# 设计体验的游戏特征研究

江小浦[1]，曹海波[1]，胡书可[2]
（1.南昌大学，南昌 330031；2.江西建设职业技术学院，南昌 330200）

**摘要：目的** 分析游戏产生乐趣的机制，研究出适用于现代设计体验的游戏特征。**方法** 以游戏的元素和机制为基础，对人们的乐趣分类研究，分析游戏是如何满足不同层次消费者的精神需求的，对其中游戏的元素和机制不断产生乐趣的原理进行分析。**结论** 游戏作为人们日常消遣和娱乐的方式之一，用户在游戏互动体验中更容易操作，娱乐交互的效果更好，游戏带来的情感化、娱乐化体验让用户更加主动地参与。游戏的使用者和设计的体验者具有一致性——人，人们产生乐趣的方式也具有共同性，并且随着人们精神需求的不断提高，现代设计体验已经无法满足，可以借鉴其中部分产生乐趣的方法，运用于设计之中。通过对游戏产生乐趣机制的研究，将现代设计体验提升到一个新的层次。

**关键词：**用户体验；情感体验；娱乐化体验；游戏特征
**中图分类号：**TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2019)22-0024-04
**DOI：**10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.22.004

## Game Characteristics of Design Experience

*JIANG Xiao-pu*[1], *CAO Hai-bo*[1], *HU Shu-ke*[2]
(1.Nanchang University, Nanchang 330031, China; 2.Jiangxi College of Construction, Nanchang 330200, China)

**ABSTRACT:** It analyzes the mechanism of game fun, and studies the game characteristics suitable for modern design experience. Based on the elements and mechanisms of the game, this paper classifies people's fun, analyzes how the game meets the spiritual needs of consumers at different levels, and analyzes the principle that the elements and mechanisms of the game constantly produce fun. It is concluded that game, as one of the ways of People's Daily recreation and entertainment, is easier for users to operate in the interactive experience of game, and the effect of entertainment interaction is better. Game brings more emotional and entertaining experience to make users more active participation. Users of games and experience-makers of design are consistent -- people and the way people generate fun are also common. Besides, with the continuous improvement of people's spiritual needs, modern design experience can no longer be satisfied. Therefore, we can learn from some of the methods of generating fun and apply them in design. Through the study of the fun mechanism of games, the modern design experience is promoted to a new level.

**KEY WORDS:** user experience; emotional experience; entertainment experience; game features

工业革命带来的机器大生产促成了现代设计的产生，而现代设计及其受众因社会经济文化的大变革又出现了变化，设计中用户体验的缺失现象由此产生，并且普遍存在于设计的各个领域。当今社会经济文化快速发展，工业产品的大批量生产模式也使得设计师从完整的设计过程中脱离出来，成为单纯意义的设计师，与市场、受众的联系弱化，设计师不了解用户的实际需求盲目设计的比比皆是，受众群体的需求得不到满足的现象频频出现，在设计实践中，设计师应该更加关注受众的不同特点以及作品本身所蕴涵的深层次含义，设计出符合受众使用环境的、能够让用户产生特定用户体验的产品。

一件优秀的设计产品应该是以人为核心目标来进行设计的，强调在满足人的基本物质需求的同时满

**收稿日期：**2019-07-01
**作者简介：**江小浦（1974—），男，江西人，硕士，南昌大学副教授，主要从事工业设计理论及应用方面的研究。
**通信作者：**胡书可（1982—），女，江西人，硕士，江西建设职业技术学院讲师，主要从事设计艺术理论及应用方面的研究。

足精神需求[1]。在现代设计中，设计师还是只在关注人们的基本物质需求，对于满足人们更高层次的精神需求则比较缺乏，因此，如何使设计的产品更加有趣、吸引用户、产生独特的用户体验显得尤为重要。

## 1　现代设计中用户体验缺失的表现

在现代设计中，由于设计师的盲目设计，不关注人们的真实需求，导致用户体验缺失的现象普遍存在。以下将分为视觉传达设计、环境设计和产品设计 3 大类，分别就其中用户体验缺失的现象进行论述。

