

近10年“嗑CP”的研究现状与发展趋势

——基于CiteSpace的知识图谱分析

张玉洁¹ 张澳² 魏梦¹ 郑妤¹

1. 曲阜师范大学心理学院, 曲阜;
2. 上海师范大学哲学与政法学院, 上海

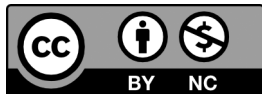
摘要 | “嗑CP”是粉丝文化的核心实践活动之一, 其研究热点和前沿等研究态势有待进一步探究。运用CiteSpace文献计量工具, 对2015年1月1日至2025年6月26日中国知网(CNKI)和Web of Science(WOS)核心合集数据库中的102篇中文文献和1004篇英文文献进行分析, 绘制近10年“嗑CP”研究的知识图谱。历史趋势分析显示, 中文文献发文量呈“起步—增长—下滑”的曲折态势, 英文文献则呈现比较稳定发展趋势。关键词频次和中心度分析表明, 国内研究以CP粉丝、CP文化等为核心, 依托亚文化和粉丝文化理论框架; 而国外研究聚焦culture、social media等, 形成以文化、传播、粉丝为核心的稳固框架。关键词共现网络聚类分析发现, 中文文献形成“主体—文化—情感—经济”四维研究框架, 外文文献则呈现以数字媒介为技术基底、跨国传播为空间维度、情感体验为价值核心的三维图景。研究揭示了该领域的研究热点、前沿动态及理论演进路径, 为后续研究提供参考。

关键词 | “嗑CP”; CP粉丝; 粉丝文化; 亚文化; CiteSpace; 知识图谱

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

近年来, “嗑CP”作为粉丝文化的核心实践活动之一, 在社交媒体和网络平台迅速蔓延, 其衍生的创作、话题营销等活动不仅重塑了粉丝与偶像、粉丝与作品的互动模式, 更催生了庞大的文化消费市场。研究这一现象, 有助于理解网络时代青年群体的情感需求、文化认同机制, 以及亚文化与主流文化的互动关系。

“嗑CP”是活跃于饭圈文化和粉丝经济中的网

络亚文化高频用语, 由中文动词“嗑”与英文缩写名词“CP”组成。“CP”是英文单词“couple”或“coupling”的缩写, 意为“一对、两个”, 尤指夫妻或情侣。根据《汉语大词典》(罗竹风, 1986), “嗑”字有3个读音, 分别为“kè”“hé”“xiá”, 当“嗑”发音为“kè”时, 有以下3个动词释义:

(1) 说话, 闲谈。例如: “休来这里闲嗑, 俺奶奶知道骂我。”(元·无名氏《玉抱肚》)

(2) 用牙齿对咬有壳的或硬的东西。例如: “还有

通讯作者: 张澳, 上海师范大学哲学与政法学院硕士研究生, 研究方向: 社会心理学。

文章引用: 张玉洁, 张澳, 魏梦, 郑妤. (2025). 近10年“嗑CP”的研究现状与发展趋势——基于CiteSpace的知识图谱分析. *中国心理学前沿*, 7(9), 1146–1153.

<https://doi.org/10.35534/pc.0709186>

一些坐在一大间客房里，嗑瓜子，咬槟榔，不知是哪一家的女眷们。”（丁玲《母亲》）

（3）指上下牙齿的对碰。例如：“加上刚刚出过汗，给风一吹，全身就冷得发抖，牙齿嗑得咯咯地响。”（邓洪《山中历险记》）

中国台湾作家在撰写文学作品创造中，将“嗑”字赋予过度沉溺上瘾物质的含义（祁文玉，2022）。综上，其定义可以归纳如下：“嗑CP”是指粉丝个体或群体沉溺于非自身所属的情侣关系中，进而产生幻想与愉悦心理的行为与过程。以往研究者对其定义也基本从此角度出发，仅表述方式存在差异，例如：祝杰（2021）认为，“嗑CP”是指人们通过观看荧幕情侣的互动来想象他们在一起的画面，并因此获得快感，“就像自己也恋爱了一样”；肖映萱（2020）从中国网络女频文学中总结了“嗑CP”的定义，更强调了粉丝的获得感与上瘾性——“嗑CP”是指粉丝从自己喜爱的配对的亲密关系和互动中获得极大满足，仿佛对此“上瘾”；李赧儿等（2023）从更为广泛的文化传媒视角进行定义，即“嗑CP”是粉丝眼中对于各类书籍影视作品中存在确定恋爱关系或是有特别情谊的人物之间的配对。此外，由于发音相似等原因，部分文字资料及参考文献将“嗑CP”误写成了“磕CP”（王筱丽，2023），但对CP的沉迷和热爱的定义是一致的。

