

游戏特征的设计表达

姜卿卿, 陈绘

(东南大学, 南京 211189)

摘要: **目的** 分析设计体验与游戏特征之间的联系, 以及设计体验中游戏特征所蕴含的文化内涵和游戏精神在设计中的表现方法。**方法** 以人的情感体验与物质需求的有效联系为基础, 对人类产品体验方面的有效反应和产品表现形式进行分类研究。以游戏特征在现代设计中的表现方法为主进行研究。**结果** 设计是在游戏中作为游戏而产生和发展起来的, 设计体验的游戏特征为更好地设计提供了方法和途径。**结论** 通过分析体验性设计 and 使用者感受, 可以得出设计固有的游戏特性, 这是现代设计和满足用户需求的突破口, 游戏特征可以探寻人类心灵最深处的情感追求。通过设计体验的游戏特征可以把控使用者的心理情感, 从而减少设计体验的失败几率。

关键词: 情感体验; 游戏特征; 精神文化; 3D 虚拟场景设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)22-0050-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.22.009

Design Expression of Game Features

JIANG Qing-qing, CHEN Hui

(Southeast University, Nanjing 211189, China)

ABSTRACT: The paper aims to analyze the connection between the design experience and the game features, the cultural connotation of the game features in the design experience and the performance of the game spirit in design. Based on the effective connection between human emotional experience and material needs, it was classified and studied through the effective response of human product experience and product expression. The research was based on the representation of game features in modern design. Design was generated and developed as a game in the game. The game features of the design experience provided more practical ways and means for better design. By analyzing the popular experiential design and user experience, we can draw the inherent game characteristics of the design as a successful breakthrough for modern design and satisfying users' needs. The game features can help to explore the deepest emotional pursuit of the human mind. Designing the game features of the experience can control the user's psychological emotions, and thus reduce the probability of failure of the design experience.

KEY WORDS: emotional experience; game features; spiritual culture; 3D virtual scene design

社会正由生产型社会转化为消费性社会, 使用者对于商品的体验已经由过去简单的物质崇拜转化为情感体验的崇拜, 从重视商品的功能性转为重视其娱乐性。随着社会的高速发展, 包装设计不仅对商品进行包装与装饰, 而且越来越关注设计中的人性化和情感化设计^[1]。在未来的社会中, 人们越来越习惯通过

“非语言”的方式来进行自我满足和沟通, 设计的体验感不仅是使用者感受商品使用价值的过程, 而且是使用者区分兴趣、爱好和构建交互关系的过程。人类的设计活动是按照理想和需要进行的, 而理想和需要又是不断发展的, 因此, 人类的设计活动是永无止境的^[2]。在娱乐文化的主导下, 在人与物的关系中, 人

收稿日期: 2019-09-01

基金项目: 南京市科技计划项目 (201727002)

作者简介: 姜卿卿 (1994—), 女, 山东人, 东南大学硕士生, 主攻视觉设计。

通信作者: 陈绘 (1971—), 女, 四川人, 博士, 东南大学副教授, 主要研究方向为设计理论与实践、视觉设计。

们将注意力聚焦在设计本身的游戏体验上,强调以人为本的精神。设计与游戏相伴而生,设计体验的游戏特征是人们创造力的证明,是人们生产、生活的附属品。因此,在未来社会中设计的重点应从技术型文化转向多元的情感体验,即游戏性特征。

1 设计与游戏的关系

人的游戏可以是相对独立的身体或精神,也可以是身心统一的自由活动,而美的艺术作为游戏,是最高层次的精神游戏^[3]。人类心中一直存在着一种游戏情节,一种追求洒脱的心境。在西方,古希腊与古罗马人将制造器物看作是一种游戏体验,他们崇尚民主与武力,却也把民主与武力看作是一种使人精神自由的工具。苏格拉底将美和功用联系起来,认为美是人类必须要获得的一种设计体验,而游戏便是一切情感体验的最高层次。柏拉图认为“美、善、真”三位一体,三者概括了人类生命的最高价值,人类自由的体验是处于这三层之上的。柏拉图还认为人的创造活动本身就是一种游戏,是使人身心愉悦的一种方式,西塞罗更是把这种观点运用于艺术和设计之中。因此,古希腊时期的器物传递出的精神最为洒脱、自由。古希腊神庙见图1。在中国古代汉语中,设计解释为经营和造物,经营是古代建筑中一个极为重要的概念,是对自然的情感崇拜和依存。孔夫子曾说“游于艺”,指的便是艺术设计上追求自由、洒脱,以及心灵上没有牵绊的状态。古代圣人对于艺术的洒脱境界的看法是一致的,苏轼在《前赤壁赋》中表达了“挟飞仙以遨游,抱明月而长终”的美好愿望,他将自己比喻为飞仙,由真境上升为神境,遨游于天地之间。

