

# 游戏社群情感传播的互动仪式机制研究

诸葛达维

**摘要：**线上游戏具有激情投入和全神贯注的情感特征，是典型的情感传播媒介。在互联网时代，游戏突破少数人娱乐的门槛，成为大众休闲娱乐的常用方式。众多游戏玩家释放出来的情感成为推动游戏产业发展背后的大数据力量。线上游戏的时代语境悄然发生了变化。因此，对游戏玩家社群互动中的情感传播机制进行研究，可以观察游戏文化流行背后的深层社会心理与交往规律。文章以互动仪式链的情感传播为视角，深入分析互联网时代线上游戏玩家社群互动背后的情感传播机制，为认识和理解线上游戏玩家及其文化提供新的探索。

**关键词：**情感；线上游戏；游戏玩家；互动仪式；社群

**作者简介：**诸葛达维，男，助理研究员，新闻传播学博士。（浙江传媒学院 媒体传播优化协同创新中心，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**G206

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552（2018）01-0123-07

## 一、引言：线上游戏传播研究的情感转向

在互联网时代，随着科技与文化的进步，线上游戏突破少数人娱乐的门槛，逐渐融入大众的日常生活，成为人们休闲娱乐的常用方式。在今天，没有人会与线上游戏完全隔绝。几乎所有的电脑、手机都可以用来玩游戏。即使不常玩游戏的人们也会用手机中的小游戏打发闲暇时间。线上游戏开始从小众文化发展成大众流行文化，游戏玩家从边缘群体转变成普通人群，线上游戏所处的时代语境已悄然发生了变化。

线上游戏是一种典型的互动媒介，对其互动传播机制的研究是线上游戏研究中的重要方面。格罗戴尔（2000）指出，电子游戏与传统娱乐媒体（电视剧与电影）最显著的区别在于其互动性。<sup>[1]</sup> Friedl（2003）研究指出，电子游戏中存在着三种基本互动形式：玩家与计算机、玩家与玩家、玩家与游戏。其中，玩家与玩家的互动性是电子游戏互动性中最为重要也最具创新性的互动类型。<sup>[2]</sup> Choi，DS 等人（2004）研究发现，使玩家对游戏产生忠诚感或用户粘性的重要娱乐要素是游戏的互动功能，游戏中的人际互动和社会互动的功能设计是所有游戏设计中的最优的娱乐体验。<sup>[3]</sup> 黄少华（2009）研究发现，网络游戏具有强烈的互动性、娱乐性、耐玩性、探索性、不确定性等特点。在网络游戏中实现社会互动和自我提升，是青少年网络游戏玩家的主要行为倾向。<sup>[4]</sup>

卡西尔曾经说过，人是符号的动物。“符号化的思维和符号化的行为是人类生活中最富于代表性的特征。”<sup>[5]</sup> “我们应当把人定义为符号的动物来取代把人定义为理性的动物。只有这样，我们才能指明人的独特之处，也才能理解对人开放的新路——通向文化之路。”<sup>[5]（37）</sup> 线上游戏是一种文化娱乐符号，玩家与玩家间的互动本质上是一种符号互动，因此，对线上游戏互动娱乐的研究必然随着其符号互动