第一，视觉传达领域。视觉传达设计是指利用视觉图像进行信息传达的设计，以信息传达为目的，主要符号是视觉图像[2]。从定义中可以知道：信息的传达是视觉传达的主要目的，设计师要通过一定的设计手法将自己脑中的想法和构思展现出来，传达给受众。受众首先要能够接受到设计师所表现出来的图像信息，其次需要能够理解设计师在其中所蕴涵的设计构思和其想法。在这一信息传达的过程中，设计师需要了解受众对设计的认知程度，如果设计师高估了受众的设计认知程度，受众将不能理解设计师的设计构思和想法，从而产生困惑，降低用户体验；如果设计师低估了受众的设计认知程度，那么设计师设计出的产品将不能达到受众所需要的精神层面的需求，最终也将降低用户体验。现代的视觉传达设计追求时尚元素，过度的包装使得传达信息这一基本核心诉求也成为了难题。设计定义模糊、文不对题的设计随处可见，设计师虽然考虑了整个作品的构图、排版和色彩等外在因素，但是忽略了受众最为关心的内在需求——对作品意义的表达。例如生活中处处可见的商户宣传广告作品，只追求产品效果的表达或者使用新奇夸张的表现手法，实际内容与所表达的内容之间存在巨大差异，这样的视觉传达作品常常使用户感到困惑和被欺骗感，更不存在满足用户的情感体验。

第二，环境设计领域。环境设计是指对人类生存空间的设计，是为了居住环境的设计[3]。现代人类多数脱离了第一自然，生活在第三自然，即人造环境，因此，环境设计与人类日常生活密切相关，不管是室内设计还是室外设计，对人类生存都显得尤为重要。但是在现代环境设计中，类似诺曼门的反人类设计比比皆是，例如城市繁华的商业区门店不知是推是拉，导致用户与门发生碰撞；地铁口的设置比较偏僻或者距离很近的地方设置较多地铁口，造成人们在短时间内无法达到或者社会资源浪费等问题；又或者是大量不合理的景观树的栽种，给垃圾清扫人员造成困难。人们生活的环境因为这些不考虑人类体验的设计而显得沮丧、疑惑。

第三，产品设计。产品设计是指对产品的造型、结构和功能等方面的综合设计[4]。相比较视觉传达设计和环境设计，产品设计与日常生活更为贴近，产品设计往小的涉及可以是缝衣服的针、牙签，往大的涉及可以是飞机、火箭等等。日常生活离不开产品设计，因此，产品设计更需要考虑用户的体验和感受。日常生活中的很多产品在第一次使用时会因为不清楚使用流程而产生挫败感。例如，在学生时代大多会经历这样的事情，老师在上课前让你把投影仪提前打开，方便上课直接使用，但是你第一次使用这个产品，并不清楚它的使用流程，而且下面会有很多同学看着你，你会更加紧张，最后只能脸红地坐回原位。虽然投影仪这个产品看似很简单，但是对于第一次使用的人来说，他不清楚要怎么连接插口，怎么调整投影的距离、角度等。之所以会产生这样的现象首先就是产品的可视化程度低，再一个就是整个产品缺乏引导用户的一个过程去让用户了解产品本身，所以产生这样的现象是必然的。随后所导致的用户体验可想而知也是不尽人意，如果不是生活必需品可能会导致用户不再购买此类产品。

## 2　游戏中产生良好用户体验的机制

游戏可以刺激大脑产生多巴胺，让用户产生放松、心情愉悦的感觉，使得用户更加主动地去参与其中[5]。游戏之所以能让用户自主地投入其中，是因为游戏本身就是一个乐趣的承载体，再一个就是因为游戏其中的构成元素和机制在诱发用户不断地产生新的愉悦感和成就感。

