

第3章 玩家的游戏心理

学习目标

1. 素质目标：培养跨学科知识运用能力、观察思考能力、分析问题和解决问题的能力以及积极健康的心理状态，树立良好的社会责任感。
2. 能力目标：能够根据游戏项目类型设计奖励机制与使用方法；能够在游戏策划方案中融入游戏玩家心理的引导策略。
3. 知识目标：熟悉游戏玩家的类型和心理需求；掌握游戏设计的情感元素和经典游戏心理学效应的延伸应用。

本章导读

游戏必须得到玩家的认可才能有市场，只有正确地把握了玩家的心理，才能设计出一款玩家喜欢的游戏。本章在分析游戏玩家的心理需求的基础上讲解玩家心理引导，情感元素与游戏中奖励机制的效能、设定、用法与心理学原理等。

3.1 游戏玩家的类型

典型的的游戏设计的本能和直觉与大众的观点和情感在很多时候是一致的，如果只有极少数的玩家为成功地通过游戏的所有关卡而自豪，那么这款游戏的设计者已经完全抛弃了玩家，当然最终也会被玩家所抛弃。

游戏玩家一般可以分为以下6种基本类型。

- (1) 成就型。为掌控心理所驱动，渴望挑战，希望学习新的事物以完善自己。
- (2) 社交型。为关联性所驱动，希望与其他人进行互动并建立社交联系。
- (3) 博爱型。为意志目标所驱动，希望以某种方式报答他人或者丰富他人的生活。
- (4) 自由型。为独立自主所驱动，喜欢创造和探索。
- (5) 比赛型。为激励、奖励所驱动，愿意做系统为玩家设定好的一切，例如乐于收集奖励物品。
- (6) 破坏型。驱动因素比较复杂，但在一般情况下希望直接或间接地破坏游戏系统生态，从而获得成就感。

目前出现了一些新的玩家类型，但都是在基本玩家类型的基础上扩充而来的。例如，社交型+奖励策略=网络型，自由型+奖励策略=开拓型，成就型+奖励策略=消费型，博爱型+奖励策略=索取型。



3.2 游戏玩家心理需求

游戏行业的各种服务不断完善并朝着多元化发展,符合玩家心理的游戏才能拥有较高的玩家忠诚度,才能有好的市场表现。所以只有正确地把握了玩家的心理,才能设计出玩家喜欢的游戏,这是游戏设计最基本的依据。

玩家是一个复杂的群体,每个玩家的兴趣爱好、审美观、世界观都不相同,彻底地分析玩家究竟有哪些喜好是非常困难的。但是从游戏的角度看,玩家存在一些共同的基本心理,在游戏中,很多行为表现明显地反映了他们的心理需求。分析玩家的目的是有两个:一是在市场分析的时候划分玩家的类型,为游戏的定位提供依据;二是分析玩家的心理、喜好、特点,为游戏设计提供依据。前者是基于宏观上的分析,后者则要分析不同类型玩家的需求共性,从而指导游戏设计。

3.2.1 生理需求

游戏是一种娱乐,就是要让玩家真正地感受感官的愉悦,从而体会到紧张刺激、酣畅淋漓的感觉。例如,在赛车游戏中的极高速度下风驰电掣的感受(图 3-1),在格斗游戏中用连环招和必杀技击败敌手的兴奋(图 3-2)。



图 3-1 《极品飞车》



图 3-2 《格斗之王》

如果游戏仅有爽快感这一种乐趣,就会缺乏游戏性,会让玩家感觉越玩越枯燥。在游戏中,音乐和美术要首先确定适合的风格,并尽可能地让玩家产生愉悦感。就美术而言,轻度游戏的色彩相对明快,造型可爱;而卡牌、策划类的中度游戏中的人物角色更注重细节,辨识度高,场景多样并生活化;对于冒险或角色扮演的重度游戏而言,游戏色彩不会过于明艳,人物角色及场景画面的设计更为写实复杂。美术团队往往需要一个核心的成员统筹整个风格,其他成员参照其风格进行创作即可。若从音乐来说,不同场景、不同按钮都必须使用种类各异的音效或音乐。要想真正满足玩家的需求,在音乐的设计上必须循序渐进,不断优化和调试。

3.2.2 安全需求

用引导、奖励、交易提高和寻求安全感是人类的本能。尤其是重度游戏玩家,往往希



望能够在游戏中获得现实生活中得不到的感觉。让一个新玩家在游戏内找到安全感,就会让他获取对游戏的信任和依赖。

首先要让新手引导真正起到作用,将游戏的玩法、规则、操作以及需要注意的事项陈述清楚,让玩家相信这是一款自己能操作并能得到快乐的“安全”游戏。同时,新手一般不希望自己轻易失败,因此,游戏要做到在缺乏技巧或者道具的情况下保证新手也能安全过关。在游戏中设置帮助选项、新手奖励、每日奖励或者完成简单的任务后能获得的奖励,从而增加玩家玩游戏的时间。另外,在RPG游戏中,完善的宗派、组队以及师徒规则等能让新手更容易上手,找到归属感,获得安全感。游戏中的奖励界面如图3-3和图3-4所示。



图 3-3 游戏活动奖励界面



图 3-4 游戏中的金币奖励

游戏其实和现实生活是一样的,安全感往往建立在一定的物质基础上,所以游戏必须有一个简便的交易系统,让新手能方便地购买延长生命或者提高能力的道具。

3.2.3 社交需求

游戏需要交流,要给玩家如现实一般的感受。网络游戏为玩家提供了最快捷简便的交流方式。网络游戏不仅为玩家提供交流的主题,还提供交流的空间和渠道。不同的玩家可以不仅通过共同体验全新的世界获得全新的精神体验,还能获得交友的社会体验。