随着网络文化的发展，“嗑CP”行为呈现出多元性特征。通过对微博超话、豆瓣小组、小红书及LOFTER等不同平台的参与式观察，可将其特征总结如下：

（1）CP不局限于两人之间的爱情，三人CP的情况并非罕见，如韩国流行男子组合NCT DREAM中的“尾号三”CP就是由三位成员组成。

（2）CP的形象不限，包括真人CP（粉丝群体称之为rps，是英文短语Real Person Slash的缩写）、动漫CP、漫画CP、小说CP等，无论当事人之间是否存在实际关联，粉丝均可依据个体或群体意愿组合为CP。通常情况下CP之间具有较强关系，如共同为影视作品或文学作品的主角、同属一个经纪公司等；CP之间较弱关系或毫无关系被称之为“拉郎配”，类似中国古代社会中的“强配鸳鸯”。

（3）CP之间的感情以浪漫爱情为主，可能还有亲情、友情等。亲情、友情等非爱情关系并不是CP关系中的主流，因此文章不会过多探讨。

（4）CP之间的互动和感情程度往往通过被粉丝进行二次创作（如小说、视频剪辑等）而被捏造或夸张。多数情况下，“我嗑的CP是真的”只是粉丝心理的一种虚幻的反馈，并不意味着CP之间具有相应的感情投入程度。虚幻的反馈在一定意义上是“嗑CP”心理的源动力——现实生活中的感情有太多不确定因素的干扰，但CP之间的感情一定长青。

（5）CP营销作为粉丝经济的重要策略，例如“全

糖可乐CP”的商业合作案例显示，其衍生产品——纸质杂志在短时间内实现高销量，印证了CP文化的市场转化潜力。因此组CP被视为娱乐圈人士成名的便捷通道，背后资本方热衷于通过此方式来带动作品宣传或“捧红艺人”。

“嗑CP”的英文主要围绕“ship”进行衍生。根据柯林斯词典，“ship”的释义为：

（1）n: a relationship, esp one of a romantic nature. 名词：一种关系，尤指浪漫性质的关系。

（2）v: to promote or endorse a romantic relationship between (two characters). 动词：推动或支持（两个角色之间的）浪漫关系。

“ship”是“relationship”的简写，既可用作名词表示“浪漫关系”，又可用作动词表示“嗑CP”，如“I ship them”表示“我嗑你们的CP”。其动名词形式为“shipping”。在进行文献检索时，不能直接以“ship”或“shipping”为主题检索，这会导致出现大量船舶相关专业的学术论文，造成数据污染，因此，应搭配粉丝文化相关主题词共同检索，如Slash, Shipping Practices或Shipping Behaviors（粉丝由于“嗑CP”而做出的支持行为），CP fans（进行“嗑CP”行为的粉丝群体）等。此外，“嗑CP”也可使用“Character Pairing”（人物配对）等同义词进行表达。

2 文献综述

CP粉丝是CP（通常包含两个人）的粉丝，痴迷于两人之间某种“特殊关系”，一般自称“xx（CP名称）女孩/男孩”，是相对独立的粉丝群体，长期与CP双方个人的粉丝（唯粉）处于对立关系，具有自身独特性。赵晓芳和李倩（2025）从整体上对社交媒体中的CP粉丝进行了群体特征画像：以女性为主体，呈现出低龄化趋势；具有圈层化特征；其生产活动具有创造性，创造形式多样；与资本的关系既抗衡又合谋等。

国内已有研究对CP粉丝“嗑CP”行为和心理机制的理论解释较为丰富。巴赫金的狂欢理论认为，狂欢具有全民性、仪式性、平等性和颠覆性；狂欢是一种平行、开放且动态的文化型构，充满激情、丰富多彩且清晰透明（陆道夫，2002）。当互联网逐渐成为狂欢演绎的新空间时，用户可获得相当程度的平等对话权利，

“嗑CP”等行为不仅是粉丝主动获取快感的形式，还是借助互联网和社会化媒体进行的全民性、大众性的狂欢活动（赵晓芳，李倩，2025；冯启楠，2021）。驯化理论最初由西尔弗斯通提出，强调媒介使用者的主体性，侧重于使用者、媒介、场景之间的互动与协商，并关注媒介消费过程中产生的意义。从CP粉丝与CP超话（“嗑CP”的虚拟活动场地）的互动过程中发现，CP粉丝群体呈现出创造性地“驯化”超话的特征：不仅将自身日常生活融入超话中，满足信息渴求并进行媒

