

# 从集体狂欢到群体孤独：社交媒体泛娱乐化的生成逻辑

王柯璇

西安交通大学马克思主义学院，陕西 西安

收稿日期：2026年3月25日；录用日期：2026年4月29日；发布日期：2026年5月9日

## 摘要

社交媒体平台的迅速扩展，使泛娱乐化逐渐成为当代网络传播中的显著文化现象。既有研究多从资本逐利、媒介技术演进、价值失范等角度讨论泛娱乐化的成因，但对于其何以在制造“集体狂欢”的同时又伴生“群体性孤独”，仍缺乏较为连贯的解释。立足传播媒介场景，本文在界定“泛娱乐化”“集体狂欢”“群体性孤独”等概念的基础上，分析社交媒体泛娱乐化的生成逻辑，并进一步探讨其由表层热闹走向深层孤独的内在机制。研究认为，社交媒体泛娱乐化并非单纯的娱乐内容增多，而是在平台算法分发、流量竞争压力与用户情绪需求共同作用下形成的一种传播倾向。它通过高频互动、即时反馈和情绪共振塑造出强烈的参与感与归属感，容易催化出面向多数人的集体狂欢。然而，这种狂欢更多建立在浅层连接、短时补偿和表演性互动之上，难以替代现实中的稳定关系、持续认同和深度交流，因而在狂欢退潮之后，个体往往更易感到空虚、焦虑与孤独。本文试图为理解社交媒体泛娱乐化的社会心理后果提供一种基础性的理论解释。

## 关键词

泛娱乐化，集体狂欢，群体性孤独，社交媒体

## From Collective Revelry to Alone Together: The Logic behind the Pan-Entertainment on Social Media

Kexuan Wang

School of Marxism, Xi'an Jiaotong University, Xi'an Shaanxi

Received: March 25, 2026; accepted: April 29, 2026; published: May 9, 2026

## Abstract

The rapid expansion of social media platforms has made “pan-entertainment” a prominent cultural phenomenon in contemporary online communication. While existing research has largely examined the causes of pan-entertainment from perspectives such as profit-seeking by capital, the evolution of media technology, and the erosion of values, there remains a lack of a coherent explanation for how it simultaneously generates “collective revelry” and “alone together”. Grounded in the context of communication media, this paper defines concepts such as “pan-entertainment” “collective revelry” and “alone together”. It then analyzes the generative logic of pan-entertainment on social media and further explores the internal mechanisms by which it transitions from superficial excitement to deep-seated loneliness. The study argues that the pan-entertainment phenomenon on social media is not merely an increase in entertainment content, but rather a communicative trend shaped by the combined effects of platform algorithmic distribution, pressure from traffic competition, and users’ emotional needs. Through high-frequency interaction, instant feedback, and emotional resonance, it fosters a strong sense of participation and belonging, easily catalyzing collective revelry among the pan-entertainment. However, such revelry is largely built upon superficial connections, short-term gratification, and performative interactions; it cannot replace stable real-world relationships, sustained identity, or deep communication. Consequently, once the revelry subsides, individuals often feel a heightened sense of emptiness, anxiety and loneliness. This paper aims to provide a foundational theoretical explanation for understanding the sociopsychological consequences of the “pan-entertainment” trend on social media.

## Keywords

Pan-Entertainment, Collective Revelry, Alone Together, Social Media

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

伴随移动互联网和平台传播的深入发展，娱乐化表达已不再局限于影视综艺、明星资讯等传统意义上的娱乐领域，而是不断向公共议题、日常生活、情绪表达乃至社会交往方式中扩散。短视频平台上的“热梗”循环、社交媒体中的“发疯文学”、戏谑化叙事、情绪化跟风表达等，正日益成为网络空间中高频出现的传播样态。它们以轻量、刺激、易模仿和高反馈为特征，在极短时间内聚集大量注意力，也在相当程度上改变了信息被观看、被接受和被再生产的方式。从表面看，社交媒体所营造的是一个持续热闹、不断更新、人人可参与的公共空间。个体借助点赞、转发、评论、模仿、二次创作等方式，似乎前所未有地嵌入了群体互动之中。网络狂欢由此获得鲜明的即时性与可见性，个体在参与中体验到一种“我在场”“我被看见”“我与他人同频”的满足感。然而，值得注意的是，越是高度娱乐化、高度互动化的数字环境，越常伴随着关于孤独、空虚、疲惫、关系脆弱等体验的讨论。换言之，社交媒体在制造热闹的同时，并未真正消除个体的孤独，相反，它有可能在某种意义上加深了这种孤独。这一悖论构成了本文的问题意识：社交媒体泛娱乐化为何会从集体狂欢走向群体性孤独？

如果说“狂欢”意味着群体卷入、情绪共振和参与热烈，那么“孤独”则意味着个体在高连接环境下仍缺乏稳定支持、深层认同和真实理解。两者看似相反，却在当代社交媒体场景中频繁并存。由此，单

