

名正言顺地说谎、沉浸其中地扮演……

“剧本杀”比“密室逃脱”更快乐？

“密室逃脱”只是在一个密闭环境中被动地寻找出路，而在“剧本杀”等同类游戏中，玩家却可以更安全、尽情地释放“说谎”本能，通过角色扮演的形式，沉浸在故事情节中，并与其他各位玩家各种互动，从而获得社交快感，并能引发“自居效应”，获得“人格”成长。

这可能就是为什么有调查显示，在中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式里，“剧本杀”已经排到前三，仅次于看电影和运动健身。它的受众还都是中坚人群，26至40岁的消费者占了77%。

无论线下体验店还是手机APP，“剧本杀”如今已成为颇受年轻人青睐的休闲方式。这一娱乐形式何以风靡全国？它的强大魅力来自于哪里？或许可以从心理学的角度来分析一番。



“剧本杀”游戏空间 新华社发

在一家“剧本杀”体验馆内，工作人员扮演角色演绎剧情。新华社发

触及人性——释放“谎言”快乐

“剧本杀”与我们熟悉的所有“杀”类游戏(如狼人杀、三国杀等)一样，充斥着谎言和套路。你要赢，你就得编得出一套像样的谎言。

在多人互动情况下，光靠自己吹牛、说谎也是没有用的，你还要做到能逼真地说谎并且成功圆谎。正是“谎言”元素，让这类游戏变得更吸引人了。为什么？因为“谎言”是人性的底层元素，具有进化上的意义。

早在远古时代，人类生存资源极其有限的情况下，自然环境和群体社交环境都极其残酷，要生存似乎就不得不使用说谎这个技能。英国圣安德鲁大学的灵长类动物学家理查德·拜恩曾发现，某些猴子和猩猩完全可以为了自身利益而互相欺骗。比如说，有的猴子会假装对美食缺乏兴致，以误导其他猴子，这样它就可以乘其不备将食物偷走。

人也是一样。不光是成年人，连小孩子都是撒谎的高手。曾获“菠萝科学奖”心理学奖的加拿大多伦多大学儿童研究所，曾对1200名2至17岁的儿

童以及少年进行研究，发现2%的两岁幼儿已经学会说谎，50%的三岁孩童“不老实”，四岁孩童会骗人的比例更是将近90%。年纪越大，说谎的比例就越高。到了12岁，几乎每个儿童都会说谎，甚至得出“早撒谎的孩子更聪明”的结论。

由此可见，“剧本杀”等互动游戏之所以极速风靡，是因为可以让人类的“谎言”本能得到充分释放。这游戏触及了人性的底层动力，从而让玩家可以在安全的环境中尽情体验“说谎”乐趣。

社交神器——邂逅“趣缘群体”

“剧本杀”还带社交属性。因为“剧本杀”可以使陌生的人很快就熟络起来。在社会学领域，有个概念叫作“趣缘群体”。顾名思义，就是指因同样的兴趣爱好聚集到一起的人。“剧本杀”提供了一种虚拟的人际场域，不论什么身份，一旦进入到这场游戏中，那就意味着要在同一个时空中经历一段故事，即使是“拼车”玩的陌生人，也会被迅速代入团体氛围中，互相熟络起来，这对于增进关

系很有帮助。

除此之外，“剧本杀”游戏能够创造两种独特的亲密情感——快乐尴尬和间接骄傲。快乐尴尬就是通过相互调侃、打趣等手段，强化彼此之间正面的感受，其实说白了就是大家互损，或者是善意地黑别人。如果彼此之间一直说话都是客客气气的，反而让人觉得很生分，所以互开玩笑这种事，可能只有交情到了一定份上才会发生。在“剧本杀”的复盘阶段，大家免不了相互吐槽，但是这些话应该并不影响大家的感情。

间接骄傲就是通过指导、帮助他人让他人获得成功，从而增强自己的幸福感和成就感。“剧本杀”中，资深玩家喜欢“传帮带”，经常指导经验比自己少的伙伴，帮助他们迅速熟悉游戏技巧，并从这一过程中获得一种成就感。

假戏真做——巧用“自居效应”

“剧本杀”的魅力还体现在让玩家扮演特定角色，赋予一种新鲜的生活体验。

玩家参与游戏后，通过领取不同角色来扮演剧本中的富翁、侦探、大侠等角色，这些经验都是现实中很难获得的。“剧本杀”可以让玩家在短暂时间内，获得一种在现实生活中没有机会尝试的人生体验。

更有趣的是，“剧本杀”还可以依托角色扮演唤起“自居效应”，让玩家在心理层面汲取角色的优势，获得人格成长。顾名思义，“自居效应”指的是人们会逐渐获得他们所扮演角色的性格特质，就像一句英文谚语所言“Act as if, So you are”(表现得好像你原本就是这样)。表演戏剧的方法能够通过持续的心理练习，让玩家不断地进入一种角色，久而久之，玩家会发现自己“出不了戏”了，于是会获得这种角色的一些良好品质。