介内容再生产，还与自身身份建构进行强烈互动，表达了相对进步的社会性别意识——对性话语的态度较为开放（赵垠垠，2021）。邢卉（2021）从女性主义和精神分析视角也发现CP粉丝内部更大胆、积极地表达自身的幻想与欲望，不再是男性社会欲望的客体和他者。父权社会使女性表达性欲望失权，传统道德观念更将讨论性的权利与性别秩序挂钩。而以女性为主的CP粉丝在其文化实践过程中，尝试通过对CP组合亲密关系的想象，释放被压抑的性幻想和欲望。赛博（Cyber）空间（物理空间、社会空间之外的新型交互空间）中的女性主义被称为赛博女性主义，是后现代女性主义流派的一种（Haraway, 1991）。郝汉（2022）认为，CP粉丝是赛博女性主义的践行者，其文本生产活动突破了性别二元论，“圈地自萌”属性规范了实践建构的秩序，更保护了女性群体的发声机会，关注议题延伸至社会主流议题及女性议题，是CP粉丝争取女性权利的直接体现。

国外对“嗑CP”的研究较国内发展稍早，究其原因主要在于其互联网发展速度在早期阶段稍早于国内，文学开放和性开放程度较高等。目前研究多从CP粉丝与其他粉丝（一般指唯粉，即反对CP关系、只支持CP中的一方的粉丝）之间的关系出发，通过群体间的冲突与对立发现CP粉心理动机与诉求。Burkhardt等人（2021）从某剧集的粉丝群体之间的“斗争”中发现，CP粉丝进行“嗑CP”活动时不仅偏好角色之间的浪漫配对和在Tumblr平台（剧集播放的平台）的存在感，而且偏好高风险语境中与媒体呈现（甚至自我呈现）的权力和价值紧密相连。反CP者与支持CP者在“嗑CP是否反映粉丝道德价值观”等议题上存在分歧，反CP粉丝在反对反CP者试图重塑粉丝行为规范时保护自己创作自由的权利及反对被贴上性标签的污名化（Bradburn, 2023）。Bothe（2014）发现，CP粉丝内部也有冲突与矛盾——CP粉丝会通过发帖和评论实施歧视，并基于CP偏好形成社交排斥性，这种社会排斥并非始终基于身体标识，若个体认同某一未获主流支持的特定CP，可能会遭遇排斥与非包容，进而产生不受欢迎和被歧视的感受。

国内外对CP粉丝进行“嗑CP”行为的研究主要从传媒学的学科视角进行，以质性研究中的文本分析法和访谈法为主，虽然有部分研究者进行了问卷调查法（冯啟楠，2021），但其问卷编制过程较为粗糙，缺少信效度检验等标准化过程。Zhou（2023）等人基于扎根理论对资深CP粉丝进行半结构化深度访谈，构建出一个能够识别前因、发展、行为模式和后果的心理模型。首先，“嗑CP”行为的发展可分为三个阶段，即探索阶段、形成与稳定阶段和破裂阶段；娱乐与社交需求、个性特质，以及外部因素（如粉丝群体）是“嗑CP”行为的主要影响因素；这些因素推动了“嗑CP”行为的发展，包括CP消费与创作、独自“嗑CP”与群体“嗑CP”，以及

时间和金钱的投入；“嗑CP”行为的影响既包括情感收获、爱情观的转变和自我提升等积极方面，也包括盲目崇拜、行为成瘾和关系破裂等消极方面。也有研究者从经验和文献综述角度总结了CP粉丝进行“嗑CP”行为的心理动机，包括回避现实亲密关系与情感的网络转移、理想关系的投射与替代式参与、自我满足与操控感的获得、群体归属与自我认同的强化、“她经济”环境中女性主体性的凸显等（赵晓芳，李倩，2025）。李赟儿等（2023）从较为系统的心理学视角探究了“嗑CP”与家庭教养方式以及理想恋爱观之间关系，并改编了Bergen社交媒体成瘾量表（BSMAS）以测量“嗑CP”行为的成瘾倾向，这是对“嗑CP”研究应用性的一次大胆尝试，为家庭教养方式的更新、家庭关系的处理提供了合理建议，尤其是父亲教养方面。