属性转向其情感娱乐的生成机制研究。Crawford (1984) 认为, 情感满足是游戏设计的要素, 若游戏无法提供玩家情感满足的元素, 刺激参与者愿意继续从事游戏活动, 就无法成为成功的游戏。<sup>[6]</sup>因此, 线上游戏是典型的情感传播媒介。情感不仅是游戏设计中的重要要素, 也是游戏行为背后的深层动机。Leung, L (2001) 研究发现, 放松、娱乐和追求时尚是网络娱乐的表层工具性动机, 而包容、情感、社交和逃避是深层次的内在动机。<sup>[7]</sup>Pena, J 等人 (2006) 则认为, 线上游戏互动中的文本内容大多充满社会情感特征, 而玩家间有效的互动与沟通是产生社会情感的关键机制。<sup>[8]</sup>刘研 (2014) 通过对游戏文本与游戏互动的研究指出, 游戏者使用电子游戏文本进行多态互动的实质是进行情感传播。<sup>[9]</sup>徐静 (2015) 通过对游戏玩家中规模最大的青少年游戏玩家群体研究也发现, 青少年玩家全情投入到电子游戏世界中主要是由于电子游戏的情感驱动。而情感性结果是网络游戏行为对玩家产生的最显著性影响。因此, 情感体验和互动居于核心的重要地位, 它既是一种青少年游戏玩家的网络游戏核心动力因素, 也是一种结果性的产出。<sup>[10]</sup>赫伊津哈指出, “正是这样的激情投入和全神贯注里存在着游戏的本质, 存在着它最原始的属性”。<sup>[11]</sup>许多游戏玩家在访谈中也表示, 之所以玩游戏, 是因为“游戏好玩”、“紧张”、“刺激”、“开心”等充满情感体验的原因。简·麦戈尼格认为, 游戏是我们乐观向上地做着一件自己擅长并享受的事情。游戏活动的全情投入, 能提升人们的幸福感。<sup>[12]</sup>此外, 线上游戏是志趣相同的玩家进行社会交往的情感连接方式, 国内外许多学者在研究游戏玩家的动机时都发现, 社会交往是玩家玩游戏的主要动机之一。许多玩家在访谈中表示, 玩游戏可以“结识新的朋友”、“拓展社会关系”、“玩什么有时候并不重要, 关键是看和谁一起玩”。线上游戏促进了玩家之间的社会联系, 增进了玩家间的情感交往。因此, 对线上游戏娱乐的情感生成机制进行研究, 可以发现游戏玩家互动背后的深层社会心理, 对观察游戏玩家的社会交往与情感联系具有重要意义。

## 二、线上游戏符号互动的情感传播分析框架：互动仪式链

仪式与情感具有密切联系。仪式产生情感, 是激发情感的刺激物。<sup>[13]</sup>互联网中的“情感”具有仪式性的特征。在仪式中, 网民通过相似的情感、语言和修辞结成特定的诠释社群。<sup>[14]</sup>

### (一) 互动仪式链理论概述

根据仪式与情感的关系, 美国社会学家兰德尔·柯林斯提出了研究社会情感传播的互动仪式链理论。他指出, 仪式是一种相互专注的情感和关注机制, 它形成了一种瞬间共有的现实, 因而会形成群体团结和群体成员性的符号。<sup>[15]</sup>柯林斯指出, 互动仪式 (IR) 是人们最基本的活动, 是一切社会学研究的基点。这里就是我们的社会心理学、我们的符号互动或策略互动、我们的存在主义现象学或常人方法论、我们的讨价还价、游戏、交换或理性选择方面的经验的/体验的场所。<sup>[12](31)</sup>

人与人之间的交往与互动本质上是符号互动。仪式 (即互动) 是动态的符号, 符号是静态的仪式。互动就是传播, 传播必然互动。因此, 互动仪式属于广义的符号互动。线上游戏传播是典型的符号互动, 具有情感传播与社会交往功能, 因此也是典型的互动仪式活动。互动仪式的核心是一个过程, 在该过程中参与者发展出共同的关注焦点, 并彼此相应感受到对方的身体的微观节奏与情感。<sup>[12](85)</sup>因此, 互动仪式作为承载着情感能量的一种符号表达, 为符号建构提供了一个动态的过程模型, 它在说明何时及在何种程度上这些意义被分享、被具体化和被强加, 什么时候它们是短暂的及大都介于其间的情况, 有更大优势。<sup>[12](67)</sup>柯林斯将互动仪式过程描绘成一个具有因果关联与反馈循环的情感传播模型 (见图1)。