纯把泛娱乐化理解为“娱乐内容变多了”，显然不足以解释其更深层的社会心理后果。从已有讨论看，学界对泛娱乐化现象的研究已经涉及媒介文化批评、平台资本逻辑、网络社会心理、青年文化表达等多个维度，为认识这一问题提供了重要基础。但现有成果中，或者侧重于对现象的价值批评，或者强调媒介商业化与流量逻辑，或者从思想政治教育视角关注其负面影响，对“泛娱乐化-集体狂欢-群体性孤独”这一链条的连贯性分析仍显不足。尤其是，社交媒体中的高互动和高参与为何没有自动转化为更稳定的归属感，反而可能使个体在热闹过后更强烈地感受到孤独，这是一个仍需进一步展开的问题。

## 2. 泛娱乐化的概念与表征

### 2.1. 概念界定

若要厘清社交媒体泛娱乐化，首先需要将其与一般意义上的“娱乐”区分开来。“娱乐”一词，于中国古文中可见释为快乐、消遣之意。《史记·廉颇蔺相如列传》中记：“赵王窃闻秦王善为秦声，请奏盆缶秦王，以相娱乐”([1], p. 2150)。其中，“以相娱乐”便译为“来相互为乐、相互为消遣”。追溯词源，东汉许慎在《说文解字》中讲：“娱，乐也”([2], p. 262)。这里的“娱”即是“乐”，是指某种快乐或使人快乐的行为。在西方文化语境中，“娱乐”也意味着精神愉悦和人文关怀。古罗马哲学家塞涅卡有言：“适度的娱乐能放松人的情绪，陶冶人的情操”，是人类精神发展的内在要求。因此，娱乐本身作为个体放松身心、调节情绪、获得审美愉悦的一种方式，具有合理性和必要性。

所以问题并不在于社会中存在娱乐，而在于当下的娱乐逻辑企图突破其原有边界，逐渐成为衡量传播内容、组织社会互动乃至塑造价值判断的主导性标准。“一切文化内容都心甘情愿地成为娱乐的附庸，而且毫无怨言，甚至无声无息”([3], p. 4)。正是在这一意义上，“泛娱乐化”不再是单纯的娱乐活动增多，而是一种娱乐原则依靠现代传媒和高科技信息传播的手段，向不该踏足的领域扩张的趋势，是一种泛化、异化的娱乐。由此可见，本文所说的“泛娱乐化”并不是一个纯粹道德化的否定性标签，而是指在媒体技术条件下，娱乐逻辑不断侵入公共表达和日常交往，使传播越来越以享乐主义和消费主义为核心，以利益为导向[4]，围绕“是否取乐”“是否吸睛”“是否易于扩散”来组织的一种文化传播倾向。它不仅体现在内容层面，也体现在互动方式、身份表达和社会评价机制之中。

在泛娱乐化传播中，“集体狂欢”是一个高度可见的现象。本文所说的集体狂欢，并不特指线下节庆仪式，而是指社交媒体平台上围绕某个热点、某类表达方式或某种情绪氛围所形成的群体性参与状态。在这种状态中，个体通过重复模仿、情绪同步、频繁互动和共同围观进入一种“在场感”极强的传播场域。狂欢的关键，不只是热度高，而是其参与机制具有扩张性、感染性和可复制性。与之相对，“群体性孤独”并不等于传统意义上的独处状态。它更强调一种悖论式经验：个体明明处在高连接、高互动、高暴露的环境中，却仍缺少真正的被理解感、被支持感和稳定归属感。换言之，它是一种在“连接丰富”条件下依然存在的孤独。

从分析意义上说，本文所关注的不是一般性的“娱乐让人放松”或“网络让人孤独”，而是社交媒体泛娱乐化如何通过制造集体狂欢的方式，暂时遮蔽个体孤独，同时又在结构上加深这种孤独。

### 2.2. 具体表现

从具体传播表现来看，泛娱乐化至少具有以下四个较为突出的特征。

其一，轻量化。近年来，文化产品提供方过于追求经济效益、追求娱乐化，无意或故意地忽视了社会效益，进行了一定的错误价值导向，使得复杂议题被压缩为快速可消费的信息单元，严肃内容被处理为碎片化、低门槛、易转发的表达形式，传播速度加快，影响愈广泛。新闻、影视剧、微信微博社交平台、抖音快手短视频平台等纷纷出现泛娱乐化产物，人们在各种层面都在不断被跨越边界、无所不在的