国内外“嗑CP”研究的现状如何呢？经历过怎样的变化？研究的核心是什么？存在哪些不足？这都是尚未进行过数据可视化研究的。因此，“嗑CP”的研究热点和前沿等研究态势有待进一步厘清。CiteSpace作为一种科学知识图谱分析工具，能够通过关键词共现、文献共被引、聚类分析等方法，揭示该领域的研究热点、前沿动态及理论演进路径，为后续研究提供参考依据。本研究以CNKI和Web of Science核心合集数据库为数据源，运用CiteSpace软件绘制近10年“嗑CP”研究的知识图谱，通过历史趋势分析、关键词频次和中心度、关键词共现网络关系等，揭示该领域的研究热点、前沿动态及理论演进路径，为后续研究提供参考。

3 “嗑CP”的知识图谱分析

3.1 历史趋势分析

通过CiteSpace对“嗑CP”研究文献进行可视化分析，以中国知网（CNKI）、Web of Science（WOS）核心合集数据库为数据来源，时间设置为2015-01-01至2025-06-26。在CNKI中，检索式为：主题=（嗑CP OR CP粉丝OR CP向创作OR CP文化）；WOS的检索方式为：TS=（shipping practice OR shipping behavior OR CP fans OR shipping in fandom OR character pairing AND TS=（fandom OR fan culture OR CP-oriented Fan fiction）。文献类型设定不限，检索日期为2025年6月26日。通过对文献主要字段的筛查，排除缺失作者信息或关键词、属于不相关领域的文献，最终，纳入102篇中文文献和1004篇英文文献进行进一步分析。

通过对文献年度发文量的可视化分析，结果如图1所示。针对中文文献，近10年与“嗑CP”相关的研究发文量相对较少。2015—2025年中文年发文量的均数为9.27。具体而言，国内对“嗑CP”现象的研究起步于2015年，2015至2019年仍处于起步阶段，发文量在1~4篇；2020至2021年，发文量提升至11至33篇，达到顶峰；但随之出现了明显下滑，2022至2025年的发文量在11~17篇，

目前2025年已发表文献7篇。总体发展趋势较为曲折，在过去10年里经历了起步、增长至顶峰、下滑的过程。此现象不是简单的“研究多了”或“研究少了”，而是学术生态和社会需求共同作用的结果。首先，国内对“嗑CP”的研究起步较晚，这种滞后性直接影响了研究的早期发展。其次，2021年发文量达到顶峰可能与学术界对

网络亚文化的研究热潮和针对饭圈乱象的“清网行动”有关，但政策性因素对学术研究的推动是阶段性的，而不是持续的。这反映了“嗑CP”研究未形成持续的、广泛的学术合力，可能受限于研究方法单一、对亚文化的价值评价讳莫如深等，目前仍属粉丝文化研究分支里的小众议题，学术挖掘浅尝辄止。

