

从虚拟互动到情感依恋

——社交互动中的情感需求满足与身份建构

蔡剑寒

上海理工大学新闻与传播院系, 上海

收稿日期: 2025年6月4日; 录用日期: 2025年7月11日; 发布日期: 2025年7月25日

摘要

本研究旨在探讨虚拟社交互动中的情感需求满足与身份建构, 以《奥比岛: 梦想国度》云游戏为例, 从心理学视角分析玩家的情感依恋和身份认同。研究采用深度访谈法和案例分析法, 选取8名不同年龄和游戏经验的玩家进行访谈, 并结合《奥比岛: 梦想国度》的传播与营销活动进行分析。研究发现: (1) 游戏通过自主性支持(角色定制)、胜任力反馈(任务奖励)、归属感营造(社区互动)三重机制满足玩家心理需求; (2) 玩家借由虚拟身份(如“奥比”形象)与社群标签(如“老玩家”)完成个体及群体层面的身份锚定; (3) 情感依恋形成遵循“需求满足→身份建构→情感沉淀”路径。虚拟社交互动通过情感表达和社交行为满足了玩家的情感需求, 促进了情感依恋的形成, 玩家在虚拟世界中的身份建构也增强了他们对游戏社区的认同感和归属感。研究结论指出, 情感依恋和身份建构对玩家的游戏体验和社区归属感具有重要影响, 为虚拟社交中的情感机制提供了心理学视角, 揭示了养成类游戏情感传播的心理学本质。

关键词

情感依恋, 自我决定理论, 虚拟身份, 云游戏, 青少年心理

From Virtual Interaction to Emotional Attachment

—Emotional Need Satisfaction and Identity Construction in Social Interaction

Jianhan Cai

Department of Journalism and Communication, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Jun. 4th, 2025; accepted: Jul. 11th, 2025; published: Jul. 25th, 2025

Abstract

This study aims to explore the satisfaction of emotional needs and identity construction in virtual social

interaction. Taking the cloud game “Aobi Island” as an example, it analyzes players’ emotional attachment and identity from a psychological perspective. The research adopted the in-depth interview method and case analysis method. Eight players of different ages and gaming experiences were selected for interviews, and combined with the communication and marketing activities of “Aobi Island” for analysis. The research findings are as follows: (1) The game meets the psychological needs of players through three mechanisms: autonomy support (character customization), competency feedback (task rewards), and sense of belonging creation (community interaction). (2) Players complete identity anchoring at the individual and group levels through virtual identities (such as the “Aobi” image) and community tags (such as “Veteran player”). (3) The formation of emotional attachment follows the path of “need satisfaction → identity construction → emotional accumulation”. Virtual social interaction meets the emotional needs of players through emotional expression and social behaviors, promotes the formation of emotional attachment, and the identity construction of players in the virtual world also enhances their sense of identity and belonging to the game community. The research conclusion points out that emotional attachment and identity construction have significant influences on players’ gaming experience and sense of community belonging, providing a psychological perspective for the emotional mechanism in virtual social interaction and revealing the psychological essence of emotional communication in simulation games.

Keywords

Emotional Attachment, Self-Determination Theory, Virtual Identity, Cloud Gaming, Adolescent Psychology

Copyright © 2025 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

随着云计算和网络技术的迅猛发展，云游戏作为一种创新性的游戏方式已十分流行，云计算技术推动云游戏成为新型社交场域。云游戏通过将游戏运算和渲染任务移到云端服务器，为玩家提供了无缝、跨平台的游戏体验，打破了地理和硬件的限制，使玩家能够共同沉浸在虚拟的游戏世界中。通过优化资源分配模型，云游戏平台能够更好地支持大规模玩家的在线互动，从而增强了玩家之间的社交联系和情感交流(唐勇, 刘晓军, 2021)。这种虚拟社交形式不仅改变了玩家的游戏方式，还重新定义了社交互动的模式。