交流并非单指网络游戏玩家聊天,而是指广义上的就某一主题而进行的交谈或交换。在电子游戏中,一个只要努力就可以做出贡献的简单环境更容易培养出配合的行为并达到默契的程度,更能突出和强化交流的重要性,例如网络游戏《攻城战》(图3-5)、《DOTA》(图3-6)等。



图 3-5 《攻城战》



图 3-6 《DOTA》



对于游戏设计师,每个玩家都是陌生人,每个玩家都有不同的家庭背景、教育程度、人生观和生活目标。游戏可以让玩家在虚拟世界实现其在真实生活中不能实现的第二生活或第二职业,实现真实生活中不能完全实现的社交、尊重、自我价值,缓解和释放现实生活中的压力,暂时逃避现实社会的规则等。由此可见,一款优秀的网络游戏要能给玩家带来全新的体验、智力的锻炼和人际的交流。

从社交需求而言,游戏需要满足玩家对友谊、爱情以及其他隶属关系的需求。尤其是国内玩家比外国玩家更加注重社交的体验,有时甚至超过游戏的感官体验或基础体验。可以在游戏中内置社交平台,让玩家感受与现实生活同样的可以交流的空间,促进玩家之间的交流互动;也可以根据需求建立该游戏的网络讨论板块,通过社交软件、微信、微博和贴吧等方式满足玩家的社交需求;还可以定期组织线上或者线下的具备游戏话题性的活动,让玩家在游戏内外都能与其他玩家互动。

3.2.4 体验需求

游戏可带给玩家一种体验,可以让玩家在虚拟世界中经历一个完整的故事。游戏最重要的就是能带给人完全不同于现实的,甚至现实中永远都不可能实现的各种体验。这些体验种类很多,有视觉体验、音乐体验、情感体验等。

体现成就感的游戏一般分为以下四种类型。

第一类是《传奇》(图 3-7)、《奇迹》(图 3-8)等策略类、角色扮演类网络游戏。玩家的最大乐趣除了攻城战等双方对战之外,就是穿着一身显眼的极品装备,拿着一件整个服务器里都屈指可数的超级武器到处走动,以引来许多目光和赞叹,从而获得极大的成就感。



图 3-7 《传奇》



图 3-8 《奇迹》

第二类是《推箱子》(图 3-9)、《福尔摩斯探案》(图 3-10)等典型的益智类、冒险推理类游戏。这类游戏并不强调操作,玩家必须通过观察和思考破解游戏中的一个个谜题以进入下一关,在此过程中玩家会成就感十足。

第三类是《雷电》(图 3-11)、《1945》《斑鸠》《反恐精英》等非常强调操作性的射击类、竞速类游戏,玩家需要做出精妙的操作。此外,很多格斗游戏也以强调精妙的操作为主,那种借助娴熟技巧打败所有对手、取得第一名的成就感是非常强的。例如《街霸》《铁拳》《拳皇》(图 3-12)都是以爽快感和成就感吸引玩家的,其中充满了炫酷的招式、酣畅淋漓

的战斗、获得胜利的喜悦。这类游戏并不着重营造融入感,画面除了达到基本的美观外,并无更加细致的修饰,这是因为在激烈的战斗中,几乎没有人会十分在意游戏内容及环境的细节。



图 3-9 《推箱子》



图 3-10 《福尔摩斯探案》



图 3-11 《雷电》



图 3-12 《拳皇》

第四类是《模拟人生》(图 3-13)、《模拟城市》《中华客栈》(图 3-14)、《美少女梦工厂》等模拟养成类游戏。玩家经过长时间的锻炼,属性数值得以提高,甚至借助职业转换在能力上获得了质的飞跃,或者花了十几甚至几十小时建造起城市、游乐场、医院等,看着里面人山人海、车辆川流不息的一派繁荣景象,自会有一种由衷的满足感。事实上,成就感正是当前模拟经营类游戏的灵魂所在。



图 3-13 《模拟人生》



图 3-14 《中华客栈》

游戏玩家在以上这四类游戏的进行过程中,在心理上都经历了一个“压抑—释放”的过程。压抑得越深,释放的力量就越强,玩家获得的满足感和成就感也就越大。



3.2.5 尊重需求

在游戏中,尊重需求往往是玩家玩游戏的第一需求。很多玩家都希望在游戏中寻找现实社会中找不到的荣耀感和优越感,希望受人仰慕、尊敬。

为了满足玩家被尊重的需求,游戏应该从两个方面进行策划。首先是比较获得的优越感和荣耀感,游戏需设置起码的等级及排行榜。若游戏内建有好友系统,则必须建立好友排行榜,定期将好友排行榜变更的内容发给玩家的好友圈,让玩家看到比较的结果,才能使玩家产生优越感。公告栏可设立一个公开板块,并允许玩家爆料。其次,在游戏中应多给玩家互相帮助的机会,适当给玩家赠送装备、金币等,尤其是对十分看重荣耀感的一些资深玩家。

3.2.6 自我实现需求

游戏是一种对脑力的全面锻炼,可以让玩家自主地达到自我实现。例如奇幻休闲游戏《星石传说》(图 3-15)以消宝石的方式进行战斗,平常状态则是奇幻的冒险方式,是将角色扮演式的游戏体验与益智休闲游戏相结合的典范。其中设置一些谜题或者难点,玩家需要思考和运动以应对挑战,这是所有游戏的普遍原理,并非仅仅限定在电子游戏中。



图 3-15 《星石传说》

在电子游戏中,竞争的规则越公平,玩家也就越愿意在其中进行比赛。竞争的目的就是为了进行比较,有了比较就有了炫耀的机会。炫耀是人类的一种潜在追求,每个人都会有意或者无意地炫耀自己擅长的事情,回避自己的不足。例如在游戏《星际争霸》(图 3-16)、《三国之全面战争》(图 3-17)中摆出的强大的炫耀式兵阵。