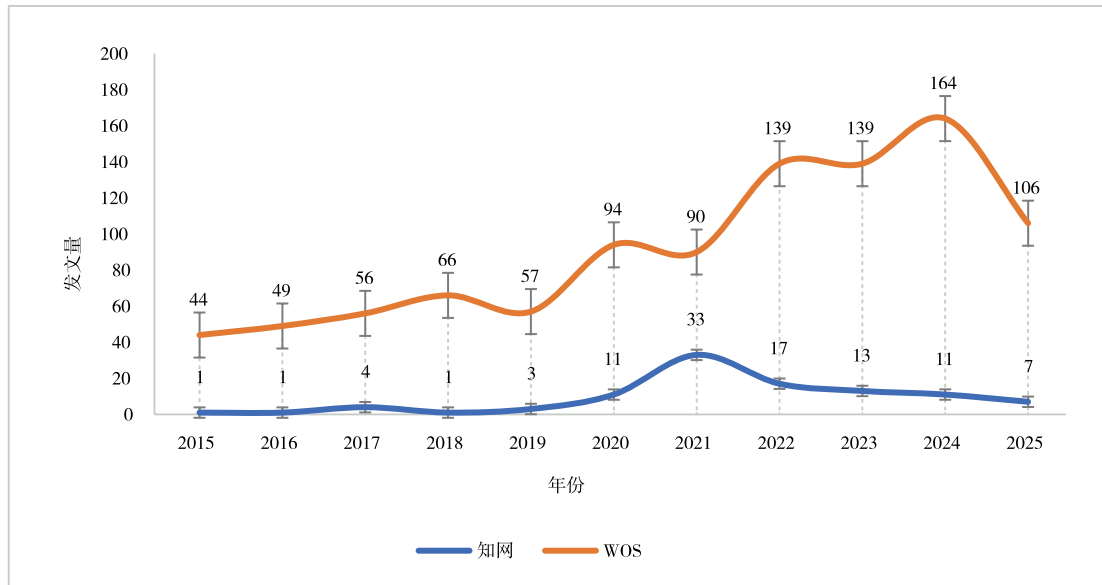


图1 2015—2025年“嗑CP”中英文文献年发文量趋势

Figure 1 Annual publication trends of Chinese and English publications on “Ke CP” from 2015 to 2025

在近10年中，英文文献在这一领域的发文量总体呈稳定的发展趋势。2015—2025年英文年发文量的均数为91.27。具体来看，在近10年中，国外对“嗑CP”的研究较国内更加深化。2015至2019年基本处于稳定发展状态，但在2019年出现小幅下滑，发文量在44~66篇；2020至2024年是高位平台期，发文量在90~164篇，目前2025年已发表文献106篇，长期增长的势能仍存。学科探索较早、有全球化的网络粉丝平台、对亚文化的价值评价更加开放包容等原因可能是其发展较快较稳定的解释。

3.2 关键词频次和中心度

对CNKI数据来源文献的关键词频次和中心度进行网络分析，频次 ≥ 2 的关键词信息。关键词频次排名依次主要涉及CP粉丝、CP文化、粉丝文化等，说明这些方向为研究热点和基础锚点，体现国内研究对“嗑CP”的定位——依托粉丝文化生态，属亚文化研究范畴。关键词中心度排名依次：CP粉丝（0.39）、CP文化（0.34）、亚文化（0.21）、粉丝文化（0.15）、嗑CP（0.15）、CP粉（0.12）等，说明这些方向为

研究重点和核心枢纽，体现了国内“嗑CP”研究以粉丝主体与文化现象为核心，依托亚文化和粉丝文化理论框架，从抽象概念向具体行为实践延伸的特征，但在跨学科理论融合、新兴议题探索等方面稍显不足。

对WOS数据来源文献的关键词频次和中心度进行网络分析，频次 ≥ 10 的关键词信息如表1所示。关键词频次排名依次主要涉及：culture、social media、identity等，说明这些方向为研究热点和核心锚点，反映了国外研究聚焦粉丝群体通过社交媒体进行“嗑CP”行为所构建的文化实践，并强调其作为文化实践的本质属性。关键词中心度排名依次：culture（0.33）、consumption（0.16）、identity（0.15）、social media（0.14）、popular culture（0.14）、media（0.11），说明这些方向为研究重点和核心枢纽，它们连接起文化理论、传播场景、身份研究、商业经济等多个维度，推动其从文化属性到粉丝实践的知识流动，可见国外“嗑CP”研究已形成以文化、传播、粉丝为核心的稳固框架。同时，culture、social media、popular culture、identity等关键词兼具高频次与高中心度，是国外“嗑CP”研究的稳固基石。

表 1 英文文献中“嗑 CP”研究频次 ≥ 10 的关键词分布

Table 1 Distribution of keywords with a frequency ≥ 10 in “Ke CP” research in English publications

年份	频次	中心度	关键词	年份	频次	中心度	关键词
2015	116	0.33	culture	2019	19	0.07	pop culture
2016	85	0.14	social media	2019	19	0.03	korean wave
2015	57	0.15	identity	2015	18	0.02	television
2015	54	0.14	popular culture	2015	18	0.03	football
2017	49	0.11	media	2016	18	0.06	music
2015	47	0.08	sport	2017	17	0.06	community
2015	42	0.05	participatory culture	2019	17	0.03	discourse
2015	39	0.16	consumption	2018	16	0.06	identification
2018	37	0.08	fandom	2022	15	0.02	
2017	32	0.09	fans	2017	12	0.03	digital culture
2016	32	0.09	fan culture	2020	12	0.03	model
2015	30	0.10	gender	2020	11	0.03	twitter

对中文文献关键词共现网络关系进行聚类分析，共形成 8 个聚类，分别为 #0 CP 粉丝，#1 CP 文化，#2 粉丝文化，#3 亚文化，#4 CP 粉，#5 饭圈文化，#6 情动，#7 粉丝经济，均为有效聚类。聚类图谱的模块值 $Q=0.75$ ，大于 0.30，说明聚类的结构显著，聚类间的区分度很强，聚类结果具有较高的可信性。平均轮廓值 $S=0.82$ ，大于 0.70，说明聚类结果的内聚性较强，且聚类间的分离性良好，进一步验证了聚类分析结果的合理性和可靠性（苗小燕，张冲，2018）。