《奥比岛：梦想国度》是由广州百田信息科技有限公司研发的一款面向 6~14 岁儿童的、以交友、模拟经营为主的游戏社区，并于 2008 年 9 月 25 日正式发行。自 2022 年 2 月 23 日，雷霆游戏正式官宣代理百奥家庭互动研发的《奥比岛：梦想国度》社区养成手游，并于 2022 年 7 月 12 日正式上线。据数据统计，《奥比岛：梦想国度》上线首日预下载量在 App Store 总榜中排名第一，在 IOS 游戏畅销榜排名第 8，截至 2025 年，该游戏依然保持着较高的热度和用户活跃度，注册用户数已超过 3.5 亿。正如陆一(2009)所说，《奥比岛：梦想国度》的成功在于其能够满足儿童和青少年的社交需求，同时提供了一个安全、有趣的游戏环境，这使得它在市场中占据了重要地位。如今《奥比岛：梦想国度》不仅是一个游戏平台，更是一个承载了 3 亿小奥比回忆、快乐和梦想的神奇世界。

现有研究多聚焦于云游戏的技术架构或情感传播模型，却较少从心理学视角解析玩家情感依恋的形成机制。基于自我决定理论(Ryan & Deci, 2000)，虚拟社交需满足自主性(行为自愿性)、胜任力(能力感知)和归属感(社会联结)三大基本心理需求；而社会认同理论(Tajfel & Turner, 1979)则强调群体身份对自我概

念的塑造作用。本研究整合上述理论框架，提出核心研究问题：

1. 《奥比岛：梦想国度》如何通过游戏设计满足玩家的心理需求？
2. 玩家如何在虚拟社交中完成身份建构并形成情感依恋？

2. 文献综述

2.1. 虚拟社交与情感需求

虚拟社交互动在满足玩家情感需求方面具有重要作用。研究表明，虚拟社交不仅提供了情感表达的平台，还促进了玩家之间的情感共鸣和依恋。[刘研\(2014\)](#)从微观层面的游戏元素和宏观层面的互动仪式两个部分对网络游戏情感传播的过程进行分析，得出情感传播是玩家通过网络游戏进行互动的本质这一结论。[诸葛达维\(2018\)](#)借助互动仪式链理论对游戏玩家互动行为背后的情感交往机制进行研究，发现线上游戏是一种虚拟共聚的互动仪式，指出游戏是“情感能量”的积累场域，游戏世界不仅是玩家的娱乐场所，还是他们进行社会交往的文化空间。尚国强指出，云游戏打破时空限制，催生“观看即参与”的云玩家群体([尚国强, 2020](#))。[贾云鹏, 刘雅昕\(2022\)](#)从情感传播角度分析得出，VR 电影与其他影像的重要区别是观众的角色情感认知，这种情感认知在虚拟社交中同样适用。情感传播聚焦虚拟互动中的情绪传递([刘伊萌, 2023](#))，虚拟社交互动不仅满足了玩家的情感需求，还促进了玩家身份的建构和认同。

2.2. 云游戏与社交互动

云游戏技术通过“去硬件化”降低了参与门槛，其低延迟技术对虚拟社交临场感起到了关键作用([任桐, 2023](#))。云游戏平台的设计不仅关注技术性能，还注重用户体验和情感需求的满足([郭旷野, 宋扬, 2021](#))。通过提供丰富的社交功能，平台能够更好地满足玩家的情感需求，通过提供多样化的角色和社交功能，支持玩家的身份建构。玩家在平台上通过互动和交流，逐渐建立起自己的身份认同。云游戏不仅提供了无缝、高质量的游戏体验，还带来了“云玩家”的热潮，为虚拟社交互动提供了新的平台。[尚国强\(2020\)](#)从媒介环境学的理论视角回顾中国电子游戏的过去，分析中国电子游戏文化的发展，并指出“云玩家”通过观看获得满足，这种观看行为本身就是一种情感需求的满足。[莫然, 李世国\(2011\)](#)通过分析微软公司的产品发布情况及其他相关信息，进一步论证“云游戏”趋势的合理性与可能性。