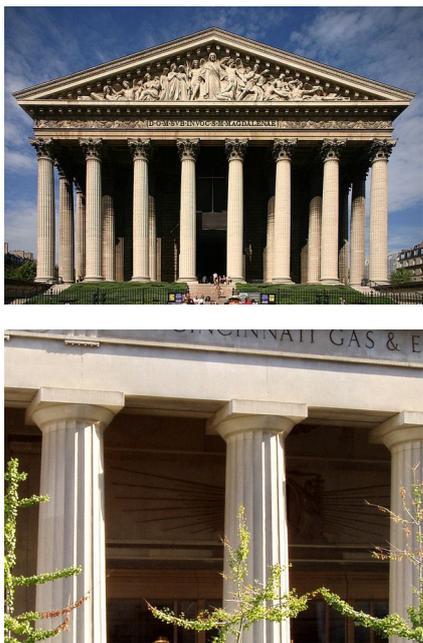


图1 古希腊神庙
Fig.1 Ancient Greek temple

精神的愉悦逐渐代替物质的渴求成为后现代主义设计追寻的最终目标。心理学家弗洛伊德认为,设计是一种具有符号性、社会性的精神游戏。人同美只应是游戏,人只应同美游戏^[4]。游戏的本质,即精神自由对人的作用。进入工业文明之后,游戏特征下的设计体验承担起了延续人类造物艺术的使命。后现代主义社会以后,人们对于心灵上的满足和精神的渴求成为了设计的主要内容。人类在不断进化之后,最终还是舍弃了一切的“身外之物”,从人类的原始欲望来看,重视游戏般的心理体验、追求虚拟空间的想象,是万物之初最根本的需求。

2 设计体验的精神文化

张道一认为设计是一种综合类的艺术。在原始时期,人最初的创造意识,是作为人造物使人和人、人和器物、人和自然之间产生情感交流。这种最原始的精神文化不仅能够创作出具有实用功能的器物,而且对人的精神产生了深远的影响。设计体验中被称为趣味的特征,作为快乐和美感相结合的形式,已经孕育出高级的游戏特征。

随着生产力的不断提高,社会分工也越来越复杂,精神文化即本元文化也由一元转化为多元。作为最早的文化形态,设计体验的游戏特征包含了物质文化和精神文化,并在不同的时代中体现了各自的优势和特色。例如,神秘粗犷的甲骨文、青铜器;华丽高贵的秦汉工艺品;瑰丽典雅的唐汉服饰;清淡雅致的宋代瓷器;誉满天下的明代苏绣;多彩艳丽的清代铜胎、掐丝珐琅彩。宋代瓷器见图2。回顾中华千年的造物历程,众多设计品以趣味、灵动的方式,展现出了中国古代的造物艺术与精神文化,在它们的样式和结构中蕴藏着深刻的趣味形式,这些趣味往往反映了各个时期不同的民族风情。而它们具有的游戏特征,表现出了其精神意识和生活情调^[5]。设计体验在形式和功能上的游戏性特征是由精神文化所繁衍的。



图2 宋代瓷器
Fig.2 Porcelain of Song dynasty

在进入后现代社会后,设计更加注重在精神文化上的表达。设计体验的游戏特征表现为虚拟娱乐

与设计相结合,将生理领域体验的“乐”渗透到精神领域体验当中,让使用者或体验者在虚拟的环境中进行主动探索,目的是实现现实与虚拟、物资和精神的融合。这表明人们越来越回归本源,追求人性最深处的游戏精神。人们的体验越来越倾向于“羞答答的臣服及无可奈何的嬗变^[6]”。如今,人们更加重视对设计体验的心理性、社会性、文化性和环境性的诉求,并希望使用的产品能够填补现代文明所带来的精神上的孤单和落寞。例如,感性消费与感性设计的出现,是人们向往更高级的产品体验的体现。人们开始重视个性的独立、商品的游戏价值及情感的意义,从对设计产品的物质崇拜转变为对设计体验感的崇拜。因此,设计不仅要满足人的精神渴求,而且要考虑游戏特征的表达。

3 游戏特征在设计中的表达

3.1 游戏特征在古代设计中的表达

“形而上者谓之道,形而下者谓之器^[7]。”设计产品不仅是一种形式,而且是一种文化素养和精神面貌。例如,在中国风水学中,需要对建筑选址、通风、排水等居住环境进行综合勘察和选择。设计中应该顺应地势,巧借自然,反对过分雕饰。这样可以拉近游园者与造园工匠之间的距离,使园林设计更加重视经营和造物体验。人的生命运动、情感体验都属于宇宙自然的一部分。西方的造园设计崇尚几何化及理性至上,建筑设计和造园设计都在寻求几何美或是黄金比例。