### 2.1　游戏的乐趣

游戏设计师将乐趣划分为 3 种，分别是简单乐趣、困难乐趣、社交乐趣和严肃乐趣。简单乐趣，简而言之就是比较容易、轻松随意就可以获得的乐趣。比如在游戏中往往除了做任务、组队挑战副本以外，还会设有一些休闲的娱乐项目，比如钓鱼、挖宝、聊天、建造属于自己的房子等，这些比较容易实现的、放松身心的就是简单乐趣。困难乐趣就是人们经历了重重困难、来之不易而获得的乐趣。在游戏中通过困难的副本、杀掉较强的怪物时都可以获得这种乐趣，并且在挑战的过程中也是充满了乐趣。第三种是社交趣味，这种趣味就是通过与他人互动带来乐趣。例如在游戏中与好友组队挑战副本、微信运动中的步数排行等都属于这一乐趣范围，通过在游戏中与好友协作、互相沟通，在增加感情的同时，也会被他人所认可。最后是严肃乐趣，这一乐趣是通过人们自我价值的实现来获得，例如环保、慈善等。支付宝中的蚂蚁森林就是应用这样一原理，将人们消费所产生的金额兑换成不同的能量，达到一定的数额就可以在沙漠中栽种一颗真实存在的树木。这一激励机制会使得用户更加积极地去消费，但是在消费的同时也会获得高尚的情操，赋予这一活动严肃乐趣[6]。

### 2.2 内在动机与外在动机

行为心理学家通过实验发现，人们的行为可以受到一些外在动机的影响而发生改变，例如人们受到奖励或者惩罚时，他们的行为与之前大不同。例如巴普洛夫的条件反射实验中所验证的现象，对人或者动物给予一定的奖励或者惩罚，那么他们将作出与之前完全不同的行为。在游戏的元素和机制的设计中，也有应用这一理论，例如玩家在闯关过程中，杀掉怪物会给予装备，而装备又分为普通、稀有、史诗、传说等，不同装备的稀有程度吸引玩家自主参与游戏当中。

除了以上奖励或者惩罚等外在动机，自我产生的内在动机也具有一定的激励作用，在某些特定的情况下内在动机可能比外在动机更加容易被用户所接受，持续的时间会更长。内在动机分为能力感、关系感和自主感 3 个方面。能力感是人们在处理问题、克服困难的过程中展现个人能力时获得的成就感。这种内在动机在日常生活中是最为常见的，人们喜欢去挑战一般人不容易做到的事情，即使挑战本身没有实质的奖励，但是还是会有许多人会自主地参与。关系感是指人们处在人类社会与他人交流或者肢体接触而产生的联系感。自主感是指人们对于自身各方面的调节与掌控的需求。内在动机与外在动机的不同之处在于内在动机是自发而生的，在一定的条件下会产生强大的动力[7]。例如现在许多人更加注重健身，但是健身本身是一件需要坚持和努力的事情，很多人都在中途放弃了，而 keep 软件就对人们的内在动机和外在动机进行分析，将徽章、排行、社交等游戏元素进行引进，在运动的同时可以在网上社区进行沟通，在无形中相互监督，并设置有徽章和排行让人们在竞争中自主地完成运动这一事件。

### 2.3 游戏的元素和机制

在游戏中通常会设置一些吸引玩家的机制和元素，让用户不至于在接触游戏不久后就放弃游戏，最常见的保证玩家动力的方式是设置分数、排行榜和徽章等机制，分数在游戏中的体现为玩家角色的功力值、武器的伤害值高低，这些是给玩家最直接的表现，表示玩家目前在游戏中所处地位或者是任务达到某个目标的进度。徽章是玩家在游戏中存在地位的最直接证明，体现了玩家在游戏中所经历的事件和所达的成就。这一机制在生活中也随处可见，例如幼儿园时期，小朋友表现优异就会颁发一朵大红花。排行榜是玩家观看自己与其他玩家差距最直接的工具，通过不断与其他用户比较，使玩家不断提升，在提升的过程中还可以激发用户的社交乐趣，彼此之间互相交流经验，这样的竞争元素也在不断刺激用户持续投入。