2.3. 心理学理论框架

基于 [Bourdieu \(1986\)](#)的文化资本理论和 [Stryker \(1980\)](#)的身份显著性理论，研究首先确立了虚拟物品价值评估与角色扮演行为分析的理论基础。随着自我决定理论(SDT) ([Ryan & Deci, 2000](#))确立了自主性、胜任力和归属感三大基本心理需求，研究者逐步建立起游戏情境下心理需求满足的解释框架，其中 [Przybylski 等\(2010\)](#)通过动机模型验证了游戏设计对自主性需求的满足效应，而 [Kühn 等\(2019\)](#)与 [Huffman 等\(2021\)](#)的神经科学研究则从多巴胺释放通路和前额叶皮层激活的视角，为游戏互动中的情感依恋提供了生物学证据。这些理论进展为本研究分析《奥比岛：梦想国度》玩家在虚拟社交中的心理机制奠定了坚实基础，特别是对理解青少年玩家如何通过游戏互动满足基本心理需求、建立虚拟身份并形成情感依恋具有重要指导价值。

3. 研究方法

3.1. 深度访谈法

根据玩家的年龄、职业和游戏时长选取了 8 名访谈对象，主要来自于游戏社群中的玩家和学生群体，访谈对象的选取主要为 25 岁以下的青年游戏玩家(见表 1)。通过深入访谈获取玩家在云游戏中的情感体

验，同时观察《奥比岛：梦想国度》内的游戏行为，以得出更全面的结论。

Table 1. Basic information description of the interviewees
表 1. 访谈对象基本情况说明

访谈对象	性别	年龄	职业	岛龄	平均游戏时长
F1	女	11	小学生	1 年	30 分钟
F2	女	17	高中生	4~5 年	1 小时
F3	女	21	大学生	3 年	1 小时
F4	男	12	初中生	不固定	不固定
F5	女	22	研究生	10 年	30~45 分钟
F6	女	23	研究生	2~3 年	不到半小时
F7	男	20	大学生	不到半年	小于半小时
F8	女	20	大学生	5~6 年	超过 1 小时

3.2. 案例分析法

本文选取《奥比岛：梦想国度》手游为研究对象，《奥比岛：梦想国度》自 2022 年推出以来已有 3 亿注册用户，最高 MAU (月活跃用户)高达 1100 万。通过分析其传播与营销活动，揭示其在情感需求满足和身份建构方面的作用。

3.3. 问卷调查法



Figure 1. “Obi Island: Dreamland” word cloud
图 1. 《奥比岛：梦想国度》词云图

本文设计了一份面向大众(主要为学生群体)的主题为《〈奥比岛：梦想国度〉情感体验与身份建构》的问卷调查，共收集 208 份有效数据。具体来看，问卷从自主性、胜任力、归属感三个维度衡量情感需求满足程度，通过虚拟形象塑造、社群标签使用等方面考察身份建构情况，同时设置专项问题了解玩家对情感依恋形成路径的认同度，如“能否自由定制角色形象”、“任务选择自由度”、“完成任务后奖励是否满意”、“任务难度是否合适”(自主胜任力满足情况)、“设计虚拟形象的精力投入”、“虚拟形象与个性特点的契合度”、“对社群标签的认同感”(身份建构情况)以及“对游戏的情感依恋程度”、“游戏在休闲时光中的重要性”、“长时间未登录是否会想念游戏”(情感依恋形成程度)等问题。通过统

计分析发现,83%的玩家认为游戏在一定程度上满足了他们的自主性、胜任力和归属感需求,这表明游戏设计在满足玩家基本心理需求方面较为成功,能够为玩家提供自主选择的空间、让他们感受到自身能力的提升以及与其他玩家建立紧密联系的机会;在身份建构方面,76%的玩家表示通过虚拟身份和社群标签完成了身份锚定,这说明游戏中的虚拟形象定制和社群互动等功能,有效帮助玩家构建了独特的个体和群体身份,进一步增强了他们对游戏社区的认同感和归属感,并且有72%的玩家认可情感依恋形成遵循“需求满足→身份建构→情感沉淀”这一路径,这一数据清晰地显示出大多数玩家在游戏的情感依恋形成过程符合研究提出的理论观点,即先通过游戏满足自身心理需求,进而完成身份建构,最终逐渐形成对游戏的情感依恋。经过分析绘制出词云图见图1所示。