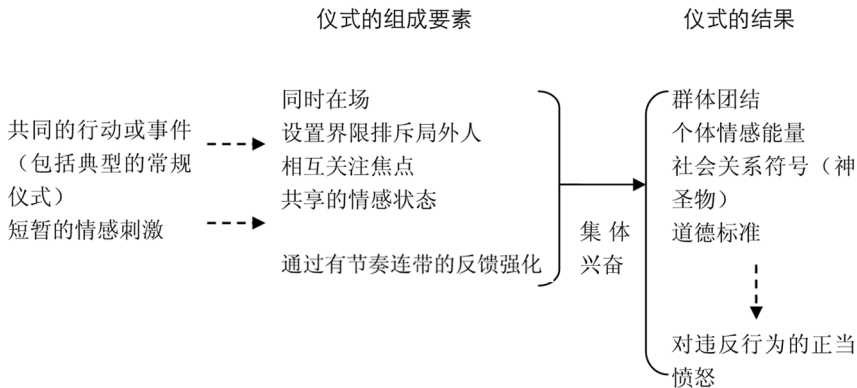


图 1 互动仪式链的相互关注/情感连带模型

互动仪式链理论模型是一个具有因果关联与反馈循环的过程模型，该模型具有 4 个起始条件：(1) 两个或两个以上的人聚集在同一场所，因此不管他们是否会特别有意识地关注对方，都能通过其身体在场而相互影响。(2) 对局外人设定了界限，因此参与者知道谁在参加，而谁被排除在外。(3) 人们将其注意力集中在共同的对象或活动上，并通过相互传达该关注点，而彼此知道了关注的焦点。(4) 人们分享共同的情绪或情感体验。这些要素彼此形成反馈作用。当组成要素有效地综合，并积累到高程度的相互关注与情感共享时，参与者会有以下 4 种互动体验的结果：(1) 群体团结，一种与认知相关的成员身份感。(2) 个体的情感能量 (Emotion Energy, 简称 EE)，即一种采取行动时自信、兴高采烈、有力量、满腔热忱与主动进取的感觉。(3) 代表群体的符号，使成员感到自己与集体相关。这也是涂尔干说的“神圣物”。(4) 道德感：维护群体中的正义感，尊重群体符号，防止受到背弃者的侵害。与此相对的是违背群体团结及其符号标志所带来的罪恶或不得体的感觉。<sup>[12](86-87)</sup>

(二) 情感能量与身份符号——推动互动仪式情感传播运行的动力资源

情感能量与身份符号是互动仪式产生的最重要的资源与结果，是推动个体进行互动仪式情感传播的动力资源。个体在日常生活中经常会与他人不期而遇，与其共同完成一定程度的互动仪式，包括最直接的功利性际遇和失败的仪式，到全身心参与的仪式团结等。每个人将与谁、以何种意识强度进行互动，取决于他们各自所拥有的资源。<sup>[12](200)</sup> 因此，互动仪式具有市场资源交换的特征。互动仪式市场与有形的物质市场一样，它也是资源交换的场所。其中，情感能量与身份符号是互动仪式市场中两种最重要的资源。个体在互动仪式市场倾向于从中寻找那些与自身情感能量与身份符号储备相匹配的人进行社会互动与情感交往。情感能量与身份符号的这种再投资机制促进了互动仪式链的长期运作。

1. 身份符号：参与者进入互动仪式市场的条件与钥匙

身份符号主要指个体进入某一互动仪式市场所需具备的身份条件，是个体进入特定互动圈的钥匙，也是成员之间沟通的媒介。物以类聚，人以群分，各个互动仪式圈子往往是由身份符号相似的个体所组成的。因此，在互动仪式市场中，参与者一般会选择那些与自己的身份符号储备相匹配的人进行交往。当参与成员的身份符号非常匹配时，互动仪式是成功的。<sup>[12](212-220)</sup> 特定身份符号资源优势者往往在相应的互动仪式市场中处于核心地位，而那些没有相应身份符号的人则会被边缘化或排除在外。

2. 情感能量：推动个体参加互动仪式的内在动力

情感能量是互动仪式中互动双方参与互动的深层驱动力。情感能量具有特殊的社会取向，它是一种支配特定类型的情境或展现特定群体的成员身份的期望。一个人的情感能量储备是决定其能否产生