网络娱乐活动所占据。其二，戏谑化。当今时代，随着大数据、互联网等技术的快速发展，泛娱乐化在传播过程中总会出现过于追求呈现方式或传播形式上的华丽或滑稽、吸人眼球，附着着网络空间赋予的娱乐色彩，罔顾内容的真实和意义的情况。不少原本应以严肃方式讨论的对象被不断通过玩梗、调侃、反讽等形式重构。各种声音出现，文化的育人价值与传承价值被模糊，各类信息的标准自然出现多元差异，得不到统一规制。泛娱乐化的背后是对固有价值评价标准的解构和缺失，“娱乐”成为最终衡量文化价值的根本标准。其三，刺激化。网络自媒体发展迅速，娱乐活动带有更多的自我个性色彩，在经济利益刺激下，自我赋权观念的无限膨胀和突出强调，在很大程度上导致了泛娱乐化现象的产生和蔓延。于是，内容生产愈发依赖夸张、冲突、猎奇、情绪煽动等手段抢夺注意力。个体自我实现的思维逻辑和社会视野逐渐被淡化、遮蔽，原本应有的伦理节制和责任意蕴被渐渐消解，个体在网络空间无约束情况下被自觉或不自觉地异化，其放纵狂欢成为主流。其四，流量化。传播效果往往不再优先由内容深度、公共价值来评判，而更多由播放量、点赞量、讨论热度和商业转化所衡量。文化产品提供方往往以所谓“爆点”“爆款”“流量”“热门”等迎合受众的虚荣心及身体官能的快感，导致人们忽视对内在心灵的审视及人文素养的缺失，转以“泛娱乐化”的心态接收这些消息，导致这类本该严肃对待的消息的边界感不断被减弱，模糊了政治、社会等信息本身的传播形态。一批受众无脑接收、不加理性思考地传播给更广泛的另一批受众，模式不断固化，形成恶性循环，最终让各类事件、严肃话题都蒙上了泛娱乐化的舆论传播形态。

### 3. 泛娱乐化的生成逻辑

#### 3.1. 根本动力：资本逐利强化泛娱乐化生产

资本的趋利天性、无序扩张是网络泛娱乐化现象产生的根源[5]。许多看似来自人民“心声”的诉求和主张，其实都是泛娱乐化逐利本质的体现。

在注意力成为稀缺资源的社交媒体环境中，内容生产者无论是专业机构、自媒体博主还是普通用户，都在不同程度上面临“如何被更多人看到”的竞争压力。相较于严肃、复杂、节制的表达，具有夸张感、戏剧性和可复制性的娱乐化内容更容易获得初始流量，也更容易被再传播。在这种竞争中，传播不再首先围绕“内容是否重要”组织，而更多围绕“内容是否吸睛”展开。于是，传统广电领域，商业资本的驱动使得大规模的综艺娱乐节目迅速崛起；移动互联网领域，文化资本的逐利性使文化产业在移动互联网终端传播娱乐信息，通过话题制造、周边促销等方式开发、打造源源不断的娱乐产品；还有一些原本与娱乐关系不大的对象，也被不断包装成可供围观、可供消费、可供戏谑和可供参与的内容。

从创作到传播再到被群众接受，文化不断以资本增值为目的进行着创作和传播，信息准入的门槛被无形中降低，似乎只要网络内容能够带来足够大的商业价值就能火速占领市场。在资本的操控下，公共议题被处理成情绪事件，社会问题被包装成短时热闹，日常表达则被鼓励朝着更夸张、更轻巧、更容易引发共鸣的方向演化。如《墨雨云间》快节奏复仇爽文、《永夜星河》穿书系统设定新颖、《滤镜》奇幻抽象反套路、《九重紫》双强重生的宿命美学等，传播者为了追求经济利益大量制作传播娱乐信息，文化产品提供者也用一种“精神娱乐”的方式来获取受众关注，从而最大限度地占有受众市场，从而赚取巨大的“眼球经济”产生的效益。

#### 3.2. 技术赋能：媒体平台推动娱乐内容优先扩散

泛娱乐化在媒介传播机制运行中溢散并不是一个单纯的个体选择问题，而是与信息传播媒体的信息分发机制密切相关。

《娱乐至死》一书中提到，我们的信息传播方式经历了这样一个阶段：印刷术 - 电报 - 电视。印刷

术阶段出现报纸、书籍等文字性阅读，纯文字的阅读使人们要想对所阐述的事物进行充分的理解，就需要深度且认真的思考，文字的内容经过审慎深刻的思考就会变得理性与严肃。而电视阶段只是将内容呈现在受众的眼前，不需要思考就可以直接接收信息。同时，因经济利益的驱动，本应承担网络内容“把关人”角色的网络平台却恰恰成为泛娱乐化的助推者。表现为，平台为了提升用户停留时长、活跃度和互动率，通常更偏好那些能够快速刺激情绪、激发点击和引发参与的内容[6]。在这一机制下，高冲突、高戏剧性、高情绪密度、高可模仿性的内容天然更容易获得可见性优势。相较于需要沉浸阅读、需要知识背景、需要逻辑辨析的深度内容，娱乐化表达往往在形式上更加直观，在传播上更加低门槛，在节奏上更符合移动端碎片化接收习惯，被科技化、信息化生活娇惯的广大受众自然更倾向于选择后者。短视频中的反转叙事、社交媒体中的戏谑评论、热点事件中的玩梗跟风，都更容易被平台算法识别为“高互动潜力内容”，继而进入更大范围的流通。久而久之，用户并不仅仅是在“消费娱乐内容”，而是在平台持续的内容供给中被训练成为泛娱乐化的忠实追随者。