研究表明，“自居效应”可以切实提升人们的自我效能感。

有一个著名的心理学实验，就是让两组很有数学天赋的孩子读20世纪伟大的数学家哥德尔的传记。其中一组孩子读到的传记有个改动，他们看到哥德尔的生日跟自己是一样的，这组孩子最后成绩明显更好。因为他们会不自觉地认为

自己跟哥德尔有一种隐秘的相关，甚至认为自己可能就是个小哥德尔。这种强烈的心理暗示就是“自居效应”在发挥作用。

由此可见，“剧本杀”的玩家不妨在选择角色的时候用点“小心机”，也许在沉浸式地扮演所选角色的过程中，你的人格真的可以发生潜移默化的转变。就像那句流传甚广的金句所揭示的——“Fake it till you make it”(伪装下去，直到你成功)，也许成功的起点就是一次精心的伪装。

也许，正因切中了大众的心理需求，“剧本杀”才能收获无数拥趸。有数据显示，早在两年前，全国的“剧本杀”店已经飙升到12000多家，这反馈出现代人内心的一种渴望——让我们在俗世生活中腻烦了的时候，有另外的人生剧本可以选择。

在不影响正常工作和生活的前提下，趁着闲暇时分，相约三五好友，选择到设施合规、口碑不错的“剧本杀”店里去过过瘾，也不失为一种放松身心、调剂生活的娱乐方式，毕竟我们的活法，本不应该那么单一。

据《羊城晚报》

■ 相关新闻

“剧本杀”成年轻人社交“新宠”

周末，在天津市一座写字楼内，张宇浩正在认真读着自己手中的剧本，6名和他年纪相仿的年轻人围坐在桌前，在主持人的带领下读本、搜证，逐渐沉浸在推理之中。

前些年，一档综艺将“剧本杀”搬上荧屏，也将这种社交方式带入了年轻人的世界。近年来，“剧本杀”以其烧脑的推理和悬疑的剧情引起年轻人关注。

“剧本杀”市场规模超百亿元

对刚刚大学毕业步入社会的张宇浩来说，“剧本杀”给他带来的是一种新奇的体验。虽然是第一次接触“剧本杀”，但

他很快就感受到了沉浸式的乐趣。房间的灯光忽明忽暗，主持人的叙述时而低沉、时而高亢，读着角色的内心独白，张宇浩不禁湿了眼眶。

“我们玩‘剧本杀’时，也是在体会剧本中角色的人生。”张宇浩说，在玩“剧本杀”之前，没有想到这种沉浸式推理能让人产生深刻的人生感悟，“一开始会有点不知所措，但随着主持人的引导，我很快就和剧本中的角色融为一体了。”

“剧本杀”已经成为都市年轻人社交活动的方式之一。2020年，中国从事“剧本杀”的相关企业新增3100多家，市场规模突破百亿元。基于网络平台相关数据发布的《2021实体

“剧本杀”消费洞察报告》显示，预计2021年国内“剧本杀”市场规模将超过150亿元，消费者规模或达941万，超七成成为30岁以下的年轻人，超四成用户的消费频次在一周1次及以上。

记者在网络平台上搜索各大城市的“剧本杀”店铺发现，不少城市相关店铺都在千家以上。搜索数据显示，2021年上半年全国新注册“剧本杀”相关企业3600家，同比增长294.4%。

年轻人的交友新方式

玩家们将玩“剧本杀”称为“开车”。今年25岁的刘阳是绝对的“剧本杀”老手，他喜欢在结束繁重

的工作后“拼个车”。“在玩‘剧本杀’的过程中，每个角色都掌握着重要线索，大家畅所欲言，玩法中也能看出不同玩家的性格特点，遇到契合的人，一场活动下来就可能成为好朋友。”

27岁的李晨是一名高中老师，刚刚过去的暑假里，他每周都和小伙伴们“开一次车”。“‘剧本杀’的关键线索我们称之为核心诡计。玩家通过搜证、发言、合作，找到那根最重要的线头，就能‘推凶’成功。我喜欢那种推理成功的快感。”

“剧本杀”店铺经营者秦明告诉记者，有很多老师和学生会选择利用暑假时间

玩“剧本杀”，他们会偏爱一些硬核推理剧本和带有历史背景的剧本。“今年暑假，一些抗战背景的‘车’深受玩家喜爱，几乎每天都开。”她说。

“我们这代人生活在和平年代，对战争的体会都是从书本上得来的。剧本中的人物和剧情是虚构的，但一些故事背景是真实的，我们能通过一场‘剧本杀’对当年的时代背景有更直观的了解，这样的学习方式比上课的方式更有趣、效果也更好。”李晨说。

据新华社客户端