进一步的互动仪式的关键资源之一。<sup>[12](211)</sup> 具有高度情感能量的人往往会对社会互动充满积极性，而情感能量较低的人会对社会互动感到疲惫消沉，想要逃避。此外，情感能量是个体用以在可选择的互动仪式中做出决策的共同标准，个体面对的互动情境，趋向于那些能给予情感能量最高回报的情境。个体行为就互动仪式而言，是理性的行为。<sup>[12](220)</sup> 因此，个体在互动仪式中投入时间、精力、物质等各种成本，其最终目的都是为了最高地获得情感能量回报。柯林斯据此给出了情感能量最大化的成本—收益计算公式（见图2），其中情感能量（EE）的满足是个体互动仪式选择的最终标准。

$$\frac{\text{收益 (EE)}}{\text{成本 (EE+物质)}} \longrightarrow \text{比率最大化}$$

图2 互动仪式链理论关于追求情感能量回报最大化公式

### 三、游戏玩家符号互动背后的情感传播机制分析

从互动仪式链理论模型可以看出，互动仪式过程是一个社会交往过程，这个过程中充满了情感与符号的生产与传播。世界各地的游戏玩家登陆共聚的游戏世界启动了属于他们圈子的互动仪式。在游戏互动过程中，玩家们彼此关注形成了共同感兴趣的关注焦点。同时，玩家间有节奏的游戏互动带来了彼此有节奏的情感连带。玩家之间的游戏互动通过情感互动仪式机制激发了玩家社群的身份认同与情感团结，形成了代表特定游戏社群的文化符号，玩家在互动过程中也获得了情感能量的满足，使得他们更有积极性地投入到与游戏相关的社会互动与人情交往过程中去。

#### （一）线上游戏是一种虚拟共聚的互动仪式

一方面，线上游戏具有同时在线与排斥局外人的仪式启动条件。游戏玩家首先需要同时在线互动才能启动游戏互动仪式。在线上游戏中，虽然玩家“身体不在场”，但玩家能够感受到彼此的存在并与之互动，这是一种虚拟的共在仪式。其次，每一局线上游戏都对正式参与的玩家与非玩家设置了进入的界限。游戏行为自古以来就具有划定特定区域界限的活动特征。赫伊津哈在阐述游戏的基本特征时就指出，游戏具有隔离性。游戏是在特定的时间地点范围内进行的，游戏自有其进程和意义。<sup>[9](11)</sup> 此外，在文化上，线上游戏作为一个充满亚文化的符号世界，为了保证亚文化的风格与纯度，不同游戏组织会设置用户进入的身份符号界限。这种界限既是一种亚文化资本的区隔机制又是身份符号的认同机制。巴斯从群内与群外的差异区分角度强调了设置边界在族群认同中的重要建构作用。他认为，族群认同是在互动的过程中产生强化的，群体内与群体外的差异加强了群体内的一致性，我们应该关注社群认同的文化边界而非地理边界。<sup>[16]</sup>

另一方面，线上游戏互动过程中伴随着相互关注与情感连带的情感符号生成机制。线上游戏是代入感很强的娱乐媒介，需要游戏玩家全程专注于游戏世界中。玩家在游戏过程中将注意力集中在共同的游戏进程上，并通过与游戏和其他玩家的及时交互产生彼此的共同关注。同时，在游戏过程中，游戏玩家之间、游戏玩家与游戏内容之间进行着多重互动，体验着有节奏的情感连带。这种游戏活动中的相互关注与情感连带机制相互影响、相互强化，给游戏玩家带来紧张刺激的情感体验。

#### （二）互动仪式是玩家进行社会互动与情感交往的内在机制

在外人眼中，游戏玩家是内向孤僻的御宅族形象。而实际上，游戏玩家与普通人一样具有社会交往的需要，只不过他们交友的圈子与非游戏玩家的圈子不同而已。张玉佩（2009）研究发现，游戏玩家



间的同侪互动是线上游戏行为的主要形式。并且，玩家会对游戏世界和生活世界有自己的认知与反身性思考，能够在生活端和游戏端进行调节。<sup>[17]</sup>因此，游戏玩家并不是被动的游戏消费对象。林宛望、张昕之（2012）在对香港“御宅族”的网络行为研究后发现，御宅族并非是与社会隔绝的群体，他们对于 ACG 文化的狂热，充分展现在网络媒体与现实生活中的资讯交流、知识分享与贡献中。<sup>[18]</sup> Kowert, R 等人（2014）也澄清了游戏玩家的刻板印象，认为线上游戏玩家的实际形象其实并不是我们通常认为的不善交际、不受欢迎的形象。<sup>[19]</sup>

