影响力
INFLUENCE

「ついやってしまう」体験のつくりかた
人を動かす「直感・驚き・物語」のしくみ

任天堂的体验设计

创造不知不觉打动人心的体验

[日]玉树真一郎 著
王芳 译

假设▸尝试▸高兴

误解▸尝试▸惊讶

吸引▸成长▸意志

中国工信出版集团
電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

/ 作者简介 /

玉树真一郎

理解事务所代表

生于1977年。毕业于东京工业大学，北陆先端科学技术大学院大学。最初以程序员身份就职于任天堂，后成为设计师。作为在全世界销售超过1亿台的Wii游戏机的策划负责人，从最初的概念工作开始，参与了硬件、软件、网络服务的策划开发，被称为“Wii的传播者”和“宣传演示Wii最多的人”。

2010年从任天堂离职。同年，回到青森县八户市独立创业，成立“理解事务所”。在全国的企业和地方自治团体中，每年举办超过60次有关概念规划、有效演示方法、设计等主题的研讨会。除讲座、研讨会、发布演示外，还经营咨询、网络服务和应用程序开发等服务，同时致力于人才培养和区域发展。

2011年5月，开始担任指定非营利活动法人平台的特别研究员。2014年4月，开始担任八户学院大学地区管理学院的特聘教授。2017年4月，开始担任三泽市城市规划顾问。

作者还著有《如何制作概念》（钻石出版社）。

版权信息

COPYRIGHT

书名：任天堂的体验设计：创造不知不觉打动人心的体验
作者：【日】玉树真一郎
译者：王芳
出版社：电子工业出版社
出版时间：2021年9月
ISBN：9787121213090
字数：234千字

版权方：电子工业出版社有限公司

版权所有·侵权必究

前言

独自一人走夜路的时候，你是否会不由自主地想到妖怪呢？如果真的出现妖怪，你是呼救，还是打110报警电话，或者和妖怪战斗？紧张害怕的心情，通过让人直冒冷汗和心惊肉跳的形式，能够改变身体机能。

当你玩游戏时，也会发生同样的事情。游戏本来就是虚构的，不管游戏的主人公有多危险，对现实生活都没有任何影响。但游戏确实能影响人的心情，令人又紧张又兴奋，又痛苦又快乐。

走夜路和打游戏有一个共同点，就是能影响我们的心情，带来强烈的体验感。如果什么事都像走夜路或打游戏一样，能轻而易举地左右人的心情就好了。

比如，教育孩子。无论怎么说，孩子都不愿意收拾玩具。**为什么孩子就是不听话呢？**[1]

比如，交流谈话。无论怎样传达，最重要的事情总是传达不出去。**为什么对方不理解呢？**

比如，商业市场。用尽心思策划开发的商品和服务，无论多么有用和方便，都卖不出去。**为什么这么好的东西卖不出去呢？**

如何才能打动人心？如何才能让人理解？如何才能让人行动？为探究这些问题的答案，我写了这本书。想必你一定和我一样强烈地想知道**到底怎样才能创造出打动人心的体验吧？**

我奉上自己的结论：**任何人都能创造打动人心的体验。**

容我在此自我介绍一下，我叫玉树真一郎[2]，曾经在任天堂株式会社（下简称“任天堂”）工作，负责游戏机的策划开发工作，参与度最高的是Wii游戏机。

Wii是一款全球销量超过1亿台的热门游戏机，但它本身并不是很有趣。说到底，游戏机就是为让玩游戏的体验变得有趣。正因为如此，当时的我经常会对“**游戏是如何打动人心的**”这个问题反复和他人讨论、分析、研究，并运用到产品策划开发中。

在那之后，我离开了任天堂，并帮助多家公司和组织以策划专家的身份思考企业战略规划问题。我唯一的武器就是在职业生涯中学到的和通过实践验证的“**如何创造打动人心的体验**”。

在这个世界上，单纯具有多功能、高性能特征的产品已经卖不出去了。不经意间就能让人感受到产品特性和服务的东西、任何人都能使用的东西、让人心情变好的东西……这类能带来打动人心体验的产品和服务才是人们需要的。[3]

我们无论何时都希望能够打动人心。

这才是本书的核心。本书把创造打动人心体验的方法称为“**体验设计**”，汇总成在商务和生活中都能应用的三种类型。[4]

但是，当突然有人说“这就是体验设计”时，应该还是会有人一头雾水吧。原本“体验”本身就是抽象的，并不能很好地用语言表达出来。

那么，让我们来看一个例子。你要做的就是凝视以下图片5秒钟。[5]