除了以上这些常用的元素以外，像等级、关卡、收集、任务、奖励、人物、头像等等也是在游戏设计中常用的元素，通过将这些元素进行适当的排列组合来达到预期效果，确保可以激发玩家的兴趣、产生游戏的乐趣。并且整个流程都是玩家自主参与，获得良好的游戏体验。从被游戏吸引，再到被游戏中的元素和机制产生不断的乐趣，这也是现代设计所需要学习的地方。在文章前部分叙述了现代设计体验的一些不足之处，通过对游戏是如何给用户产生乐趣的分析，可以借鉴其中部分方法与设计相结合，在设计的同时考虑设计的乐趣性，使用户产生新的用户体验[8]。

## 3 将游戏元素与机制应用到现代设计中

为了让现代设计体验达到一个更高的水平，人们需要从其他优秀的领域或者行业进行借鉴。从上文的分析中可以看出：游戏的元素和机制的运用中有许多可以借鉴的方法，例如在设计中可以加入挑战、惊喜的游戏元素，让用户在体验中更加积极主动地参与，并且从中获得乐趣，以此达到新的用户体验[9]。这里总结了以下提升设计体验的方法。

### 3.1 确定设计目标

在设计过程中首先需要确定一个目标，例如游戏在设计的开始阶段会设想这款游戏要满足玩家的审美需求、娱乐需求还有易于操作的需求。在设计中也同样需要确定这样的设计目标，在设计开始阶段确定目标，首先是满足用户基本功能的需求，其次尽可能地去提升用户体验，而不是盲目地模仿游戏的特征，最终达到的目标是在满足用户功能需求的层次上满足精神需求。借鉴游戏元素和机制主要有以下几点：第一是引导用户，借鉴游戏的操作流程是引导用户体验产品、了解产品和使用产品的极佳手段，通过将产品的使用流程进行步骤化、碎片化，利用阶段性方式吸引用户参与体验；第二是提升用户参与度，例如“微博签到”、“H5 小游戏”等，这些游戏能够简单有效地提升用户参与度[10]；第三是维持用户忠诚度，例如会员等级系统、积分兑换系统等可以保持用户在未来的一段时间里持续使用，而不是突发性地短暂使用。

### 3.2 确定用户群体

确定用户群体有利于研究设计的侧重方向，不同的用户群体对于设计有着不同的需求。只有将用户群体进行区分，才能准确了解每个类别的用户喜好和特点。通过前期的用户调研、建立角色模型，可以让人们更好地了解用户，从而针对不同类别的用户群体设计相应的、具有游戏乐趣的产品。游戏设计师将游戏用户划分为 4 种，分别是成就者、探索者、社交者以及杀手。比如为成就者群体设计，就要考虑到成就者的内心需求和这类群体想要体验的是荣誉感，那么就可以为这类群体设计徽章和积分系统，以此来满足用户内心需求，达到良好的用户体验。以此类推，可以为社交者用户群体设计评论、互动等系统，为探索者

用户群体设计模块化系统，让用户不断探索。

### 3.3　确定激励机制

激励机制对于游戏来说是至关重要的，没有激励机制玩家就不会对游戏抱有持久的动力，这些激励机制不仅会让用户不断去挖掘游戏，而且还会让用户产生能力感和自主感，从而提升用户体验感。在现代设计中也可以将这一机制加入其中，让用户更好地参与和体验设计。但需要控制好内在动机与外在动机的平衡，不能过分强调物质奖励，在一些产品或者建筑物的设计中，物质奖励机制更是难以实现，因此挖掘用户内心深层的内在动机，满足用户真实的需求是人们确定激励机制的关键[11]。

### 3.4　产生有效的乐趣体验

现代设计给人的体验与游戏还是有些许差别，人们不能机械地应用在设计中，需要理解游戏中元素与机制是如何发挥作用的，以及给人们产生乐趣的关键点。通过分析发现人们喜爱游戏中的谜题、挑战等乐趣，因此在设计中可以考虑增加产品的乐趣体验，将谜题、挑战、惊喜等元素合理安排在各个环节中。其次，沉浸式的体验也是保障用户产生乐趣体验的关键，一旦在设计中使用了徽章系统或者其他元素，那么在产品功能的所有环节都需要设置，帮助用户进入到沉浸式体验中。最后，视觉设计对用户的体验也是相当重要的，图案相对于文字更加容易理解，能更直接表达内容，使用户产生轻松愉快的氛围。

