

# 娱乐如何塑造我们

这套书最可贵的地方，不在于替娱乐“开脱”，而在于帮我们把娱乐放回它本来的位置上。娱乐不是站在严肃生活的对立面，也不是文明的边角料。很多时候，它恰恰是理解一个时代最敏感的入口。

□ 撰稿 | 晏 青

今天的人，其实很难生活在娱乐之外。通勤路上刷短视频，午休时看热搜，晚上追剧、玩游戏、听播客，周末去看演唱会、逛主题乐园、进直播间下单等。娱乐早已不是无足轻重的“调剂之物”，而是现代人组织情绪、分配注意力、寻找认同、理解世界的一种日常方式。

有意思的是，我们对娱乐无比熟悉，却并不真正理解娱乐。我们常常一边沉浸其中，一边又轻看它，仿佛它只是热闹，只是消遣，只是“不务正业”。

如今谈论娱乐，是一件很合时宜的事。“娱乐研究译丛”包括《娱乐心理学》《娱乐理论：牛津手册》《迪士尼政治经济学》《娱乐劝服心理学》《娱乐与社会》《社交媒体娱乐》等六部著作，它们没有急着对娱乐下道德判断，也不急着说娱乐是“好”还是“坏”，而是先把娱乐当成一个值得认真分析的文化现象来对待。

换句话说，它不是教我们怎么快乐，而是帮助我们追问：人为什么需要娱乐？为什么有些内容会让人停不下来？为什么一部剧、一档综艺、一个IP，除了是作品或符号系统，也是情绪机器、认同装置和商业系统？

如果把这六本书放在一起看，它们其实构成了一张理解当代娱乐的路线图。讲心理的部分，让我们知道“上头”不是偶然。为什么微短剧总能让人一集接一集，为什




《娱乐研究译丛》  
【澳】斯图尔特·坎宁安等著  
中国传媒大学出版社 2025年7月

么直播间能把陪伴感转化成消费冲动，为什么粉丝会在共鸣、投射与归属中持续投入，这些都不是一句“沉迷”就能解释的。讲劝服的部分，则提醒我们，娱乐从来不是一个没有立场的壳。今天的品牌植入、情感营销、价值暗示，往往不是靠硬邦邦的说教完成的，而是借角色、故事、氛围和趣味，悄悄进入人的意识。

更重要的是，这套书并没有把娱乐只理解成“让人开心”的技术。它往前再推了一步。像迪士尼这样的文化工业，表面上是在造梦，背后却牵连着资本整合、全球发行、IP开发、空间消费和文化权力；而从社会学的视角看，娱乐早已进入社会节奏本身。为什么春晚总会成为全民谈资？为什么演唱会会变成一座城市的事件？为什么社交平台上的梗文化能一夜蔓延？这些问题表面上看是趣味问题，实际上牵动的是文化逻辑、媒介逻辑和社会逻辑。

这套书最可贵的地方，不在于替娱乐“开脱”，而在于帮我们把娱乐放回它本来的位置上。娱乐不是站在严肃生活的对立面，也不是文明的边角料。很多时候，它恰恰是理解一个时代最敏感的入口。

读“娱乐研究译丛”，某种意义上，也是重新学习如何理解我们自己：理解我们的快乐从哪里来，注意力被什么勾出，情感如何被组织，世界又如何看似轻松的娱乐中，被悄悄改写。

## 书讯

### 《逻辑哲学论》

《逻辑哲学论》是20世纪分析哲学的奠基之作。维特根斯坦以极简篇幅完成一场哲学革命：用逻辑澄清语言，用语言划界思想，把传统形而上学的迷雾一扫而空。全书以数学般的精确批判传统哲学谬误，揭示逻辑、语言与实在的深层结构，将价值、伦理、美学归于逻辑哲学之域。