,也就是“同人写作”之后产生的一个崭新的次生文本。

第二点,“CP粉”有着对自由和浪漫的极度想象。他们否定现实恋爱当中的种种残酷,否定“不完美”和“不甜蜜”。他们会想象一种既完美、同时又不受社会历史文本书写的非传统的自由。对于他们来说,“嗑CP”是实现个人自由浪漫想象的路径;但对于他者来说,“嗑CP”更像是一种逃避现实的行为,是人生的避难所。

第三点,CP期待的结果不是指向自由,而是指向捆绑,指向父权制度支配下的大团圆结局,也就是成双成对的结婚。所以,与CP文化相配套的其实是文艺复兴之前的美学和意识形态,而非文艺复兴之后的现代的东西。文艺复兴之后的文学反映了个人成长和自我意识觉醒的过程,成长小说、学习小说、漫游小说,讲述的都是独立的个体的神话。“嗑CP”虽然产生于启蒙主义文化之后,但它的精神指向又绕回了从前的老路,它的审美趣味是古典文化的复苏。这既不符合女权主义的价值观,也不符合启蒙主义的价值观。

第四点,就是被操控的欲望和审美。CP粉的情感满足方式实际上是被一套成熟的符号操控的。在“嗑CP”的过程中,看似有很多“物料”,看似有很多选择的机会,但实际上只有一种配好的“糖精”,一套制造好了的“浪漫配方”。我们越是想要在网络中满足自己对糖分的需求,对于飞扬的恋爱的需求,日常生活中我们越是飞扬不起来。这就是“糖分过多,盐分不足”的表现。