能让玩家感受到自我实现,也就意味着这款游戏已经不只存在于虚拟世界,而是已经成为玩家现实生活的一部分。每个玩家在游戏中需要的自我实现可能都不一样,有人希望在游戏中获得快乐,有人希望用游戏消磨时间,有人借以转移对现实生活的不满,也有人在游戏中结交朋友。要让不同的玩家在游戏中能够实现自我,游戏就要尽量让玩家的所有需求都能得到满足,或者有不断更上一层楼的感觉。只有游戏中各个部分都能给予玩家较好的体验,才算是多元化的选择,从而让每个玩家能自主地达成自我实现这一需求。

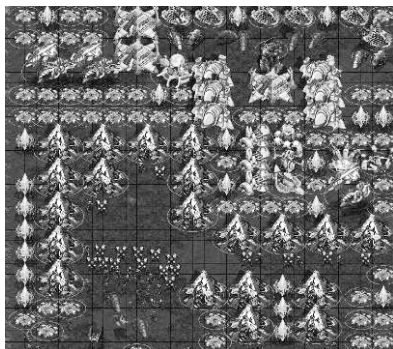


图 3-16 《星际争霸》中的神族兵营



图 3-17 《三国之全面战争》中的魏国兵阵

3.3 游戏玩家心理引导

游戏策划有不同的方法论,除了尽可能地满足玩家的六大需求之外,在策划中还需要不断地根据当前游戏行业的弱势创新及改变,从而引导和开发玩家的需求。

3.3.1 设置认知失调

游戏业的服务对象就是玩家,认知失调会让玩家对体验差的游戏做出“好玩”的评价。费斯廷格的“认知失调理论”指出:当人们陷入一种很荒谬的情况时,就会想出一个理由使这种情况变得合理。

例如,耶鲁大学《心理学导论》网络公开课中的一个论证实验是这样的:给两组人一个很无聊的任务,其中一组拿到的报酬是 20 美元,另一组拿到的报酬是 1 美元,低得惊人。完成后老师问这两组人“你们喜欢这个任务吗”,答案非常出乎意料,拿 1 美元的组喜欢这个任务的比率远高于拿 20 美元的组。他们是这样回答的:20 美元组——“很无聊,我是为了 20 美元才做的”。1 美元组——“(潜意识活动:我可不是吃力不讨好的家伙,我当然不是为了这 1 美元)其实这份工作没那么无聊,挺有趣的,我学到了很多”。

更为常见的“认知失调”也经常出现在实际工作中。例如,你做着一份没有出头之日的的工作,你的才智比你的上司高一大截,工作时间长,薪水不高,没有人尊重你的贡献,但你还是选择在这里工作。这当中一定是有原因的,比如自己喜欢这份工作。

以上两个例子从“认知失调理论”的角度很好地解释了有些游戏为什么在玩家体验差的情况下还火爆了起来,例如曾被称为卡牌之王的《我叫 MT》(图 3-18)和欧美 ARPG 大作《永恒战士 3》(图 3-19)。

这两款从玩法到类型完全不匹配的产品之所以被同时拿出来讨论,是因为在产品上线运营之初都出现了各种登录不成功、网络连接失败、频繁停机维护等情况。尤其是《永恒战士 3》,每当挑战副本失败后就一定会掉线,必须关掉后进行多次重新连接才能挤进游戏。但是从数据来看,这两个游戏在这个时期的留存率都很高。



图 3-18 《我叫 MT》



图 3-19 《永恒战士 3》

在以上两个认知失调的例子中,玩家会试着猜测自己的潜意识活动,玩家潜意识中做出好玩的评价,并在很长一段时间里几乎投入所有的业余时间。《永恒战士 3》是一款打击感非常强、技能效果非常棒的游戏,《我叫 MT》更是一款制作精良的产品。但如果不是认知失调理论造成“好玩”的错觉,如果不是“自我跟随现象”造成“好玩”的印象并被玩家自身不断强化,那么这两款游戏也许达不到现在的高度。

认知失调的前提条件如下。

(1) 游戏产品必须给玩家一个完美的第一印象。如果第一印象很差,玩家就会果断放弃,不再会有继续尝试的可能。

(2) 经典条件反射是认知失调的临界点。当玩家在游戏中由于长时间的等待而感到焦虑时,任何办法都无法挽回。

(3) 在网络问题和获得游戏奖励之间建立条件反射,成功弱化网络问题与焦虑痛苦感的联系。

3.3.2 利用归因错误

人常把自己的过失归结为环境因素,而把别人的过失归结为能力问题。

1. 让游戏在一开始时很简单

除了《flappy bird》(图 3-20)这种自虐型的游戏之外,基本上所有游戏都秉承着“先易后难”这一设计思路,这几乎成为游戏界的定律。



图 3-20 《flappy bird》



这种先易后难是为了避免基本归因错误,因为在游戏的最初体验阶段(可能是10分钟到2小时,因人和游戏类型而异),如果玩家失败,玩家会把原因归结于游戏的设计,而且玩家不会给游戏设计者面对面解释和辩论的机会,会用直接离开表达自己的观点。

2. 让玩家爱上游戏

游戏设计的最大愿望就是让用户爱上这款游戏。例如一个对调查员魅力的评分中,在跑步机上挥汗的一组被试者给出的评分明显高于坐在桌前等待的一组被试者,即使大家都知道自己心跳加快、呼吸急促是因为跑步。被告知即将进行电击试验的一组被试者的评分明显高于什么都没有告知的一组,即使他们知道自己的紧张是因为即将被电击。

基本归因错误的利器就是制造紧张气氛,激发玩家的热情,所以首先要清楚玩家遇上一款自己喜爱的游戏是什么感觉,然后想办法刻意地制造这种感觉。

3. 让玩家觉得自己是天才

在儿童游戏设计理念中,他们对摇骰子有着比成人更高的兴趣,并且常错误地认为能够摇到想要的数字是他们的能力。随着年龄的成长及认知能力的增强,这种观点会逐渐消失,但当面对押注式游戏时,成人也会不自觉地认为自己的判断能力(或者直觉)在起作用。