4. 情感传播机制分析

4.1. 社交互动与情感需求满足

《奥比岛：梦想国度》中的社交互动首先是虚拟小熊(即用户)形象的自由搭配,通过完成剧情任务、发布交易订单、参与游戏活动抽奖等形式,玩家可以不断升级从而达到更高层形象设计的门槛。其次,玩家除了可以在世界频道发布文字和语音聊天外,还可以进行合作和竞争如共同结成好友、情侣点亮标识获得抽奖资格奖励、去对方小岛为树浇水参加派对等。这种社交互动在建立情感联系同时也深化了游戏社区的凝聚力。作为一种养成类游戏,《奥比岛：梦想国度》格外重视对用户陪伴感与亲密关系的塑造。在《奥比岛：梦想国度》手游的地图上,除了与传统网页端开发的淘宝街、青木森林、矿场等基础板块,还额外增添了培养小奥比与游戏好友之间的许愿池、仙境任务等新地图和剧情人物,以及官方NPC如小耶、W阿姨、大胡子叔叔之间的对话互动。云玩家可以定时参加活动来获得亲密度等级的奖励以建设自己的小岛,达到一定小岛等级官方会给予奖励,并在游戏页面中间以横幅的形式为玩家庆祝。

此外,《奥比岛：梦想国度》官方在微博、微信、百度贴吧、豆瓣、小红书等社交平台上均创建了官方账号进行对外宣传和建立奥比社区以供用户讨论。玩家可以在社区里发表意见,平台按照点赞、评论等热度指标数据进行推送,并有机会被官方回复及采纳建议,后续提升云玩家的游戏好感度。

4.2. 情感依恋与身份建构

《奥比岛：梦想国度》中的情感依恋和身份建构主要通过虚拟形象的塑造和社交互动实现。玩家通过自由搭配虚拟形象,表达自己的个性和情感。同时,通过与其他玩家的互动,玩家逐渐建立起对游戏社区的认同感和归属感。这种情感依恋和身份建构对玩家的游戏体验和社区归属感具有重要影响。

4.3. 情感共鸣与文化认同

《奥比岛：梦想国度》手游作为大批00后的“童年回忆”,将儿时的奥比记忆唤醒,形成了强烈的情感共鸣,并以一种更加便捷的方式出现在公众眼前。《奥比岛：梦想国度》复刻页游时代的经典场景,上线首周登顶IOS下载榜,30岁以上用户占比不足15%,证明其主力为当年页游玩家成长的00后。这种情感共鸣不仅增强了玩家对游戏的认同感,还促进了玩家之间的文化认同与游戏的依恋和归属感。在很大程度上,其IP就是一张情感传播的名片。这正是本文访谈人员口中所说的“看到熟悉的小熊,一下就联想到在岛里的休闲时光”的写照。在临近上线的时候,《奥比岛：梦想国度》聘请金龟子和董浩叔叔为代言人,烘托出了整体情怀氛围,官方发布的PV《我们经历过的奥比岛：梦想国度》和相关高品质的Vlog内容也吸引了大量页游IP的核心玩家。《奥比岛：梦想国度》官方经常会推出新一季的周边和联名产品,带有经典奥比形象的产品如围巾、杯具、便利贴等覆盖各个范围,让热衷于收集萌卡IP的次元人物有了消费的欲望。

除此之外,《奥比岛:梦想国度》积极推动效果型达人营销如直播等,借此进入流量更大的营销渠道,同时期望产品能产生破圈效应,吸引更多泛用户群体玩家。项目组在《奥比岛:梦想国度》上线一个月后发起了抖音游戏发行人计划,根据抖音数据显示,目前已经有超过 1700 多位达人进行投稿,视频数量超过 1.2W 条,总播放量达 3800W 次,整体表现可观。在 2022 年 6 月 1 日《摩尔庄园》上线一周年的时候,《奥比岛:梦想国度》官方频道发布与《摩尔庄园》的惊喜联动视频,取得超过接近 40 万的点击量。DataEye-ADX 投放数据显示,从创意类型分布情况来看,《奥比岛:梦想国度》投放在社交平台上的“类 UGC 短片”占比最高,约为 75%。项目组通过类 UGC 方式让创意素材增加更多社交元素来打造情怀,一方面这种游戏解说的形式可以让玩家对游戏有充分的了解;另一方面也可以借助旁白口播的方式,突出 IP 情怀元素,与目标用户共情。