为什么呢？明明只是用眼睛看图片，注意力却奇妙地集中在鼻子周围的区域。这种心理活动才是体验的本质。[6]

“体验”这个词里虽然有“体”这个字，但和身体没有关系。**只要心动了，那就是体验。**

被载入史册的经典游戏是如何打动玩家的呢？本书将通过分析实际的游戏，带领大家接近体验设计的本质。

但是，请注意，本书对游戏的分析和讨论的内容并不代表游戏公司的官方见解，而是我自己的个人见解。为什么游戏如此有趣？如果你能和我一起探究这个有趣的谜题，我会非常高兴。[7]

在你身边的各种产品和服务，到底设计师设计了怎样的体验，将其传达给你呢？当看到它的真面目时，你看待世界、感知世界、感受人生的方式都有可能发生改变。

甚至，你想打动人心、希望对方理解、希望对方行动的愿望，说不定也能实现。

这是不是太夸张了？是的，我真的在努力实现这样的愿望。在本书中，为让读者感受到体验设计这一思考方式，我花了无数的心思。

本书有很多奇妙的地方[8]，你不用担心太复杂，只需亲身体验即可。

玉树真一郎

[1] 当被要求“收拾一下”时，应该没有人抱有“我想收拾一下”这种心情吧？那么，怎样才能让对方有想收拾的心情呢？我在本书中对此进行了思考。

[2] 1977年（昭和五十二年）生于日本青森县八户市，B型血。在任天堂工作时住在京都，现在回到故乡独立发展，经营个人事务所“理解事务所”。

[3] 商品和服务给用户带来的体验，在商业界被称为UX（User Experience）。不仅在策划和设计领域，它在经营管理领域也被作为重要的概念传播。

[4] “设计”这个词有两个意思。狭义的设计=制作物品的形状，广义的设计=计划、企划。本书的设计指的是“广义的设计”。

[5] 这里的例子，出自一款游戏。改编自几秒钟就能瞬间通关的《瓦里奥制造》（任天堂，2003）中的著名迷你游戏“来吧！”。

[6] 为什么“鼻子和剪刀手”会吸引你？作者将在“结语”中给出自己的答案。

[7] 作者曾是任天堂的雇员，但关于任天堂游戏内容的见解并不是任天堂的官方见解。作者想剖析游戏如何吸引人，于是写了本书。

[8] 这是一本与普通的经管类书籍不同的书，说不定会让你大吃一惊。这种特殊的风格有其设计意图。书中有非常详细的解说，你可以放心阅读。

敬请选择

从头开始逐页阅读本书，

你可以慢慢深入了解它。

本书可以用于商业和生活。

有关体验设计的摘要和具体示例，

你可以直接翻到后面，查阅“体验创造法”