在中国古代的造物设计中,出土于汉代的七子奁是一个最有趣的例子,大盒中可收纳多个精致的小盒,各个小盒形状不同、大小各异,汉代漆器七子奁盒见图3。正是这种类似于“捉迷藏”的趣味设计,使得手工业时期的设计体验更加追求游戏特征。这一特征也体现在西方哥特式教堂的设计上,因为镂空雕琢的方式造成墙壁留白少,所以创造了镶嵌式的彩色玻璃窗。在阳光的照射下,教堂轮廓与彩色玻璃相互映衬,使人们在教堂内部体验到动态光效的乐趣。哥



图3 汉代漆器七子奁盒

Fig.3 Lacquer ware seven boxes of Han dynasty

特式建筑设计以其巧妙的构思,充分实现了教堂功能的同时也显示出了游戏特征——追求神秘和生命的本源,就是设计体验的最终目标。哥特式教堂高耸的塔尖暗藏着设计者无穷的想象力和自由的情感。从远古时期到现代文明,人们从来没有停止过对造物的思考^[8]。可以说人们从出生就已经开始了对游戏的追寻,而服务于人的造物技术便在游戏中得到了升华。

3.2 游戏特征在现代设计中的表达

3.2.1 注重人文精神

5G促进了移动化智能媒体的发展,信息传播载体多样化的趋势也越来越显著,设计发展的渠道更加多样化。例如,3D竞技游戏APP的交互设计便体现了一种人文关怀和人文精神。在游戏中,体验者将会被空投至一个岛,在岛上既可以搜索武器和物资,也可以使用载具,并通过战斗不断淘汰非队友玩家,存活到最后的玩家或队伍可以获得整场比赛的胜利。在游戏中涉及了地图勘测、辨别方向、团队合作等内容,虽然用户只是利用精神意念来操控游戏,但是却真实地体验到了战场的残酷。体验者在游戏中可以用语音联系队友来讨论和制定方案。这种3D虚拟场景的游戏不仅可以使人们学习知识,而且还可以获得友谊。在现代社会乃至未来的设计发展中,游戏体现的精神文化给人的体验,以及游戏在设计中带来的效益已经打破桎梏,重新构成了一种新的文化秩序。

3.2.2 追求互动性娱乐

现代社会的设计,注重个人独有的情趣和爱好,追求互动性的乐趣和展现个性的心理。随着移动端产品功能的进一步提升和图像压缩转存技术的精进,动态虚拟场景商业海报的发展突破了单纯动态图像格式的限制,增加了声音效果等元素,脱离了传统二维展示的限制。例如,动态虚拟场景商业海报设计,综合特效和二维合成技术,最大限度上表现出三维空间的视觉效果。这种新兴的艺术形式有助于表现海报的隐喻、象征、留白等假定性场景。特有的体验形式,更能体现传统图像艺术设计的游戏特性,使体验者视觉立体感增强、想象空间扩大。虚拟动态场景海报见图4。



图4 虚拟动态场景海报

Fig.4 Poster of virtual dynamic scene

虚拟场景使设计者能够实现对体验者想象力的把控,以娱乐的方式表达出互动意念,满足了体验者娱乐的心理需求,使其获得了最高级的体验感。体验者可以在游戏中畅快地进行“厮杀”,扮演在现实生活中无法成为的角色。虚拟的场景因其更具有角色性和故事性,能更好地创造出独特的视觉效果,增添自由、欢乐的体验感,从而给用户留下更深刻的印象和更新鲜的记忆。“和平精英”是一款需要团队协作的游戏 APP,在游戏中,队友之间可以互相救助,交换枪械和工具。在 360°的游戏场景中,四个队友可以分别从不同的角度进行探查,其中一人发现“敌情”时可以马上通知其他队友。这种难度较大的竞技类游戏,非常需要体验者之间进行互动来达到理想的效果,APP 的设计体验也才会更加具有娱乐性和依赖性。虚拟场景 APP 游戏界面见图 5。