这意味着，泛娱乐化并不只是内容生产者主动迎合受众的结果，同时也是媒体和平台通过可见性分配机制所塑造出来的一种传播优势。娱乐化表达之所以扩张，不只是因为它“有趣”，更因为它在算法逻辑中“更容易被看见”。更重要的是，一旦某种娱乐化表达被证明能够快速吸引关注，平台、创作者和用户之间就会形成相互强化。创作者继续生产类似内容，平台继续给予推荐，用户继续参与模仿和传播。这种循环使泛娱乐化不再是偶发性的内容偏差，而越来越成为传播生态中的一种稳定偏向。

### 3.3. 精神驱动：用户情绪需求为泛娱乐化提供接受基础

泛娱乐化之所以能够持续蔓延，不仅是因为平台和资本“推”出来了什么，也因为用户在现实压力之下对某类内容存在真实的情绪需求。

中国经济快速发展，多元文化思潮交织涌入，社会分层不断形成，后真相时代下的情感表达需求大于理性。国与国之间、地区与地区之间的差异和共鸣通过网络的桥梁展现在每个人面前。在快节奏、高竞争、强不确定性的生活环境下，人作为个体的深层次的精神需求比以往更难以抑制，极度需要一个宣泄口，而“娱乐”就是一种最便捷的也是成本最低的宣泄、缓解或自愈方式。尤其是门槛低、反馈快、情绪浓度高的娱乐内容空间，同需要深度思考和情绪投入的内容相比，更能够给予人即时快速的放松感、参与感等情绪回馈。刷短视频、跟梗、围观热门话题、使用“玩梗”“发疯文学”表达情绪，往往不需要太高的理解成本，却能迅速带来一种“我暂时摆脱了现实压力”“我暂时逃离了现实困境”的类似感受。这种情绪补偿虽然短暂，却具有很强的重复性和依赖性。

从更深层看，社交媒体泛娱乐化之所以能够蔓延，还在于其满足了个体在数字环境中的存在感需求。在网络空间里，信息茧房导致的自我土壤不断滋生，权威的力量减弱，领域私人性愈发鲜明，更进一步激发了个体的自我主体意识。在自我的领域里，用户不仅是观看者，也是“不受限制”的参与者和再生生产者。通过转发、评论、模仿、拼贴、二创等方式，个体能够将自己对未来美好生活的向往和幻想，或将对自己本身的焦虑和调侃，延伸并投射到娱乐上，并迅速加入群体表达之中。“他者”与“自我”的互动关系不断加强，本我的真实性只能在他人的回应或反馈中，才能获得“我不是局外人”的心理确认和角色认同。正是这种来自情绪释放与存在确认的双重收益，使泛娱乐化获得了广泛的接受基础。然而，个体单纯的传播行为被转化为商业利益，为商业资本增值的同时由互联网企业和网络“大V”“博主”“网红”们共享，大众的数字劳动在不自知的情况下走向了异化，成为一种异己的存在[7]。

综上，社交媒体泛娱乐化的生成并非单一因素所致，而是在平台分发机制、流量竞争压力与用户情绪需求共同作用下形成的。三者并不是彼此孤立的外部变量，而是在平台化传播场域中形成了相互强化的循环机制。由此可见，泛娱乐化所生产的并不只是表层意义上的传播热闹，更是一种互动秩序。这种

秩序一方面通过持续制造参与感、氛围感与共同在场感，为社交媒体中的“集体狂欢”提供了现实条件；另一方面也在更深层次上埋下了身份认同不稳、情绪补偿短暂与关系连接浅层化的结构性张力。正因如此，对泛娱乐化的分析不能停留于传播现象本身，而必须进一步追问：这种被平台持续放大的集体狂欢，何以在高连接环境中反而通向群体性孤独？

#### 4. 从集体狂欢到群体性孤独的转化机制

社交媒体泛娱乐化所制造的“集体狂欢”，并不只是一个表层热闹的传播现象，更是一种深刻影响个体自我认知、情感结构与社会关系的互动机制。表面上看，个体以前所未有的频率卷入点赞、评论、转发、模仿、二次创作等传播活动之中，似乎获得了充分的在场感、参与感与归属感；但在这种持续高连接、高互动、高反馈的环境中，个体并未因此真正摆脱孤独，反而可能在热闹退潮之后感受到更为强烈的空虚、焦虑和疏离。清华大学的历史系教授彭林就曾在采访中痛惜道：“中国人陷入群体性迷失，半人时代在横行”。网络和社交媒体的普及使人们将现实中人际关系的困扰与阻碍问题转移到了虚拟世界。美国麻省理工学院雪莉·特克尔教授在她的著作《群体性孤独》中描述了这样一种场景：“家人在一起，不是交心，而是各自看电脑和手机；朋友聚会，不是叙旧，而是拼命刷新微博、微信；课堂上，老师在讲，学生在网上聊天；会议上，别人在报告，听众在收发信息”([8], p. 183)。她称这种“在一起的孤独”为“*Alone Together*”，即群体性孤独：“我们似乎在一起，但实际上活在自己的‘气泡’中。数字化的社交关系制造了一种我们有人陪伴，却无须付出友谊的错觉”([8], p. 183)。也就是说，社交媒体中的集体狂欢并不天然导向真实联结，相反，它常常通过某些特定机制，将短暂的共同兴奋转化为更加持久的群体性孤独。具体而言，这一转化过程主要体现在以下几个方面：