#0 cp 粉丝反映了 CP 粉丝作为亚文化群体的主体性（尤其是女性）研究。#1 CP 文化涉及 CP 文化如何通过二次创作（如写作、视频剪辑等）重构原本文本意义。#2 粉丝文化指向粉丝文化的宏观理论建构。#3 亚文化强调 CP 文化的亚文化属性，探讨其与主流价值的相通点与矛盾点。#4 CP 粉与聚类 #0 CP 粉丝形成互补，聚焦其微观行为，可能涉及具体粉丝实践。#5 饭圈文化侧重饭圈的组织化与商业化运作。#6 情动引入情动理论，强调 CP 粉丝情感维度的非理性特征。#7 粉丝经济聚焦 CP 文化的商

业化逻辑，资本如何通过组合 CP 的方式收割流量与吸引粉丝消费等。8 个聚类形成“主体—文化—情感—经济”的四维研究框架，揭示国内对“嗑 CP”的研究从亚文化身份认同到商业化实践的全链条逻辑。但仍存在理论缺口，现有研究侧重粉丝行为与文化实践，但对相关理论的应用仍处于探索阶段，可进一步结合心理学深化其情感机制研究。

对外文文献关键词共现网络关系进行聚类分析，结果如图 2 所示，形成了 8 个聚类，分别为：#0 participation observation，#1 twitter interaction，#2 contents tourism，#3 transnational fandom，#4 vedio games contestation，#5 popular culture tourism，#6 korean wave，#7 life experience，均为有效聚类。聚类图谱的模块值 $Q=0.38$ ，大于 0.30，说明聚类的结构显著，聚类间的区分度较强，聚类结果具有较高的可信性。平均轮廓值 $S=0.70$ ，与 0.70 基本持平，意味着聚类结果的内聚性较强，聚类之间的分离性良好。

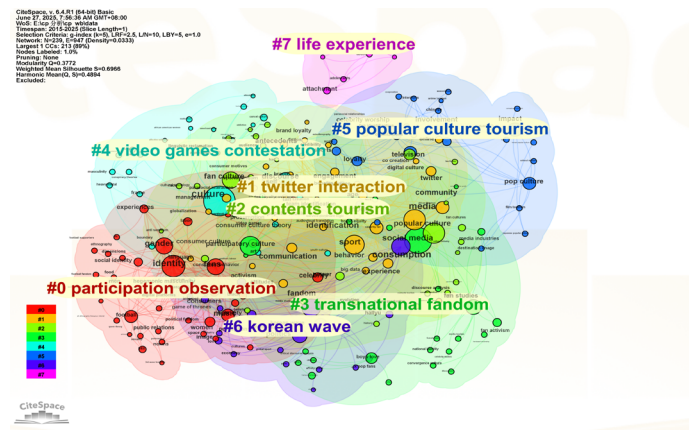


图 2 外文文献中“嗑 CP”研究关键词聚类图谱

Figure 2 Cluster map of keywords in “Ke CP” research in foreign publications

#0 participation observation体现了聚焦参与式观察法在“嗑CP”研究中的应用和学术路径。#1 twitter interaction表现了全球社交网络平台Twitter的媒介枢纽作用，可以促进CP话题传播、粉丝情感共鸣及跨地域社群构建等。#2 contents tourism关注内容驱动型旅游，探讨CP文化衍生的取景地打卡、粉丝朝圣等文旅融合现象及其经济效应。#3 transnational fandom与#1 twitter interaction相呼应，围绕跨国际粉丝社群、跨地域CP文化传播等全球化实践。#4 vedio games contestation聚焦电子游戏场域下的CP争议。#5 popular culture tourism与#2 contents tourism相呼应，探讨CP文化如何影响流行文化旅游并与地方文旅产业协同发展。#6 korean wave展现韩国CP文化（如K-pop偶像组合、韩剧CP）的全球扩散路径及文化软实力输出机制。#7 life experience关注行为主体——粉丝的生活体验，尤其是依恋等情感层面。从8个聚类中可以发现，外文文献中的CP研究呈现出三维图景：以数字媒介为技术基底，以跨国传播为空间维度，以情感体验为价值核心，共同推动亚文化实践在全球资本主义体系中的商业化、媒介化。