的使用方法（实践篇）。

从你最喜欢的地方开始阅读。

*本书内容是作者自己的见解，并不代表本书提及的游戏制作公司及制作者的见解。

*请注意，本书记载了一些游戏故事的核心内容。

谁是你想打动的对象呢？

客户？　同事？　家人还是朋友？

在本书中，我们将向你展示如何打动他人。比如这样：

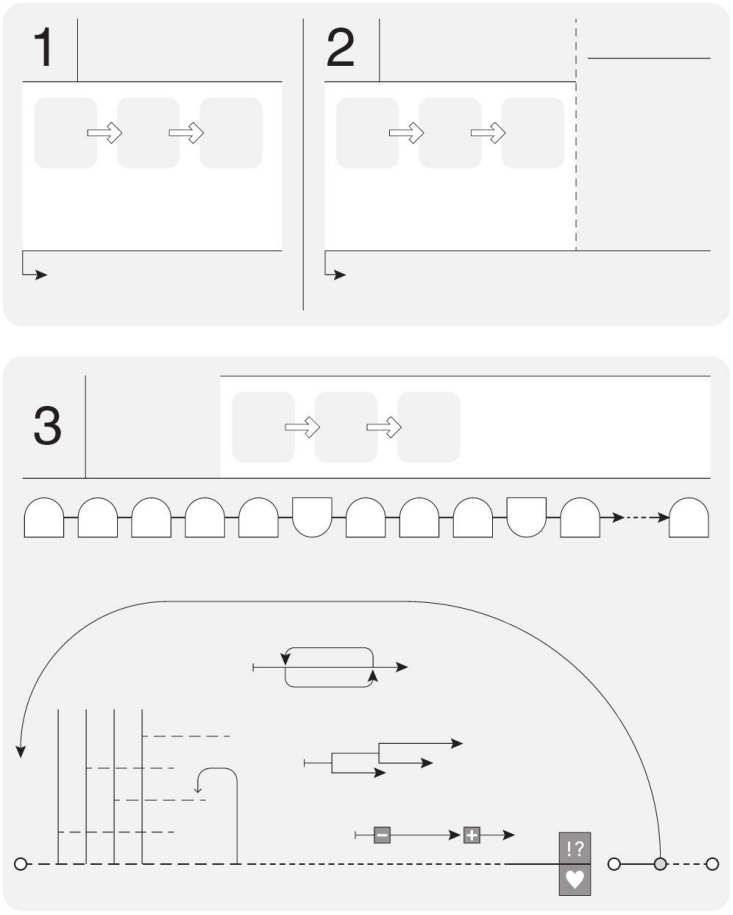
1 让人不由自主地行动

2 让人不由自主地沉迷

3 让人不由自主地叙述

这个“不由自主”才是体验设计的力量。

那么，就让我们开始打动人心的体验设计旅程吧！



上图是体验设计全貌图。

本书以游戏为题材，依次对1. 直觉设计、2. 惊喜设计、3. 故事设计进行讲解。

现在还没有详细的“全貌图”说明，只有框架结构。

具体内容书中会逐步揭晓，希望大家满怀期待地继续阅读。

能否告诉我

现在是几点几分？

《地球冒险2》（任天堂，1994）中时钟的语言

第1章
人为什么会不由自主地行动
——直觉设计

基于计算机开发的游戏获得广泛认可，已经有几十年历史了。在游戏发展历程中起到核心推动作用的是第1章分析的《超级马里奥兄弟》（下简称《超级马里奥》）这款游戏。

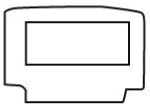
作为世界上最畅销的游戏，这部作品被载入吉尼斯世界纪录。众所周知，这绝对是一款具有历史意义的游戏作品，甚至在世界范围内成为游戏的代名词。

在分析这部作品采用的体验设计的同时，让我们来探讨一下游戏是如何创造直觉体验的。

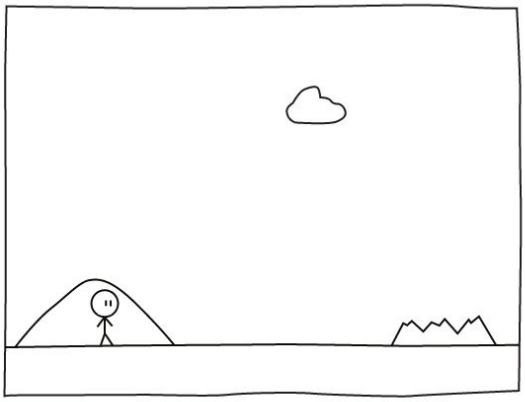
关于直觉体验的讨论，最终会回归到“人们为什么要玩游戏？”这个本质问题。

《超级马里奥兄弟》

Super Mario Bros.
任天堂，1985



CASSETTE



在解说体验设计时，本书考虑到游戏公司的著作权，
展示的不是实际游戏画面，而是示意图。
想要确认实际游戏画面，
请观看版权方公开的画面或者下载游戏试玩体验。

什么样的游戏会畅销

当被问到“什么样的游戏会畅销”时，大多数人都是这样回答的：“当然是有趣的游戏会畅销啊！”这是一种极其正确、理所当然的说法。**有趣的游戏才能畅销。**

话说，《超级马里奥》是一款被载入吉尼斯世界纪录的畅销游戏。因为畅销，所以谁都会感觉它“好像很有趣”。

用《超级马里奥》做个实验。我把比较诚实的孩子召集到一起，让他们看《超级马里奥》游戏的开始画面，然后问他们：“看起来有趣吗？”我没想到，孩子们对于世界上最畅销的游戏，竟然说了这样的话：

“看起来并不是很有趣。”