##### 4.1. 身份展演与自我割裂

社交媒体泛娱乐化首先塑造的，是一种以“可见性”为导向的身份展演逻辑。人天生有展示自我、表达自我、彰显自我的欲望。在平台传播中，个体的参与不仅是对某一热点、话题或情绪氛围的回应，同时也是借由参与来展示自我、经营自我和确认自我的过程。人们依据自身内在的需求、动机和渴望，无论是发布生活状态、美食美景、日常心情，还是借助“发疯文学”“热梗模仿”“情绪化表达”等方式融入某种网络氛围，个体都在不断通过平台塑造一个可被观看、可被回应、可被认可、可被模仿的形象，使其更符合当下情绪氛围，甚至是构建与现实自我完全相反的虚拟形象。从表面上看，这种自我表达似乎拓展了个体展示自身的机会，使其在数字空间中拥有比现实生活中更多的表达自由与角色可能。雪莉·特克尔曾指出：“由于人们渴望自我的存在，他们通过数字媒介进行共享与沟通”([8], p. 185)。的确，在社交媒体环境中，个体可以通过选择性呈现自己的生活片段、情绪状态和价值态度，获得来自他人的关注、认同与反馈，并在这种反馈中强化自身的存在感。然而，问题恰恰在于，这种被呈现出来的“自我”往往并不是完整、连续、真实的现实自我，而是经过筛选、修饰和包装后的展演性身份。个体通常倾向于强化自己“有趣”“轻松”“会表达”“能跟上潮流”的一面，而将真实生活中的脆弱、迟疑、复杂与不安压缩甚至遮蔽起来。

由此，虚拟身份与现实自我之间便逐渐形成裂缝。个体在与他人自由链接的网络窗口中看似拥有丰富的角色认知和饱和的自我表达，实际上却可能因为不断接触大量新的评价标准和新的比较对象，而动摇原有的自我认知假设。人们虽然多以真实身份建立现实社会关系网络，但进入社交媒体后所展示出来的，往往是经主体加工后重新塑造的“非我形象”。这一形象越依赖他人的认可与平台反馈，个体越容易陷入对外部评价的持续敏感、反复矛盾之中。于是，“我是谁”不再更多地取决于内在稳定的价值判断，而越来越取决于“我是否被点赞”“我是否被回应”“我是否足够有趣”“我是否跟得上群体节奏”。

这种身份展演机制在泛娱乐化环境中被进一步放大。因为平台更偏好那些轻量化、戏谑化、刺激化、便于围观和复制的表达，个体若想获得可见性，就不得不主动或被动地向这种表达逻辑靠拢。于是，在集体狂欢中，个体并不是单纯地表达自己，而是在不断调整自己，使自己适配一种可传播、可围观、可消费的形象。久而久之，对自身的理性认识和行为辨别能力下降，自我的整合能力被削弱，现实自我与虚拟身份之间的差异不断扩大，个体在“展示一个被认可的我”和“面对一个并不完整的我”之间来回摇摆，产生持续的认同紧张。

从这个意义上说，社交媒体中的狂欢并没有真正帮助个体更好地认识自我，反而可能在不断的展演与反馈中使自我认知变得碎片化、矛盾化。马尔库塞认为，发达工业社会强加给人们一种虚假需求，即人们追求物质、崇尚享乐主义[9]。这时，他所说的“虚假需求”在这里也以新的形式表现出来：个体看似主动地进行自我表达，享受在文化工业带来的愉悦感中，实际上却越来越多地在平台逻辑与文化工业的结构中塑造自己，陷入虚假需求的自我满足，并在这种塑造中失去对自我的整体把握。于是，集体狂欢所给予的并不是稳固的身份认同，而是一种建立在他者目光之上的脆弱自我，成为“单向度的人”。一旦这种外部目光消退，个体便更容易坠入失落与孤独之中。

#### 4.2. 情感补偿与情绪耗竭

集体狂欢能够持续吸引个体卷入，一个重要原因在于它为当代人在高压生活中的情绪需求提供了即时情绪补偿。在快节奏、高竞争、强不确定性的现实环境中，个体普遍承受着学业、职业、人际关系与自我期待等多重压力，而社交媒体中的泛娱乐化内容恰恰以低门槛、快反馈、高刺激的特点，成为情绪宣泄、压力转移和心理暂避的便捷出口。刷短视频、围观热点、跟风玩梗、沉浸于戏谑化表达，通常并不需要复杂思考，却能快速带来一种放松感、参与感和愉悦感，使个体陷入“思想浮泛、韵味缺失、心力交瘁的精神空虚之中”[10]。