4 讨论

4.1 研究现状及国内外差异

国内外有关“嗑CP”的研究存在显著差异。国内研究起步较晚，2015年之后才逐步发展，但整体发文量相对较少，且研究热点集中于粉丝文化和亚文化领域，反映出对粉丝主体性与文化实践的关注。这与对亚文化的价值评价较为保守有关，研究议题较少涉及性别议题和粉丝群体的情感机制，加上研究方法较为单一限制了研究的深度与广度。相比之下，国外“嗑CP”研究不仅起步早，而且目前发展态势仍然稳定；研究更聚焦“嗑CP”作为文化实践的本质属性，以及其在社交媒体和全球化传播中的表现；更注重方法的科学性和多样性，将心理学、社会学、传播学等学科的方法与理论相结合。国内外的研究差异可能与互联网发展速度、文学开放程度和性开放程度等因素相关。

从研究热点和前沿动态来看，国内研究经历了从早期对CP粉丝群体特征的关注，到近年来对饭圈文化、粉丝经济等方面的深入探讨，这一转变反映了国内社会文化环境的变化，例如2021年针对饭圈乱象的“清网行动”推动了学术界对饭圈文化和粉丝经济的研究，并提出相关治理措施（戚美惠，2022）。国外研究则呈现出跨媒介、跨文化的研究趋势，关注“嗑CP”现象在不同媒介平台和文化背景下的表现，尤其是跨国粉丝社群的形成和发展，侧重CP粉丝在全球传播过程中的文化适应和身份协商问题。

从研究框架来看，国内“嗑CP”研究逐步形成了

“主体—文化—情感—经济”的四维框架，关键词聚类结果如#0 cp粉丝、#1 cp文化、#7粉丝经济等，体现了从主体的身份认同到商业化实践的全链条逻辑。然而，国内研究在理论深度上存在不足，尤其在情感机制和跨学科融合方面。国外“嗑CP”研究的关键词聚类结果则展现出以数字媒介、跨国传播和情感体验为核心的三维图景。不仅强调了社交媒体的技术枢纽作用（如#1 Twitter interaction），还探讨了跨国粉丝社群的全球化实践（#3 transnational fandom），并进一步关注“嗑CP”行为的情感体验属性（#7 life experience），共同推动“嗑CP”在全球资本主义体系中的商业化、媒介化等。

4.2 研究不足与未来展望

尽管国内外有关“嗑CP”的研究均已取得一定进展，但仍存在不足之处。国内研究在理论框架上相对单一，主要依赖传媒领域中的亚文化和粉丝文化理论，对其他学科理论的借鉴和应用不足；研究方法的科学性和多样性也有待提高，需要加强量化研究和跨学科研究方法的应用。国外研究虽然在理论框架和研究方法上较为先进，但也存在一定局限性，例如存在偏向特定文化场景（如韩流文化）的倾向，缺乏对其他文化背景下“嗑CP”行为的广泛比较和跨文化分析；对“嗑CP”的经济效应和社会影响的研究还不够深入等。此外，国内外研究均缺乏有效的量表等心理测量工具。

未来研究可以从以下三个方面入手。首先，加强跨学科理论的整合与跨文化比较，构建更加全面和深入的理论框架的同时拥有全球视野。其次，提高研究方法的科学性和多样性，加强量化研究或混合研究方法的应用，构建更加系统化和具有解释力的“嗑CP”心理机制模型。最后，关注新兴议题和实践，如AI创作等。

5 结论

通过运用CiteSpace的知识图谱分析功能，对近10年“嗑CP”研究文献进行分析，揭示了该领域的研究现状、发展趋势和存在的不足。研究发现，国内外“嗑CP”研究在理论框架、研究方法和研究热点上存在显著差异。中文文献形成“主体—文化—情感—经济”的四维研究框架，外文文献呈现以数字媒介为技术基底、跨国传播为空间维度、情感体验为价值核心的三维图景。未来研究应注重探究“嗑CP”的心理机制与跨学科融合，探索亚文化在全球化背景下的传播路径及其社会意义，以推动该领域研究的进一步发展。

参考文献

- [1] 郝汉. (2022). 赛博女性主义视角下“CP”粉丝群体实践研究(硕士学位论文). 河南大学.
- [2] 李赞儿, 章悦灵, 周婉琪, 杨泽旸. (2023). 青年群体“嗑