所以,现在的游戏设计,尤其是网游设计中融入了大量的赌博要素,大多是摇骰子、抽卡等随机的玩法,对于玩家来说缺少足够的参与度。这样的玩法在获得好的结果时虽然会让玩家很兴奋,但也只能归因于运气,缺少更多的心理满足感。

4. 适当利用基本归因错误

人类大脑的处理能力有限,很多功能都是在潜意识中执行的,但写入潜意识的能力很多都是人类在原始时期形成的,和现在的生活环境有矛盾和冲突。作为游戏设计者,就要适当利用这些矛盾和冲突增加用户在游戏乐趣和消费欲望。

3.3.3 突破固有印象

游戏早期留住玩家的关键是精美的画面、舒适的操控、高质量的音效,其中尤以画面精美为最。玩家对新事物的判断标准往往是把画面精美的游戏归到好游戏这一类,这种通过相似归纳进行快速认知的方法在心理学上称为刻板印象。玩家认定一件事情后,会注意与其预期相符合的结果,忽略相违背的结果,这在心理学上称为确认偏向。当刻板印象把游戏归纳为一个好游戏后,在继续玩的过程中,潜意识会对这一印象进行校验和修正,但这个修正会受到确认偏向的强烈影响。

在游戏后期,画面的重要性会逐渐弱化,这在心理学上称为变化盲视理论。变化盲视是指当关注某一事物时,视野内其他事物的变化很难引起注意。例如在角色扮演类游戏中,经过一段时间后,玩家在战斗过程中的关注点已经转移到如何躲避怪物攻击、如何走位以引开怪物等方面。特别是和一群怪物艰苦缠斗时,关注的是怪物的移动和攻击,这个时候根本不会关注游戏场景的变化,甚至怪物服饰的变化也会被完全忽略。

3.3.4 迎合心理满足

玩家在初始阶段会通过不断尝试了解游戏并和其他游戏进行比较,这个阶段玩家的



心理活动非常丰富,会特别关注游戏设计的细节。因为玩家大部分都是玩过其他游戏的,给予玩家的功能大部分都是和其他游戏相似的,这个时候,功能的细节将关系玩家最终是否成为这款游戏的玩家。

玩家为什么要玩游戏?简单地说就是满足了某种心理需要,而心理需要大多是持续或多发的。当玩家在游戏中满足了需要 A,过段时间需要 A 再次“发作”的时候,就会随着“自我羊群效应”再次进入游戏满足需要 A。如果玩家多次回到游戏都不能再次满足需要 A,就产生了中期流失。“自我羊群效应”建立起来后,要想消除就需要一个过程。所以偶尔的未满足不会有什么影响,多次的未满足才会造成流失。

因此,中期留存要求游戏除了建立横向比较优势外,还要有纵向的持续性心理满足。首先要确定游戏主要满足了玩家的哪些心理需要,然后检查游戏整体设计是否能够持续满足这些心理需要。如果游戏初期满足需要 A,中期却不再满足需要 A 而变成满足需要 B,这对中期留存将是灾难性的。另外,如果游戏初期对心理需要的满足过于强烈,中期却突然变得弱化,同样会造成灾难性的后果。

需要强调的是,游戏对心理需要的满足不是恒定的,而是递减的。一方面是因为在游戏设计上不能让玩家一直没有阻碍地发展,另一方面是因为用户的“耐受性”增强。持续满足同一需求并不意味着不满足用户的其他心理需求。实际上,随着游戏的深入,要给用户更多层次上的心理满足,并以此部分弥补满足感递减带来的问题。

3.3.5 自我服务偏见

自我服务偏见又称自利性偏差,人们常常把成功归结于自己的才能和努力,却把失败归咎于“运气不佳”“问题本身根本无法解决”等外部因素,这是一种主观主义的表现,也是一种归因偏见,它无处不在地影响着每个有人参与的事件,无法忽略它的存在。在游戏开发团队中,策划人员和技术人员几乎是天生地处于对立面,这是典型的自我服务偏见。所以当需要思考问题、做出决定时,要注意是否最大限度地克制了自我服务偏见,将不良影响降到最低。

3.4 游戏设计的情感元素

游戏产业内的创新往往只依赖于新的技术(从 2D 游戏进化到 3D 游戏,网络技术的进化使得不同形式的联网游戏得以实现,物理引擎和图形学等技术使得游戏更真实等)、新的平台(国内从端游到页游、手游,以及虚拟现实和增强现实游戏等),或是针对一个领域、一个游戏类型的具体问题提出新的解决方案,却很少有在游戏整体体验层面的思考和创新。例如,暴雪公司出品的首款团队射击游戏《守望先锋》(图 3-21、图 3-22)可以在头戴式耳机中应用杜比全景声(Dolby Atmos)技术。



图 3-21 《守望先锋》界面一



图 3-22 《守望先锋》界面二

3.4.1 游戏设计本质

游戏也可以看作是一种交互媒体,在与玩家的交互中传达和创造体验。在美术创作中设计一个紧张或沉重的东西很容易,让作曲家作出一个伤心或开心的音乐也很容易,但是在设计游戏的控制和玩法时,很难说什么是悲伤的玩法。如何通过游戏设计创造深切的情感?实现理想的体验目标到底需要怎样的设计?舍弃那些游戏中常见但不适合的设计,在不同的方向上反思游戏设计的本质,可以看到更大、更深远的创新空间。

例如,冒险探索游戏《风之旅人》(图 3-23、图 3-24)是一款超越人们对游戏传统概念认知的另类游戏,实现了从感官认同到心灵共鸣,让玩家体验探索广袤未知土地的奇妙感觉,颇有一种随风而逝、无拘无束的解脱感。行走在无垠的大地上,完成属于自己的旅程,这便是游戏简单而深邃的主题。在这个游戏中,玩家和游戏世界的力量对比被反转,玩家扮演的角色和另一个陌生玩家的角色在沙漠中相识,没有任何言语的沟通,共同走过一段生命旅程,互相扶持,到达终点。