也正因如此，集体狂欢在很多时候被体验为一种情感补偿机制。在狂欢场景中，人们通过共同围观、共同模仿、共同表达，获得一种“我并不孤单”“我和他人站在一起”“我与某种公共情绪同频”的感受。焦虑、疲惫、压抑和无聊似乎在此过程中暂时被中断，取而代之的是热闹、兴奋和释放。然而，这种补偿往往是即时性的，而不是持续性的。它更像是一种暂时麻醉，而不是对现实困境的实质性回应。个体在狂欢中获得的是高强度、短时段的心理刺激，而不是稳定而持久的内在支持。因此，狂欢越热烈，其退潮时的情绪反差也往往越明显。一旦热点退热、互动停止、屏幕关闭，现实中的压力与匮乏并不会消失，个体反而会因为此前经历了高强度的情绪兴奋，而在落差中更加清楚地意识到现实生活的平淡、关系的脆弱以及自我满足的不足。此时，狂欢所提供的情绪补偿不但没有真正填补个体内在的空缺，反而可能因为其短暂性而加深空虚体验。人们在反复卷入“兴奋-回落-空虚-再寻求兴奋”的循环之中，情绪资源被不断消耗，最终转变为耗竭状态。

这种机制也解释了为什么越是高度娱乐化、高度互动化的数字环境，越常伴随着疲惫感、无力感和空心化体验。社交媒体并非没有提供情绪价值，而是它所提供的多是一种高频但浅层的情绪满足。它通过持续不断的新刺激维持个体的卷入，却很少能帮助个体沉淀出真正稳定的情绪秩序。个体在泛娱乐化空间中不断表达、不断围观、不断回应，看似获得了很多情绪出口，实际上却可能在过度消耗中失去对深层情感的感受能力。更进一步说，这种情绪耗竭并不仅仅是“玩累了”或“看烦了”，而是一种更深层的心理失衡。个体越依赖社交媒体中的狂欢来缓解现实压力，就越容易削弱自己处理现实问题、建立真实支持关系和承受情绪低潮的能力。于是，狂欢从原本的情绪补偿手段，逐渐变成了一种必须不断重复的依赖性机制。它看似帮助人逃离孤独，实则使个体越来越难以在没有外部刺激的情况下获得安稳与满足。由此，群体性孤独便不再只是“没有人陪伴”，而是“即便始终在线、始终热闹，也无法

真正从内在获得情感安顿”。

### 4.3. 连接广度与深度失衡

社交媒体泛娱乐化最容易制造的一种错觉，就是让人误以为“连接的增多”意味着“关系的增强”。在平台环境中，人与人之间的互动频率被大幅提升。点赞、评论、私信、转发、表情回应、热梗接龙、跟风模仿等形式不断提高连接的可见度，也让个体更容易产生“我一直都在与他人发生联系”的感觉。尤其是在集体狂欢的氛围中，众多用户围绕同一话题同步表达、同步围观、同步玩笑、同步激动，似乎构成了一个高密度、强互动、人人在场的公共空间。

但问题在于，这种连接更多是一种“广度上的扩张”，而不是“深度上的增长”。它极大地提高了人与人之间接触的频率和范围，却并没有相应提升关系的稳定性、持续性和情感厚度。个体在平台上虽然可以轻易获得回应，却并不意味着获得真正的理解；虽然可以迅速加入某种群体表达，却并不意味着真正拥有稳定归属；虽然始终被各种社交信号包围，却不代表有人真正能够进入其内心世界。

这正是雪莉·特克尔所说“*Alone Together*”的悖论所在，人们似乎始终联结在一起，实际上却活在各自封闭的“气泡”之中，看似“身连接”实际并存着“心隔离”[11]，即人际关系建立便捷与其社交关系实质萎缩呈现“并驾齐驱式共在”[12]。个体明明与他人保持着高频联系，却越来越难以进入需要耐心、理解、责任和投入的深度关系。换言之，数字连接制造了一种“有人陪伴却无须付出友谊成本”的幻象。尤其对数字原住民的青年群体而言，线上联结的门槛极低，个体可以随时随地与他人互动，但这种互动大多停留在表层沟通和情境性共鸣之中，在精神交流层面，个体在社交媒体上虽然亲热地交谈，但心灵却愈发疏离。日本传播学者中野收描述的“容器人”([13], p. 220)的社会形象恰好也揭示了这种社交状态：每个人的内心都像是一个封闭的容器，与他人的接触更多是容器外壁的碰撞，而非内心世界的真正交流。个体为了打破孤独状态而不断同他人产生联结，却又为了自我保护而始终不愿真正敞开，本质上还是疏离的、保有安全社交距离的交流，结果便是接触越多，深层交流反而越稀薄[14]。

与此同时，泛娱乐化环境中的关系往往具有高度情境依赖性。许多互动是围绕某一热梗、某一事件、某种情绪氛围展开的，一旦相关话题退场，原本热烈的群体联系也会迅速松散乃至消失。这意味着，狂欢中的共同在场并不等于现实中的长期陪伴，短时共振也难以自然沉淀为稳固关系。当个体长期沉浸于这种浅层连接结构时，便容易把“有人回应我”误当作“有人真正理解我”，把“我参与了热闹”误当作“我拥有了归属”。这种错位进一步加剧了群体性孤独。因为个体在看似高度联结的环境中，对关系的期待并未真正消失，反而可能因为连接信号太多而对“亲密”“理解”“支持”抱有更高想象。可一旦这种想象在现实中得不到兑现，孤独感便会更加鲜明。个人内心自我的边界感和分寸感压抑着深深的迷茫、不安、焦虑，导致其与集体之间存在明显隔膜，关系也仍然是断裂的，人们明明一直处于连接之中，却越来越难摆脱“没有人真正走近我”的感受。于是，连接越广，内心越可能感受到关系深度的匮乏；互动越频繁，越可能暴露真实支持关系的稀薄。