3.2.3 交互简约易操作

在未来的社会发展中,人类将以更加绿色、自由、平等的理念进行生产和生活,而设计向人们提供了一

个新的生活模式。例如,3D 虚拟场景 APP 设计简约、容易操作,游戏体验者可以通过左右滑动屏幕来切换使用的枪械,上下滑动屏幕来切换射击模式,以及轻触屏幕来装填子弹;左摇杆的下方,可以通过按钮切换站立、蹲下、俯卧等姿态;背包键可提示用户背包是否装满或者可否使用。这种全方位、虚拟、立体的新体验,使游戏体验者能够将自己置身于虚拟场景中,将游戏中的角色与自己的“真实肉身”进行交换,有一种身临其境的感觉。自由的游戏体验使生活在城市中的人们可以将“精神”寄托于 3D 虚拟场景之中,享受虚拟化环境带来的轻松感。游戏中还加入了白天和夜晚两种模式,使用户在虚拟场景中看见蓝天、晚霞、明月和极光。体验者还可以选择多种类型的游戏场景,例如雨林图、沙漠图、海岛图和雪地地图。简约、易操作的交互设计降低了体验者的操作难度,减少了体验者对界面熟悉和认知的时间,使体验者能够将自己与角色更好地融合在一起。虚拟场景俯视图见图 6。



图 5 虚拟场景游戏 APP 界面
Fig.5 APP interface of virtual scene game



图 6 虚拟场景俯视图
Fig.6 Virtual scene top view

3.2.4 满足高级情感需求

如今,设计形成了知情、随性的特点,体现了游戏情感的表达模式,成为了人与人之间兴趣和情绪的纽带。确切地说,设计体验的游戏特征已经成为了一种潜在的文化意识,一种可控的情感表达。当用户全身心地将自己投入到游戏中时,仿佛能感受到天气带给自己的真实的触感。这种设计体验是社会不断进步与人类不断进化中,出现的更高级的精神需求的体现。在“和平精英”游戏 APP 中,体验者可以设置背景声音、工具灵敏度和操作灵敏度,可以选择不同的地图和天气。设计者在雪地地图的设计里添加了踩雪的声音,当体验者在雪地中奔跑时会发出“嚓嚓嚓”的声音;而在海岛地图中,体验者偶尔还会遇到雨天,地面会因雨水而变得光滑,雷声和闪电也会不时产生。如此,可以使体验者脱离为达成最终目的而感到紧张的状态^[9]。

4 结语

在后工业时代,设计已经成为连接技术和文化的桥梁,抒情特点和诗意情感成为优秀设计作品的特征^[10]。如今,全球化竞争越来越激烈,设计作为全球竞争的载体,作为民族文化形态的载体,已经成为企业、民族、国家发展的手段。许多国家和地区纷纷加大对设计体验感的投入,游戏特征的设计体验也成为增加设计品附加值的方法。同一商品,有趣的设计体验与平淡无奇的设计体验,价格相距甚远。根据消费者体验开发出适合不同消费者的产品,把控好产品和环境的体验价值,需要将情感、功用、形式三者结合起来考虑。设计体验的游戏特征使产品以最少的付出获得最可观的成效,因此设计体验的游戏特征将会成为今后的设计趋势。

参考文献:

- [1] 陈望衡. 艺术设计美学[M]. 武汉: 武汉出版社, 2000.
CHEN Wang-heng. Art Design Aesthetics[M]. Wuhan: Wuhan Publishing House, 2000.
- [2] CUI Tian-jian. Art and Game: Analyzing the Nature of Design[C]. 2009 IEEE 10th International Conference on Computer-Aided Industrial Design & Conceptual Design, 2009.
- [3] 康德·伊曼努尔. 判断力批判[M]. 北京: 人民出版社, 2002.
KANT I. Critique of Judgment[M]. Beijing: People's Publishing House, 2002.
- [4] 席勒·弗里德里希. 审美教育书简[M]. 上海: 上海人民出版社, 2003.
SCHILLER J. The Book of Aesthetic Education[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2003.
- [5] 杨先艺. 设计概论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2010.
YANG Xian-yi. Introduction to Design[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2010.
- [6] 唐林涛. 工业设计方法[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2006.
TANG Lin-tao. Industrial Design Method[M]. Beijing: China Building Industry Press, 2006.
- [7] 张道一. 张道一文集: 上卷[M]. 合肥: 安徽教育出版社, 1999.
ZHANG Dao-yi. Zhang Daoyi's Anthology: Vol.[M]. Hefei: Anhui Education Publishing House, 1999.
- [8] 崔天剑. 现代设计: 艺术的游戏[J]. 东南大学学报, 2011, 13(1): 103-105.
CUI Tian-jian. Modern Design: the Game of Art[J]. Journal of Southeast University, 2011, 13(1): 103-105.
- [9] 诺曼·唐纳德·A. 情感化设计[M]. 北京: 电子工业出版社, 2005.
NORMAN D A. Emotional Design[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2005.
- [10] 梁梅. 信息时代的设计[J]. 装饰, 2001(1): 5.
LIANG Mei. Design of the Information Age[J]. Zhuangshi, 2001(1): 5.