## 4　结语

通过对游戏的元素和机制等方面的分析和研究，发现其中有许多方法可以借鉴和学习。游戏使用者和设计的使用者具有统一性——人，游戏带给人愉快体验的方式是可以应用到设计中的，但是需要辩证地去看待这一方法，不能机械地应用，需要了解用户，确定功能，从而进行系统地设计。综上所述，游戏产生乐趣的机制原理在设计中可以辩证地去借鉴使用，并且在提升设计体验这一方面是值得系统分析和研究的。人们借鉴的是游戏中产生乐趣的方法和技巧，提升设计体验。同时，要以人为设计中心，注重人们的真实需求，避免盲目设计，最终提升现代设计体验。

**参考文献：**


[1] 庞忠仁. 设计搭台，人文唱戏——论人文精神对现代设计的影响[J]. 艺术科技, 2019, 32(12): 140-141.
PANG Zhong-ren. Design Stage, Humanity Sing Opera: On the Influence of Humanistic Spirit on Modern Design[J]. In Science and Technology, 2019, 32(12): 140-141.

[2] 张立阳. 设计心理学[M]. 上海：上海交通大学出版社, 2016.
ZHANG Li-yang. Design Psychology[M]. Shanghai: Shanghai Jiaotong University Press, 2016.

[3] 武一杰. 浅析传统“家”文化在居住环境设计中的运用[J/OL]. (2019-10-16) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.5127.tb.20191015.1502.038.html.
WU Yi-jie. On the Application of Traditional "Home" Culture in Residential Environment Design[J/OL]. (2019-10-16) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.5127.tb.20191015.1502.038.html.

[4] 王怡人. 人性化理念在工业产品设计中的运用[J]. 农家参谋, 2019(20): 209.
WANG Yi-ren. The Application of Humanized Concept in Industrial Product Design[J]. Peasant staff, 2019(20): 209.

[5] 张枝实. 游戏化学习的发展趋势和应用研究[J/OL]. (2019-9-27) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/41.1326.z.20190927.1940.008.html.
ZHANG Zhi-shi. Research on the Development Trend and Application of Game Learning[J/OL]. (2019-9-27) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/41.1326.z.20190927.1940.008.html.

[6] 陈玮文. 手机游戏中情感化交互设计研究——以游戏《Florence》为例[J]. 设计, 2019, 32(11): 31-33.
CHEN Wei-wen. Research on Emotional Interaction Design in Mobile Games: Take the Game "Florence", for Example[J]. Design, 2019, 32(11): 31-33.

[7] 徐颖. 手机游戏交互界面的用户体验研究——针对女性用户[J/OL]. (2019-9-23) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.5127.tb.20190923.1315.026.html.
XU Ying. Research on User Experience of Mobile Game Interactive Interface: Targeted at Women[J/OL]. (2019-9-23) [2019-10-17]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.5127.tb.20190923.1315.026.html.

[8] 李莉. 基于人机功效学的孤独症儿童游戏场地及设施设计[J]. 包装工程, 2019, 40(12): 201-204.
LI Li. Design of Playground and Facilities for Autistic Children Based on Ergonomics[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(12): 201-204.

[9] 黄雯祺. 试析后现代主义设计风格在游戏设计中的体现[J]. 设计, 2019, 32(13): 29-31.
HUANG Wen-qi. The Embodiment of Postmodern Design Style in Game Design[J]. Design, 2019, 32(13): 29-31.

[10] 胡方超. 游戏中的交互设计应用[J]. 大众文艺, 2019(15): 59-60.
HU Fang-chao. Interactive Design Applications in Games[J]. The Mass of Literature and Art, 2019(15): 59-60.

[11] 李超. 物质主义下的“适度设计”之思辨[J]. 设计, 2019, 32(15): 84-85.
LI Chao. Discussion on "Appropriate Design" Under Materialism[J]. Design, 2019, 32(15): 84-85.