图 3-23 《风之旅人》界面一



图 3-24 《风之旅人》界面二

《风之旅人》的绝大部分场景都是沙漠,这种听起来完全无趣甚至令人厌烦的景色在这款游戏中给人以截然不同的感动。玩家会发现包围着自己的不是沙子,而是一种真实的存在。玩家时而飘浮在空中,时而如雪花般轻柔地从天而降,时而又闪耀着光芒,充满生命的活力,甚至可以控制旅人从沙丘上滑下来,就像在雪山顶上表演优雅的特技滑雪。

与大部分游戏利用资源创造冲突不同,《风之旅人》中的一个角色在资源点采集能量后可以飞起来。当两个都喜欢这些资源的人相遇,而一个人拿走了资源时,另一个人就



会恨他。在《风之旅人》的早期测试中,玩家因为会丢失资源而不喜欢和其他玩家在一起。设计师曾经尝试过一个版本,让玩家把资源用过之后分享出来,并不是真的消费资源。一个玩家飞起来的时候,会有能量留在身后,这样另一个玩家就可以获取这些能量,免费飞起来。这看起来是一个没有问题的设计,玩家可以分享所有的资源,但是问题在于,从数学角度上看是实现了资源的分享,但从心理学角度却不是。玩家很讨厌辛苦获得和携带的资源轻易地被其他玩家获取,觉得队友免费享用自己的劳动成果是一种偷窃,尽管队友并不是故意的。为了消除这种感觉,至少让玩家不怨恨对方,设计师放弃了分配资源的想法,提供了无限的资源。但是玩家受限于能量槽的容量,只能携带一定量的资源。玩家走过资源点,拿到资源后就可以飞,而且不会怨恨对方。

在《风之旅人》中,曾经设计过物理碰撞,这样就可以在游戏中互相推拉、翻过岩石等。这本是一个很好的设计,但后来发现许多玩家所做的并不是把对方推过岩石,而是把他们推向仙人掌,让对方死掉。因为这一点,主设计师甚至对人性失望,直到他去见了一个心理咨询师。心理咨询师说:“因为他们是玩家,他们是婴儿。当你把自己从现实世界带入一个虚拟空间中,特别是一个角色长得像成年人的虚拟空间,就不必保持现实世界中的那些道德规范。”为了避免这种情况,碰撞的设计和互相推拉的玩法被放弃,取而代之的是另一个玩法:当两个人站在一起时,就会给对方能量。

《风之旅人》并没有大多数游戏那种显而易见的“系统”,整个游戏的核心部分是在不断游戏的过程中逐步呈现给玩家的,而这也是整个旅程的体验。整个游戏的流程会让玩家懂得一个很简单的道理:你能做什么,能走多远,取决于你愿意付出多少努力,而这一切都是从迈出脚下的步伐开始的。作为一个艺术性极强的游戏,游戏的画面略显卡通化,很唯美,给人很宁静舒适的感觉。画面中不乏各种令人眩目的美丽瞬间,但大多来去匆匆,很快便融化在风景里消失不见。正是这样一个看似简单的游戏,在剥除了一层层游戏中习以为常却并非必要的元素后,创造了前所未有的情感体验。设计团队当时找了25个人测试这款游戏,有3个人玩哭了,设计团队这才觉得这个游戏已经达到预期的效果。

1. 规则/机制的本质

规则/机制是游戏的核心部分,规则创造系统,系统创造体验。如果设计师直接根据自己的喜好构建世界,那就不是在思考规则的本质,因为规则在这里被扭曲和破坏了。一个在规则上进化出的世界才符合游戏逻辑。例如,《时空幻境》(图3-25)允许玩家随时使用时间倒退功能让主角回到以前的位置,玩家需要灵活运用时间倒退功能以及各种加快、减慢甚至倒退时间的机关,收集散落在关卡角落的拼图碎片。

《时空幻境》有两个重要的设计理念:一是通过游戏艺术表达自然地达到游戏创新的目的,思考一个有着时间倒流机制的世界应该是什么样的,避免在剧情上生拉硬套,因此游戏体验会和其他游戏有所区别;二是重视玩家的游戏体验心理,不仅提供给玩家极丰富的元素,还要有直观的叙述以解释游戏规则与概念,才能吸引玩家。因此在设计时,注重游戏与玩家的交流互动,在游戏每个世界的开端都先阐述该世界的基本规律和特色,然后才让玩家进入该世界进行实践操作。

2. 交互的本质

在熟悉的事物中加入交互性往往会带来一种全新的体验。在交互叙事体验中,玩家



图 3-25 《时空幻境》

为自己的选择负责任,以他人的身份经历因自己曾经的选择而带来的结果,从而体验深度的负罪感、责任感和对选择的认真思考。例如,《九月 12 日》(图 3-26)是一款探讨如何打击恐怖主义的严肃游戏,与一般的严肃游戏往往只是还原一个场景不同,这个游戏让玩家感受自己选择的结果,从而反思自己的行为。在游戏中,玩家控制导弹发射器攻击恐怖分子,然而恐怖分子混杂在平民之中,攻击会误伤到平民。当人们被导弹杀死时,周围的人痛哭、愤怒,进而变成新的恐怖分子。玩家轰炸得越多,被消灭的恐怖分子就越多,同时新的恐怖分子也就越多。

以叙事为主的游戏,在选择的设计上采用游戏和叙事结合的方法,但在交互性的设计上往往存在缺陷,只是做出一套剧情,而不是设计出一套玩法。例如,美剧《行尸走肉》(图 3-27)既是交互式电影,同时也有漫画和游戏的形式,即玩家做出选择,影响下一段对白或剧情。这款游戏中有大量无意义的选择,例如每一小段剧情或对话后,玩家就要做出选择,不管选哪个,NPC 都有同样的回复。这种交互只是勾住玩家继续看剧情的钩子,极少是影响剧情的选择,影响的也只是剧情的呈现形式,而不是真正的结果。