笔者根据观察发现，线上游戏社群与玩家组织其实是一个互动性极强的社会关系网络。玩家在其中不仅有关于游戏内容的互动，还有许多一般的网络交往行为，如线上聊天、直播表演、资讯分享等。一些情感关系较好的玩家社群组织还会组织线下活动，拓展了玩家之间情感联系的互动仪式链条。这种线下的社交活动被游戏玩家称为“面基”（offline meeting），即面见基友，指网友、游戏玩家之间的线下社交活动。由于很多互称“基友”的游戏玩家往往相隔很远，通常只能在网上相互交流，因此，一旦有机会在现实生活中见面，他们是绝对不会放过这样的社交机会的。笔者曾参加过游戏玩家组织的线下“面基”活动，发现参加“面基”的玩家通常用玩家在游戏名称或 ID 称呼对方，而很少用真实姓名。“面基”活动通常以聚会吃饭、K 歌、玩桌游等社交活动为主。可见，游戏对于玩家来说虽然是一种个人化的娱乐体验，但是通过线上大规模的游戏玩家互动，游戏将个体推入了一种多元的社会交往体系之中。游戏玩家在社会关系适应方面并不是我们通常认为的不善交际的御宅族形象，他们在网络社会中也具有自身的社交乐趣。

### （三）身份认同与情感归属：玩家通过游戏互动仪式获得身份认同与情感归属

线上游戏帮助具有共同爱好的游戏玩家找到了身份认同的情感归属。玩线上游戏是一种基于兴趣爱好的娱乐行为，游戏玩家通过游戏找到与自己志同道合的朋友，形成了以特定游戏作为身份符号的游戏爱好者社群。成功的游戏能够让游戏玩家获得一种成员身份感的文化认同与情感归属。获得情感归属的游戏玩家会自发地形成以游戏为中心符号的社会关系组织，并自发地经营和维护这一文化符号与情感归属。赫伊津哈研究指出，游戏往往促进社群的形成，游戏社群往往笼罩着神秘的气氛，即使游戏结束之后，这些游戏的社群往往也能成为永久性的社群。<sup>[11](13-14)</sup> 这些游戏玩家社群是以游戏爱好为纽带形成的情感文化共同体，玩家通过各种文化认同的社群互动仪式活动增进对游戏社群的组织认同，进而形成社群归属感与凝聚力。笔者曾在 2015 年 7 月对《仙剑奇侠传》游戏 20 周年庆典仪式活动进行了参与式观察研究发现，全国各地的仙剑游戏迷会以地方后援会组织的形式组团参加游戏庆典仪式。各地游戏后援会是当地游戏玩家的身份归属社群，每个后援会都有自己的管理人员与游戏粉丝成员。庆典仪式活动现场，各地后援会管理人员会高举代表自己后援会的显著符号（如招牌、横幅、旗帜等），召集后援会成员进行集会并举行相应的活动。

此外，拥有相应社群成员身份符号的人能够获得该社群的社会资源与权力。游戏成员身份符号是进入该游戏圈的准入条件，也是游戏玩家在游戏圈进行互动交往的社会资本。社会资本理论认为：“社会资本是嵌入社会结构之中使社会行动得以实现的资源。”<sup>[20]</sup> 一个人如果想要获得更多的社会资源，就需要将自己嵌入到相应的社会结构之中。而成功嵌入的标志之一就是获得了相应社会圈子的成员身份。通过获得游戏圈子的成员身份符号，游戏玩家能够获得该社群内的权力与资源。笔者在参与《仙剑奇侠传》20 周年庆典仪式现场观察时发现，只有拥有“仙剑后援会成员”的身份符号的游戏玩家，才能够免费获得游戏庆典晚会的准入门票，这是该游戏圈以外的人所不能获得的福利资源，也体现了互动