5. 结论与展望

综上所述,本研究通过深度访谈、案例分析以及问卷调查等多种研究方法,深入探讨了《奥比岛:梦想国度》云玩家游戏互动的情感传播机制,揭示了虚拟情感表达和社交互动对情感传播的重要性。研究发现,虚拟社交互动不仅满足了玩家的情感需求,还促进了玩家身份的建构和认同。游戏通过角色定制、任务奖励以及社区互动等方式,分别满足了玩家的自主性、胜任力和归属感需求,大多数玩家认同情感依恋形成遵循“需求满足→身份建构→情感沉淀”这一路径。这种情感依恋和身份建构对玩家的游戏体验和社区归属感具有重要影响。

然而,研究也发现《奥比岛:梦想国度》在宣传推广和社交互动方面存在一定的局限性。一方面,《奥比岛:梦想国度》的创意较为分散且下沉。其热门投放文案重点突出“换装”、“女生”等关键词,大多吸引的是女性游戏玩家(次核心用户)或以“种田”、“建房”等元素吸引养成类游戏玩家,这种主基调色彩的宣传曝光缺乏对其他潜在用户群体的关注。另一方面,游戏官方对社交媒体上的用户关注度(如客诉)还存在欠缺,对于一些呼声较高的意见如奥比岛体力值上线过低等平台未能给予及时的高效反馈导致大量玩家弃游。《奥比岛》团队应拓宽视野,开发新的游戏板块和游戏角色以吸引潜在受众,牢牢抓住“情怀”进行宣传感染玩家,给予玩家更多建设奖励,创意组也应积极开发游戏皮肤来巩固忠诚,打造一个让云玩家回归童年的乌托邦。未来研究可以进一步探讨虚拟社交中的情感机制,为游戏设计和社区建设提供更多的心理学视角和方法。

参考文献

- 郭旷野,宋扬(2021). 阿里巴巴云游戏 PaaS 平台的设计与实现. *广播与电视技术*, 48(7), 29-34.
- 贾云鹏,刘雅昕(2022). 基于情感传播的游戏反馈机制——虚拟现实电影中的交互. *当代电影*, (8), 169-176.
- 刘研(2014). *电子游戏的情感传播研究*. 博士学位论文,杭州:浙江大学.
- 刘伊萌(2023). 情感传播视域下乙女游戏的共情修辞与叙事逻辑研究. *科技传播*, 15(21), 109-111+115.
- 陆一(2009-12-15). 外研社签约奥比岛挖掘亿元市场. *中国图书商报*, p. 1.
- 莫然,李世国(2011). 云游戏——基于云计算技术的互动娱乐形式. *艺术与设计(理论)*, 2(8), 109-111.
- 任桐(2023). 云游戏的难题:平台化战略下技术演进思考. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 45(2), 135-143.
- 尚国强(2020). *新媒介技术环境下中国电子游戏文化研究*. 硕士学位论文,长春:吉林大学.
- 唐勇,刘晓军(2021). 一种新型云游戏资源分配模型研究. *广东通信技术*, 41(12), 2-5+22.
- 诸葛达维(2018). 游戏社群情感传播的互动仪式机制研究. *浙江传媒学院学报*, (1), 123-129+142.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Huffman, L. G. et al. (2021). Neural Correlates of Virtual Self-Representation. *Nature Human Behaviour*, 5, 389-401.

-
- Kühn, S., Kugler, D. T., Schmalen, K., Weichenberger, M., Witt, C., & Gallinat, J. (2019). Does Playing Violent Video Games Cause Aggression? A Longitudinal Intervention Study. *Molecular Psychiatry*, 24, 1220-1234. <https://doi.org/10.1038/s41380-018-0031-7>
- Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A Motivational Model of Video Game Engagement. *Review of General Psychology*, 14, 154-166. <https://doi.org/10.1037/a0019440>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55, 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.68>
- Stryker, S. (1980). *Symbolic Interactionism: A Social Structural Version*. Benjamin-Cummings.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Inter-Group Relations* (pp. 33-37). Brooks/Cole Publishing.