图 3-26 《九月 12 日》



图 3-27 《行尸走肉》游戏中的对话选择

以游戏这种交互体验的形式进行设计,如果不能为这个主题增添任何独特、不可取代的价值,就不会让玩家体验到剧情和玩法的交融,也不会让玩家陷入沉思,更不会帮助玩家更深地沉入剧情。

3.4.2 游戏情感划分

游戏是一种自发行为,和电影以及电视不同,它需要玩家的高度参与。因此,好玩是吸引用户持续交互的一种方式,但不是必然的方式。每个人的生命中都经历过各种各样的快乐时光,可能很多是有乐趣的,但是并不都是同一种类型的体验。各个玩家的体验如果都用“好玩”这一个词概括,就会限制游戏设计师的思维,难以挖掘更深层的体验。而与此同时,通过游戏创造新的情感体验,更深刻地打动人,一直是设计师的渴望。

1983 年,刚刚成立一年的美国艺电公司(Electronic Arts,EA)发布了一份广告:电脑能让你流泪吗?(图 3-28)在今天,思考这种问题的往往不是游戏行业的设计师,而是文学、电影、画家和音乐等领域的艺术家。



图 3-28 美国艺电公司广告

游戏行业对情感设计做过很多尝试,一般是通过游戏中的故事创造情感,设计一个富有情感的故事,让玩家在玩的过程中被故事感动。然而这既不是真正的游戏情感创新,也不是好的游戏叙事创新。真正的游戏情感创新是首先从不同的角度思考游戏的本质。用目前游戏的类型划分来看,游戏似乎已经高度发展,有各种不同的细分领域。然而,如果换一种方式,用这些游戏带来的情感体验划分,就会发现绝大多数类型都聚集于区区几种情感类型上,例如早期街机游戏和国内成长型游戏的成就感,以及近年大部分主机游戏带来的力量感等。而大量玩家渴望的,在电影中能够得到满足的情感体验却极少在游戏中被挖掘出来。

计算机不只是一个数据处理器,更是一种沟通的媒介,是一种交互工具,能够把人们的思想和感受连接起来。当一个周期走到尽头,一种新的类型中的新的角色性格(一些浅显的人类体验和一种新的兴奋)就开启了一个新的周期。想要让游戏成为一种艺术,游戏设计师需要看到这种媒介更内在的逻辑,思考其本质,探索其艺术逻辑,从而真正发挥游戏的潜力,做出真正意义上的属于游戏的创新。



3.5 游戏中的奖励机制

游戏中常常以互动奖励的方式完成对用户粘着度的提升,恰当的奖励元素可以成为游戏设计中的重要环节。特别是社交游戏和网页游戏(包括PC端和移动端),几乎对玩家的每一个点击和操作行为,包括部分累积行为(例如量化累积后)都能够轻易导向资源、经验、道具和勋章的收集与获取,以分属性和分批量供应的方式不断给予玩家在获得层面上“丰收”的错觉。尽管事实上这些不断供应的奖励在量级和属性表现上单独来看可能并没有明显的效能,甚至基本上不会在游戏表现中起到什么积极的作用,但以次数和获得概率的双重强化却让玩家的累积丰收感十足。

当然,奖励机制同样存在缺失节制的过度奖励趋势,最典型的是在基本没什么游戏操作行为的情况下快速升级,并进入快速接任务、快速完成任务、快速获取奖励的定式循环,以纯粹点击鼠标的方式和额外奖励(包括属性获得)的刺激因素不断驱动玩家在快节奏中前进(部分网页游戏的寻径一般是自动的,而很多副本行为是由过场动画完成的,玩家只需要在指示中点击按钮升级就能获得额外成就),于是游戏开始衍化为游戏化的选项,从行为-进程转变为行为-奖励。

通常游戏的奖励可分为五种方式:一是完成任务或进程的奖励;二是在游戏进程中收集的奖励;三是登录奖励(每日登录奖励或连续登录奖励);四是成就展示比照奖励;五是从虚拟延伸到现实环境的奖励。

3.5.1 奖励激发效能分析

游戏的进阶乐趣更多地在于宽泛资源的捕获、收集、奖励(可支配货币系统、锻造强化系统、装扮系统或者超级战力)和由此带来的成就满足(强战力或者强装扮力带来的对比心理满足)。游戏整体由部分累加而成的各个环节的促动最终汇聚了玩家对游戏该有的倾向性理解,这也是游戏中的游戏整体奖励,从小的环节中累积并在最后完成玩家的终极释放。

随着游戏的点击进程以额外奖励的方式赋予玩家的资源、经验和勋章,即使在游戏方案中是预先设定好的,但对玩家也是一种增值获得,并且大部分奖励是区分种类、立体呈现且能够很直观地由玩家带着欢愉的声效收入背包。这种只需要轻松点击,而不需要真实消费的收获带给玩家极大的满足感,尽管从游戏研发的层面看奖励的设定可多可少,同样份额的奖励可以一次获得,也可以拆分为不同的礼包,由玩家在执行不同的任务时分别获得,这点在玩家的感受上因为进程节奏和点击频度快往往很容易忽略。此时,在不影响玩家进程的基础上,奖励看起来更像是一种仪式,玩家所得便是一种名分和从背包中查阅和使用资源的愉悦。

奖励的正面效能除了每次领取时可能的短暂满足以外,奖励的设定同样因为部分服务于游戏进程,让玩家的升级更为流畅而获得认可,特别是当奖励的设定刚好和玩家当时的需求相衔接时(例如游戏任务要求锻造某项装备,而奖励刚好带来该需求的配件)。