世界上最畅销的游戏，看起来并不是很有趣……很奇怪。如果看起来并不是很有趣的话，**为什么《超级马里奥》能成为世界上最畅销的游戏呢？**

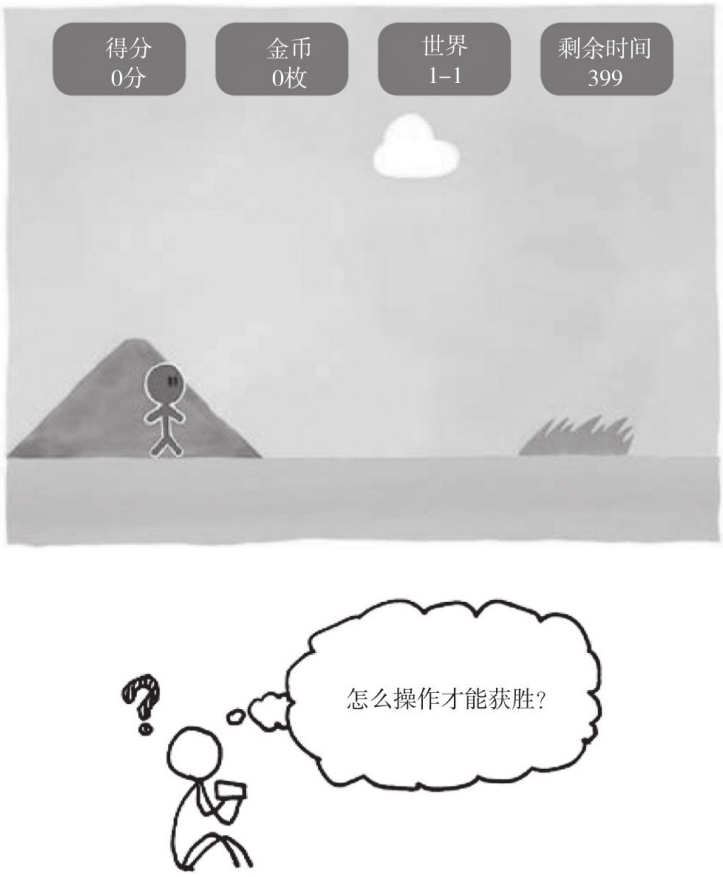
《超级马里奥》开始画面（示意图）

不过，如果有人直截了当地问“为什么《超级马里奥》能成为世界第一畅销游戏”，回答起来就有点困难。探究任何商品畅销的原因，都必须考虑当时的时代背景。因这里只关注游戏体验设计，我想问一个稍微有点迂回但仍有意义的问题：

“在这个游戏中怎么操作才能获胜？”

怎么操作才能获胜？对于《超级马里奥》最重要的规则，玩过的人应该都能马上回答出来吧？出乎意料的是，**这是一个几乎没有人能答对的难题。**下面举几个错误答案的例子，让我们慢慢接近正确答案。

我们从这样的错误回答开始。马里奥的宿敌、最强的对手、BOSS……是谁？



“击败酷霸王即可获胜”（见下一页示意图），这是最常见的错误答案。你可能认为酷霸王绝对是游戏中的最终BOSS，这个答案肯定

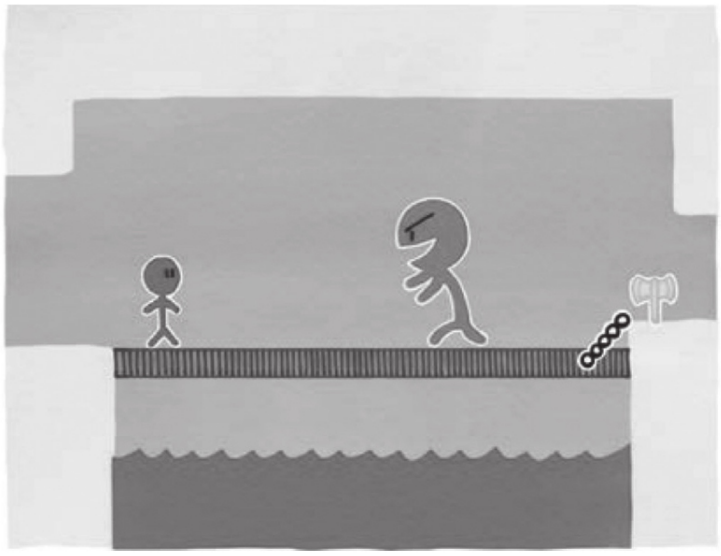
不会错。

这就像足球。如果不知道“把球射进球门就能得分”“不能用手触球”等基本规则的话，就没法玩了。所以，必须事先向大家讲清规则。重要的事情必须在一开始就传达给对方。

但是，在《超级马里奥》游戏开始时，**玩家并未被告知“打败酷霸王就能获胜”**。哪里都没有显示酷霸王吧？也就是说，“打败酷霸王就能获胜”的规则，不是游戏主线，只是支线而已。同样的道理，“救出被酷霸王掳走的碧琪公主就能获胜”也是错误的回答。