- CP”行为及家庭教育对恋爱观的影响机制研究. *中国心理学前沿*, 5(6), 606–618.
- [3] 罗竹风. (1986). *汉语大词典* (缩印本) (上卷). 汉语大词典出版社.
- [4] 陆道夫. (2002). 狂欢理论与约翰·菲斯克的大众文化研究. *外国文学研究*, (4), 21–27, 154–170.
- [5] 苗小燕, 张冲. (2018). “劳动树人”的科学性与先进性——基于知识图谱的具身德育核心观点可视化研究. *中国特殊教育*, (3), 72–77.
- [6] 戚美惠. (2022). *网络空间中特殊粉丝群体“CP粉”的传播行为及引导策略* (硕士学位论文). 辽宁大学.
- [7] 祁文玉. (2022). 网络流行语“嗑”探源. *辽东学院学报* (社会科学版), 24(4), 79–82.
- [8] 王筱丽. (2023-04-04). 关于爱情的追问, 不止嗑CP而已. *文汇报*.
- [9] 肖映萱. (2020). “嗑CP”、玩设定的女频新时代——2018—2019年中国网络文学女频综述. *文艺理论与批评*, (1), 122–132.
- [10] 邢卉. (2021). *CP粉丝的文化消费与再生产及其女性主义表达研究* (硕士学位论文). 华南理工大学.
- [11] 祝杰. (2021-05-20). “嗑CP”为啥让人快乐. *科技日报*.
- [12] 张力文. (2021). *基于参与式文化的CP粉丝行为研究* (硕士学位论文). 陕西师范大学.
- [13] 赵晓芳, 李倩. (2025). 社交媒体CP粉丝行为及心理研究. *湖北第二师范学院学报*, 42(5), 96–101.
- [14] Bothe, G. (2014). *If fandom jumped off a bridge, it would be onto a ship’: An examination of conflict that occurs though shipping in fandom*. ANZCA, Melbourne, Australia.
- [15] Bradburn, M. (2023). *Fans like Us: anti-ship, othering, and the reauthoring of fandom*. Master’s thesis, The University of North Carolina at Charlotte.
- [16] Burkhardt, E., Trott, V.A., & Monaghan, W. (2021). “#Bughead Is Endgame”: Civic Meaning-Making in Riverdale Anti-Fandom and Shipping Practices on Tumblr. *Television & New Media*, (23), 646–662.
- [17] Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. Routledge.
- [18] Zhou, W., Zhang, Y., Li, Y., Sun, Q., & Yang, Z. (2023). The Mechanism of CP fandom Behaviors among Chinese Young Adults: A Grounded Theory Study. *Behavioral Sciences*, 13(1), 30.

Research Status and Development Trends of “Ke CP” in the Past Decade

—A Knowledge Graph Analysis based on CiteSpace

Zhang Yujie¹ Zhang Ao² Wei Meng¹ Zheng Yu¹

1. School of Psychology, Qufu Normal University, Qufu;

2. College of Philosophy, Law & Political Science, Shanghai Normal University, Shanghai

Abstract: As one of the core practical activities in fan culture, the research trends of “Ke CP”, such as its research hotspots and frontiers, remain to be further explored. The CiteSpace bibliometric tool is applied to analyze a total of 102 Chinese papers and 1,004 English papers retrieved from the core databases of China National Knowledge Infrastructure (CNKI) and Web of Science (WOS) from January 1, 2015 to June 26, 2025, with the aim of constructing a knowledge graph that maps “Ke CP” research over the past ten years. Analysis of historical trends reveals that the number of Chinese-language publications has shown a tortuous trajectory of “inception-increase-decrease”, while those of English-language publications have exhibited a relatively stable development trend. Analysis of keyword frequency and centrality indicates that domestic research centers on “CP fans” and “CP culture”, grounded in the theoretical frameworks of subculture and fan culture; in contrast, foreign research is centered on keywords such as “culture” and “social media”, forming a solid framework with culture, communication, and fans at its core. Cluster analysis of the keyword co-occurrence network reveals that Chinese-language publications have formed a four-dimensional research framework of “subject-culture-emotion-economy”, while foreign-language publications exhibit a three-dimensional landscape with digital media as the technical foundation, transnational communication as the spatial dimension, and emotional experience as the core value. The research clarifies the research hotspots, frontier trends, and theoretical evolution paths in this field, thereby providing references for future research.

Key words: Ke CP; CP fans; Fan culture; Subculture; CiteSpace; Knowledge graph