### 4.4. 网络沉迷与现实淡化

在以上机制的共同作用下，个体还会进一步陷入对虚拟社交的依赖，并相应地弱化现实中的交往能力与关系投入。在信息爆炸的世界里，个体化时代的生存境遇是自由而孤独的，互联网为孤独的大众提供了逃避的场所，在一定程度上满足了个体排遣孤独、渴望联系的需求，因此，“宅”也成为了当今社会群体性孤独人群的最佳选择。面对“完美”的世界，每个人心理的创伤、孤独和缺陷都被极度的放大，“不完美”的自己永远存在于幼苗时期，变成了一个自我意识的黑洞，虚拟世界成了逃避脆弱的解药。当下，社交媒体并非只是现实交往的补充媒介，而是在泛娱乐化条件下越来越成为主体大众获取信息、

表达意见和维系联系的重要途径。也就是说，网络空间不再只是现实生活之外的附属空间，而是逐渐上升为一种替代性的互动环境。

这一变化的根本原因，在于虚拟社交具有相较于现实交往更强的可控性与低风险性。麦克卢汉说，“媒介即按摩”，媒介作为“人体的延伸”，不仅扩展了人的感官与交往边界，也在无形中重新塑造着人的认知方式、表达方式和关系方式。人们在媒介中感受到即时反馈“按摩”带来的愉悦，也在这种“按摩”中逐渐被媒介的逻辑所规训和麻痹，被捏造认知和思维，进而沉溺于社交媒体下虚拟社交产生的假性亲密关系而无法自拔。虚拟社交的便捷性与安全感，使其越来越容易替代现实中的复杂交往。网络空间里，人们可以通过文字、表情、图片、视频等丰富多元的信息交流方式灵活表达自己，可以在相对可控的环境中组织话语、管理形象、保持距离，也可以在不承担太多现实责任的前提下获得互动回应，因而更容易获得一种安全感与掌控感。相较之下，现实中的社交关系往往伴随着时间、空间、情境、情绪管理等多种不便，也更需要个体承担面对面交流中的风险和压力。于是在此背景下，越来越多的人逐渐形成了“线上e人，线下i人”“网络平台重拳出击，线下见面唯唯诺诺”“网络社牛，现实社恐”等线上高度活跃、线下趋于退缩<sup>[15]</sup>的状态：在虚拟空间中热烈表达，在现实场合中却愈发迟疑、生涩甚至退缩。

这种变化并不是单纯的个体性格差异，而是媒介环境长期作用下的关系能力转移。随着越来越多的情绪表达、关系维系和身份确认转移到网络空间，虚拟空间中的即时回应机制不断强化，个体现实中的沟通能力、耐心倾听能力和深层陪伴能力都可能在不知不觉中被削弱。人们习惯了在网络中快速找到回应自己的人，也越来越难以承受现实关系中的沉默、误解、迟滞、挫折和摩擦。正因为如此，当个体在现实中面临沟通障碍时，往往更愿意退回到社交媒体这一相对安全的环境中，将其作为更安全的容身之所，通过继续刷屏、继续互动、继续围观来获得情绪缓冲和存在确认。然而，虚拟空间中的关系本质上多是弱关系联结，缺乏熟人社会中长期信任积累和现实生活中的身体在场支撑。它可以暂时填补信息焦虑和认同渴望，却无法充分替代真实情感关系所提供的深层慰藉。这样一来，网络沉迷与现实淡漠便形成相互强化的循环：现实关系越薄弱，个体越依赖平台；越依赖平台，越难重返现实关系。长此以往，现实关系并非被技术直接消灭，而是在替代性使用中逐渐边缘化。最终，群体性孤独不再只是社交媒体使用过程中某种阶段性的体验，而可能会固化为一种稳定的生活方式与心理结构。

总的来讲，社交媒体泛娱乐化制造出的集体狂欢与群体性孤独，并不是彼此割裂的两个结果，而是同一传播逻辑中前后相继、彼此嵌套的两个面向。前者通过高参与、高情绪、高反馈，制造出一种即时的“我与他人同频”的共同体幻象，但这一幻象主要建立在身份展演、即时补偿和浅层连接之上，缺乏足够稳定的现实基础与深层关系支撑；后者则在这一幻象难以转化为真实关系和持续认同时显现出来。集体狂欢虽然具有很强的心理吸引力，特别是在现实关系松动、个体压力加重、归属需求增强的背景下更容易成为替代性的情绪出口。它让人感到自己不是旁观者，而是“被卷入了某个正在发生的共同事件”，能够短时遮蔽个体的孤独，实际上却难以真正消解孤独，甚至可能在狂欢退潮之后使个体更清楚地意识到自我认同的不稳、情感满足的短暂以及关系结构的脆弱。