满足玩家对奖励的预期或者超出玩家的预期,而不是只提供可有可无的资源,特别是这些资源看起来没有太多合适的用途。当然,除了实用性的层面外,在游戏场景中被众多玩家提及,并且看起来供应量有限的奖励也能将这种满足感提升到更高的级别。例如《魔卡物语》(图 3-29)对未达到级别的玩家给予奖励憧憬,而当实际执行任务时,这种获取期盼已久的奖励会给玩家留下更为深刻的印象。



图 3-29 《魔卡物语》

事实上,因为政策限制,特别是涉及玩家需要投入真实钱币情况下的奖励概率基本上是被限定的。而在非真实钱币投入的情况下,部分游戏在完成任务或者关卡结束时仍然为玩家提供了概率选项,例如《战神三国》(图 3-30)、《捕鱼达人》(图 3-31)中为玩家提供轮盘抽奖的机会,而这也涉及轮盘抽奖的概率问题,概率的设定就影响了玩家在本次投入中获得的回报率,并且在不出现累积的情况下,玩家每一次的选择概率都是相同的,所有的因素都会无限刺激玩家在选择中的态度,一是让奖励形态更加戏剧化;二是刺激用户不间断地回到奖励场景中。



图 3-30 《战神三国》轮盘抽奖界面



图 3-31 《捕鱼达人》中奖界面

游戏设计师 Chris Birke 和心理学家 B.F. Skinner 在研究玩家的游戏表现后都认为:具有变量因素的随机概率,对于让玩家在不想错过什么的心态中频繁回到游戏更为有利。如果概率是固定的,并且这个奖励的吸引力不是足够大,对用户该有的牵制力就相应地减小很多。



3.5.2 奖励需求层次及用法

奖励是一切游戏中的重要特征,因此是可见于所有游戏类型的元素。奖励的形式和大小多种多样,如果奖励得当,就能够极大地增加玩家的游戏乐趣。但奖励也不是随意设置的,而应该有合理的结构和计划。所以在设计奖励结构时,应该从最底层开始自下而上地动工,以便得到稳定的结构,这也是每个层次需要环环相扣的原因所在。越高级的层次,其奖励频率就要越大。可以采用碎片模式,例如 10 个小奖励等于一个大奖励,10 个大奖励等于一个核心奖励。当然这并不需要严格的碎片化,但小奖励的数量要超过大奖励。以此类推,越往上层走,其奖励就会更趋于有形。最底层的奖励对玩家来说是最基础的,而顶层的奖励尽管能够强化底层的奖励,但完全是装饰性的,无法脱离底层奖励而存在。

1. 奖励玩家体验

在考虑其他细节之前,一定要先完善玩家体验。优秀的玩法和沉浸感一定要贯穿游戏机制、美术设计和 UI(包括关键的玩家反馈)。因为趣味是无法用语言表述的,所以很难定义这个环节是否已经实现,一定要让玩家享受在游戏中逗留的乐趣。

《侠盗猎车手》(GTA)系列在这方面就表现良好——游戏中既没有设定目标,也没有奖励(事实上玩家还会因为丢失弹药和支付医药费而受到惩罚)。但玩家还是乐此不疲,因为其游戏玩法/机制本身就已经如此有趣和具有内在奖励性。

2. 核心和长期奖励

完善玩家体验之后,就要考虑其核心和长期奖励,这是玩家获得的最大奖励,包括主要情节开发,开启新内容的主要里程碑(例如在 GTA 中进入一个新岛屿)或者获得一个新游戏机制(例如《Crash Bandicoot 3》每一场 boss 战后出现的机制)。由于这些是玩家得到的最大的有形奖励,并将影响其内在体验,因此只能偶尔出现,这样既可以保证发挥奖励应有的价值,也可以避免干扰玩家。

3. 主要和中期奖励

主要和中期奖励可以是升级、完成任务、获得技能或金钱等。这些奖励对当时的玩家来说很重要,但并不是可以永久保存的奖励,这本身就极具奖励性,但其价值也会逐渐消失,最终被其他物品替代或者变得多余。

4. 短期和次要奖励

这些小型、频繁的奖励本身并不会给玩家带来多大的好处,但可以整合成一个大奖励,包括搜集某项道具、小数额的金钱或技能,也可以是完成某个任务中的一个环节。主要奖励意味着更大的终结,次要奖励则意味着小规模终点,即走向主要和中期奖励。

5. 装饰性奖励

装饰性奖励可以独立存在,或者融入玩家反馈以丰富视觉效果。这类奖励只能作为玩家进程的一个视觉测量指标,在某些情况下只有信息量,例如显示在屏幕上的得分数据。

3.5.3 奖励的心理学原理

20 世纪 30 年代,新行为主义心理学创始人之一的斯金纳为研究操作性条件反射设



计了一个实验设备——斯金纳箱。箱内放入了一只白鼠或鸽子,并设一个杠杆或键,箱子的构造尽可能排除一切外部刺激。动物在箱内可以自由活动,当它压杠杆或啄键时,就会有一团食物掉进箱子下方的盘中,动物就能吃到食物,其目的是研究怎样的条件能让小动物更频繁地压杠杆或啄键。这是一种间歇式奖励安排,将给予任何特定的行动一次回报机会。斯金纳箱如图 3-32 所示。