仪式具有排斥局外人的符号界限。并且，获得门票的游戏玩家还可以凭券参加游戏周边纪念品的抽奖活动（见图 3）。

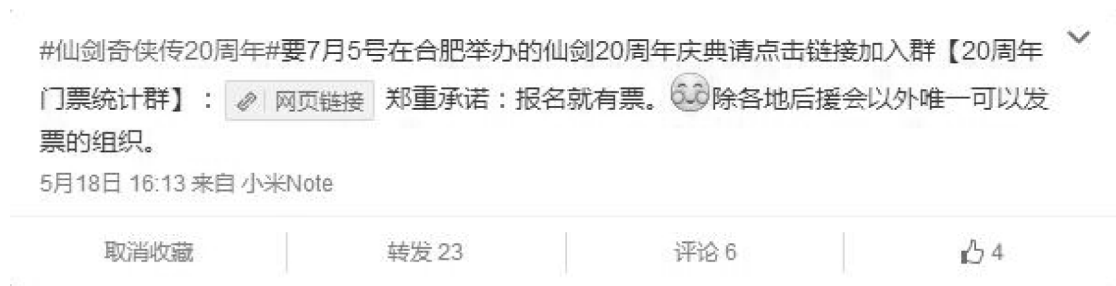


图 3 仙剑奇侠传官方微博公布的 20 周年庆典晚会门票福利公告

#### （四）情感能量与权力：沉浸游戏是追求情感能量最大化的表现

长期以来，线上游戏一直被污名化为“电子海洛因”，游戏玩家也被当作瘾君子而饱受社会偏见。线上游戏这种娱乐活动长期处在这样一种尴尬境地。

根据互动仪式市场理论，个体往往趋向于获得情感能量更高的互动情境。因此，个体行为就互动仪式而言是理性的。情感能量也成为个体在可选择的互动仪式中做决策的共同标准。<sup>[12] (220)</sup> 因此，无论是物质产品的消费还是精神产品的消费，人们追求的最终目的都是获得情感能量的满足。玩家之所以热衷于游戏世界，更享受游戏互动带来的情感体验，是因为线上游戏这种互动情境给玩家带来了更高的情感能量回报。游戏玩家之所以花时间金钱沉浸在线上游戏世界中，是因为与其他娱乐活动相比，线上游戏能够给他带来更多的情感能量体验。这与音乐迷通过音乐获得情感能量满足、体育迷通过体育活动获得情感能量满足原理相同，情感能量是不同行动领域中的人们进行社会选择的共同标准。因此，对于游戏玩家的娱乐方式选择来说，玩游戏是在情感能量驱动下做出的理性行为，玩游戏并不是不可理解的行为。

此外，社会上一再曝出的网瘾游戏治疗的丑闻也证实了将游戏当作病患的做法是错误的。游戏成瘾是一个社会问题，而非医学问题。所谓的网络成瘾、游戏上瘾、玩物丧志等论断，并非来自科学严谨的事实研究，而是部分专家和公权力针对自己研究范围以外的东西进行评判的个人论点，其依据是个人的价值判断而非客观、公正、可验证、可证伪的理性研究。而专家和公权力的观点能够得到广泛传播，靠的是专家与公权力这一身份所具有的话语权、“晓之以理”相对于“动之以情”带来的智商碾压的错觉，以及不了解游戏的人们对游戏力量的巨大恐慌。<sup>[21]</sup> 因此，这是一场基于话语地位不平等的价值判断而非科学研究的争论，从一开始就注定了游戏与玩家的弱势地位。

## 四、结 语

游戏作为人类文明的原初形态，是社会的缩影，是充满情感交往的符号互动行为。线上游戏作为游戏文化在互联网时代的典型样态，蕴含着人们在网络社会中互动交往的社会情感方式。仪式是动态的符号。仪式行为具有游戏的一切形态特征和基本特征，<sup>[11] (19)</sup> 激发了社会取向的情感，形成和保持了对社会结构与文化承诺的重要力量。本文通过互动仪式链理论的视角，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。对于线上游戏玩家而言，游戏世界不仅仅是简单的自我娱乐方式，而且是他们进行社会交往的文化空间，线上游戏是玩家间社会交往的重要情感纽带。玩家在互动仪式过程中生产了游戏文化符号，分享娱乐体验，建构了志同道合的游戏文

化社群，获得了成员身份认同感与情感能量满足感。他们通过仪式化的社会交往活动促进了社群成员的情感交往与情感团结。因此，在线上游戏成为寻常大众文化的时代，如何透过表面的游戏行为去观察和认识游戏玩家的社会心理及其情感表达，对于我们把握线上游戏及其玩家的情感世界与社会文化结构的变化具有重要意义。