由此可见，“狂欢”与“孤独”的并存并非悖论。恰恰相反，越是依赖表演性参与来确认存在，越容易在反馈消退时产生认同失重；越是依赖高刺激互动来缓解焦虑，越容易在刺激中断后陷入情绪空落；越是处于高频连接之中，越可能在深度关系匮乏时体验到更鲜明的孤独感。社交媒体泛娱乐化所营造的“热闹”，在本质上并不稳固。它在扩大连接、放大情绪和增强可见性中塑造了“我们在一起”的感觉，却在不断削弱稳定认同、深层理解与现实支持的“我们真正彼此支撑”的关系基础。正是在这种结构性张力中，群体性孤独成为了集体狂欢最值得警惕的潜在后果。

## 5. 结语

社交媒体泛娱乐化已成为当代网络传播中不可忽视的文化现象。它并不是简单意义上的娱乐内容扩张,而是在平台推荐机制、流量竞争逻辑和用户情绪需求共同作用下形成的一种传播倾向与互动秩序。泛娱乐化通过轻量化、戏谑化、刺激化和流量化的表达方式,增强了内容的可见性和参与度,也使得集体狂欢成为社交媒体场景中的常见状态。然而,集体狂欢并不意味着深层关系和稳定认同的形成。本文认为,社交媒体泛娱乐化一方面,借助高频互动、即时反馈与情绪共振,制造出一种强烈的参与感、可见性与共同体幻象,使集体狂欢成为数字生活中的常见状态;另一方面,这种狂欢主要建立在身份展演、短时情绪补偿与浅层连接的基础之上,难以真正转化为稳定的身份整合、持续的情感支持与深度的社会关系。也正因如此,社交媒体中的“热闹”并不必然消解孤独,反而可能在某些条件下强化个体的认同焦虑、情绪耗竭与关系失重,使群体性孤独成为集体狂欢的潜在后果。需要指出的是,本文并不主张将泛娱乐化作单向度否定,而应进一步将其放置于平台社会、情绪传播与数字交往结构的交叉视野中加以把握。适度娱乐本身具有舒缓压力、丰富交流和活跃氛围的正面功能,问题在于,当娱乐逻辑不断外溢并主导传播秩序时,个体可能越来越依赖浅层热闹来替代深层关系,越来越依赖即时反馈来替代稳定认同。因此,本文的讨论仍然是一种基础性的理论分析,主要着眼于泛娱乐化与群体性孤独之间的逻辑关联。未来研究还可进一步结合具体平台场景、青年群体媒介实践及不同类型娱乐化传播的差异展开经验检验,以推动对数字时代“高连接却不亲密”这一社会心理结构的深入理解。

## 参考文献

- [1] 司马迁. 史记·廉颇蔺相如列传: 卷 81 [M]. 北京: 中华书局, 2011.
- [2] 许慎. 说文解字[M]. 南京: 江苏古籍出版社, 2001.
- [3] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳, 译. 北京: 中信出版社, 2015.
- [4] 胡伯项, 吴隽民. 新媒体时代泛娱乐主义对我国主流意识形态的冲击及其应对[J]. 思想教育研究, 2021(10): 85-92.
- [5] 钟翠, 王冉冉. 网络泛娱乐化现象对大学生的消极影响及其科学应对[J]. 开封文化艺术职业学院学报, 2025, 45(6): 94-98.
- [6] 葛彦东, 刘凯. 智能媒体时代泛娱乐化对大学生价值观的影响及应对策略探析[J]. 江苏第二师范学院学报, 2026, 42(1): 85-92+124.
- [7] 黄荣. 泛娱乐化思潮下人本质的异化及复归[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2023, 20(10): 26-30.
- [8] 雪莉·特克尔. 群体性孤独: 为什么我们对科技期待更多, 对彼此却不能更亲密? [M]. 周逵, 刘菁荆, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014.
- [9] 赫伯特·马尔库塞. 单向度的人[M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 1989.
- [10] 邹贵波. 泛娱乐主义: 精神生产的“遮蔽”及其“解蔽” [J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2022(5): 127-134.
- [11] 谭晓玉. 社交媒体依赖与青年群体性孤独的相关性研究——基于 455 名广州市高校大学生以社交焦虑为变量的实证观察[J]. 融媒前沿, 2025(5): 59-67.
- [12] 成倩. 聚而不群: 社交媒体时代青年“孤独社交”的现象透视与形成逻辑[J]. 当代青年研究, 2023(5): 74-84.
- [13] 中野收. 现代人的信息行为[M]. 东京: 日本放送出版协会, 1980: 220.
- [14] 乔艳, 王少鹏. 从媒介批评角度看社交网络时代的“群体性孤独” [J]. 今传媒, 2017, 25(7): 36-37.
- [15] 杨拂晓. 社交媒体时代大学生孤独感现象透视及形成机理探析[J]. 数字化传播, 2025(11): 37-40.