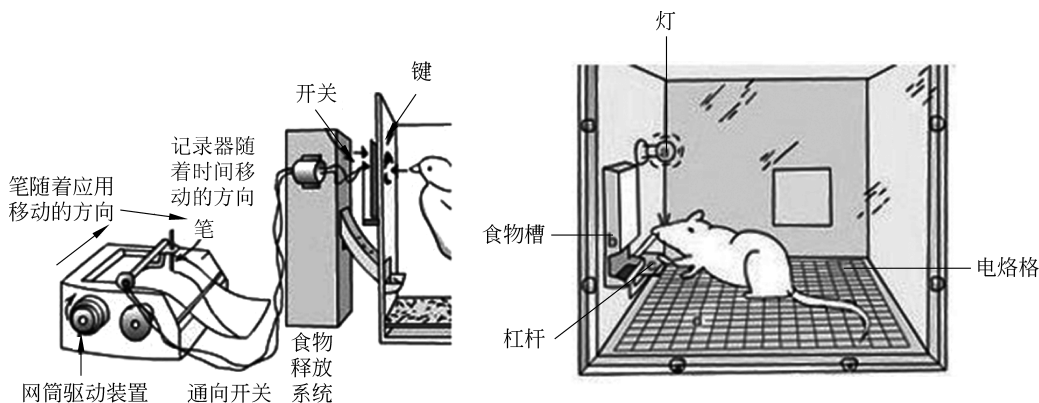


图 3-32 斯金纳箱

研究发现,最有效的奖励安排是基于可变比例的奖励安排,即将随机性插入奖励的获得中,例如存在许多没有奖励的拉拉杆行动,但奖励总数却是固定的。如果这一行为能够延伸到人类身上,那么基于获得奖励的机会不是有保证的奖励,玩家便会更频繁地执行某一个活动。

在游戏中提供奖励是受欢迎的,设计师会因为各种理由给予玩家奖励,包括他们的行为、使玩家有精通感、在某一游戏过程中提升难度、支撑游戏机制和玩家能力等。为了避免玩家将动机转变成想要奖励,可以不让玩家知道将获得奖励,这也是一种可变的奖励安排。当玩家知道自己将获得奖励时,便只会为了奖励而游戏,这比当奖励是不确定时转变动机更加困难。很多游戏会在一些难以预测的时候给予玩家道具作为奖励,这样玩家便可以不依赖于奖励而更专注于享受游戏乐趣。

3.5.4 游戏外部奖励设定

为了让一款复杂的游戏含有内在奖励,需要有效设置一些元素。首先,游戏必须让玩家觉得是公平的,而不是呈现一些不必要的难度。提高敌人的价值并不会改变游戏,却意味着玩家需要花更多的时间刷任务或与敌人相抗衡。例如《忍者外传:黑之章》(图 3-33)便是基于难度级别改变敌人而让游戏变得更加复杂的。更难对付的敌人能更快地做出反应,拥有全新的攻击能力并且能够基于不同方式带给玩家挑战。



图 3-33 《忍者外传:黑之章》



另外要限制选择,如果让玩家拥有各种技能和道具,但之后在复杂模式下只能使用一种或两种方式玩游戏,这便是一种矛盾。因为这会将更高级别的游戏变得更加单一,并迫使玩家进入一种非黑即白的体验。

外部奖励是任何能够给玩家提供某种奖金或奖品的内容(战利品、成就等),甚至玩家角色的新头像也属于这类奖励。外部奖励并不需要游戏做出改变,但是希望能够对某些内容产生影响。比起内部奖励,外部奖励最重要的一方面便是需要始终都处于玩家的控制范围内。例如,《镇压》和《侠盗猎车手》的外部奖励方式就有所区别。在《镇压》(图 3-34)中,每一个敏捷的球体都能够提供给玩家短期和长期的奖励;而在《侠盗猎车手》(图 3-35)系列游戏中,收集特殊包或杀死鸽子时只能获得一种奖励。也就是前者不断提供奖励,而后者只在玩家完成足够的任务时才提供奖励。



图 3-34 《镇压》



图 3-35 《侠盗猎车手》

3.5.5 奖励类型和增强方法

奖励固然是主观的,但是游戏中必须要有某些能让玩家感到高兴的元素,例如《宝石迷阵》(图 3-36)中宝石掉落的声音能够让玩家感到轻松,《雷神之锤》中屠杀怪物会让玩家感觉自己很强大,《文明》(图 3-37)会让玩家有构建强大帝国的感觉,《模拟人生》会让玩家经营自己理想的生活,《网络奇兵》给玩家极度恐慌的感觉,而玩家喜欢《Paradoxion》或许是因为感觉自己很睿智。

提供奖励的游戏还可能出现两种情况的偏差:一是游戏中有过多的讨厌之物;二是



图 3-36 《宝石迷阵》



图 3-37 《文明》

游戏中的奖励过少。前者会让玩家在游戏中产生挫败感,后者会使玩游戏变得乏味。游戏设计师关心游戏能够提供的奖励类型,并对玩家能够感到高兴的东西做出合理的猜想。游戏中常用的奖励类型如下。

(1) 资源奖励。资源包括钱币、食物、士兵、武器等多种形式。在资源有一定作用的游戏,得到资源通常被视为一种奖励。

(2) 技能奖励。有些游戏有明确的系统,让玩家可以提升角色的技能。例如,角色扮演类游戏中提供的可以提升角色力量、耐力和速度的奖励,还有一种是科技。技能奖励会让玩家产生提升的感觉。

(3) 扩展奖励。如果玩家在游戏中可能因为生命值或时间的原因导致游戏结束,那么这种游戏便存在添加扩展奖励的空间。通过向玩家提供额外的生命值、生命数或时间等方式增加玩家的游戏时间,玩家会将这种做法视为奖励,但是如果游戏让玩家产生了挫败感,则扩展奖励也无法挽救。

(4) 内在奖励。精美的图像、音乐和音效都会被玩家视为奖励,就游戏可玩性而言,内在奖励并没有为玩家提供任何东西,但是却能够使游戏体验得到升华。

(5) 成就奖励。玩家在游戏中完成某个任务,这本身就可以视为一种奖励,例如击败对手、打通关卡等。成就奖励很微妙,因为每个玩家对它们的感受都各不相同,而且游戏初期的成就在后期或许是一种常态。

(6) 动机奖励。尽管有时玩家在游戏中获得的东西对游戏可玩性并没有产生影响,但是这些东西能够让玩家产生动机,鼓励他们获得更多的分数。在竞赛中获胜后获得的奖杯起到的也是这个作用。过场动画也属于这种类型,但激发的不仅仅是动机。游戏内