## 参考文献：

- [1] Grodal, T. Video Game and the Pleasures of Control. In D. Zillmann & P. Vorderer (Eds.) *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal* [M]. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000: 197-213.
- [2] [美] Markus Friedl. 在线游戏互动性理论 [M]. 陈宗斌译. 北京: 清华大学出版社, 2006: 40.
- [3] Choi, DS; Kim, J (2004). Why People Continue to Play Online Games: In Search of Critical Design Factors to Increase Customer Loyalty to Online Contents [J]. *Cyberpsychology & Behavior*, 2004, 7 (1): 11-23.
- [4] 黄少华. 网络游戏意识对网络游戏行为的影响 [J]. *新闻与传播研究*, 2009 (1): 59-67.
- [5] [德] 恩斯特·卡西尔. 人论 [M]. 甘阳译. 上海: 上海译文出版社, 1985: 35.
- [6] Crawford, C. *The art of Computer Game Design* [M]. Osborne: McGraw-Hill, 1984: 24-26.
- [7] Leung, L. College Student Motives for Chatting on ICQ [J]. *New Media & Society*, 2001 (4): 483-500.
- [8] Pena, J., Hancock, JT. An Analysis of Socioemotional and Task Communication in Online Multiplayer Video Games [J]. *Communication Research*, 2006, 33 (1): 92-109.
- [9] 刘研. 电子游戏的情感传播研究 [D]. 杭州: 浙江大学, 2014: 1.
- [10] 徐静. 认同、权力、资本: 青少年网络游戏中的情感研究 [D]. 杭州: 浙江大学, 2015: 13-14.
- [11] [荷兰] 约翰·赫伊津哈. 游戏的人: 文化中游戏成分的研究 [M]. 何道宽译. 广州: 花城出版社, 2007: 4.
- [12] [美] 简·麦戈尼格尔. 游戏改变世界——游戏化如何让现实变得更美好 [M]. 闰佳译. 杭州: 浙江人民出版社, 2012.
- [13] [美] A. N. 怀特海. 宗教的形成·符号的意义及效果 [M]. 周邦宪译. 贵阳: 贵州人民出版社, 2007.
- [14] 袁光锋. 互联网空间中的“情感”与诠释社群——理解互联网中的“情感”政治 [J]. *中国网络传播研究*, 2014 (8): 90-93.
- [15] [美] 兰德尔·柯林斯. 互动仪式链 [M]. 林聚任, 王丽君译. 北京: 商务印书馆, 2009: 36.
- [16] Fredrik Barth. *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference* [M]. Boston MA: Little Brown and Company, 1969: 14.
- [17] 张玉佩. 游戏、人生: 从线上游戏玩家探讨网路世界与日常生活的结合 [J]. *新闻学研究*, 2009 (1): 25-28.
- [18] 林宛董, 张昕之. “隐形少年” 现形记: 香港御宅族网际网路使用与社会资本建构初探 [J]. *新闻学研究*, 2012 (112): 233-270.
- [19] R Kowert, R Festl, T Quandt. Unpopular, Overweight, and Socially Inept: Reconsidering the Stereotype of Online Gamers [J]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2014, 17 (3): 141.
- [20] 郑志龙. 社会资本与政府反贫困治理策略 [J]. *中国人民大学学报*, 2007 (6): 58-65.
- [21] 刘梦霏. 如果电脑游戏是门学问, 那么读完这 20 本书就是博导了 [EB/OL]. 澎湃新闻: [http://m.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1294382](http://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_1294382), 2015-01-16.

## **Research on the Emotional Communication Mechanisms of Interactions in the Online Gaming Community**

Zhuge Dawei

Online gaming is a typical emotional communication medium, characterized by passionate and dedicated users. In the Internet era, online gaming, previously practiced by a small number of people, is becoming an increasingly common form of entertainment. The personal emotions of online gamers are becoming a force used to promote the development of the online gaming industry. The circumstances of online gaming have quietly changed. As a result, researching the emotional communication mechanisms of online gaming is useful for analyzing the communication rules behind online gaming culture. In this article, I use the Interaction Ritual Chains Theory, one of the theories of emotional communication, to study the communication mechanisms of online gaming, in order to provide a useful exploration for understanding online gaming and its players.