重要的是，**最重要的规则应该在游戏开始时告诉玩家……**但是，在游戏开始，玩家一下子得到4个常见的错误“答案”。

《超级马里奥》开始画面



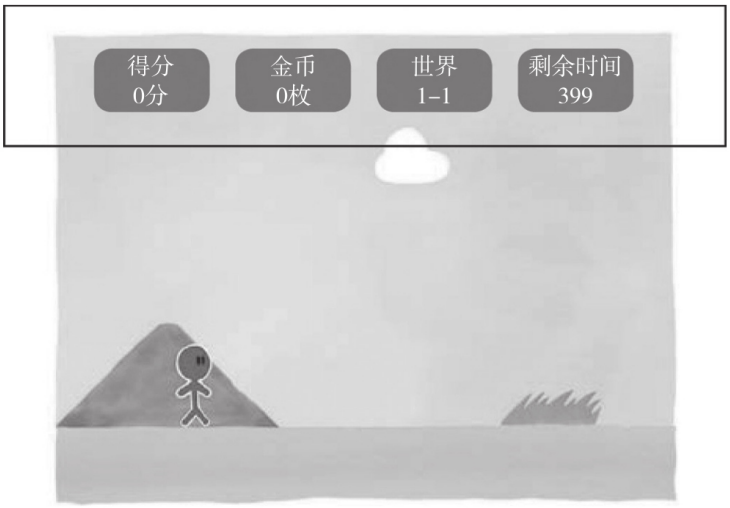
酷霸王出现

获得分数就获胜，收集金币就获胜，进入下一个世界就获胜，在限定时间内完成操作就获胜。很遗憾，上面的四个答案也是错误的。为什么？

或许某个玩家看了画面后以为“得分最重要”，之后想办法得分，但问题就出在这里。画面上虽然显示了分数的存在，但**没有显示得分的方法**。这样的话，玩家不知道如何得分，就会走投无路。

也就是说，最重要的必须是玩家能够瞬间了解**“自己应该做什么”**。在《超级马里奥》游戏开始时，设计师到底在示意怎样的行动呢？这才是最重要的规则内容。

到这里，我已经列举了很多错误答案。答案既不是酷霸王，也不是碧琪公主，也不是得分，更不是金币。这显得越来越难了……



游戏画面顶部显示的信息

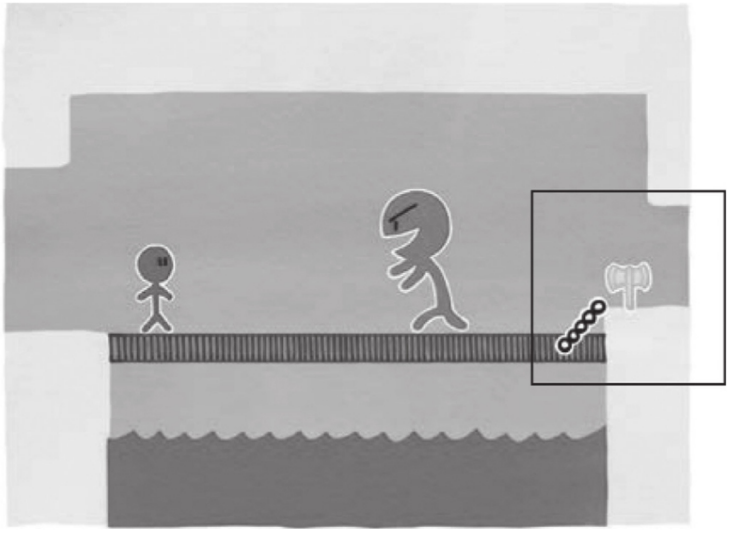
让我提示一下吧。

在游戏中，玩家是这样打败酷霸王的：拿起斧头，砍下铁链，弄断桥梁，酷霸王掉到熔岩池里。也就是说，**拿到画面最右边的斧头就能获胜**。嗯，是这样？……请不要着急下结论，还有两个奇怪的地方。

第一，作为孩子玩的游戏，打败酷霸王的方式很普通。实际上，如果让孩子设计游戏的话，他们会喜欢重拳、炸弹等激烈方式。然而，为什么设计师却选择了普通方式呢？

第二，在这种普通方式中，包含大量数据。游戏在前面只使用少量数据，**为什么要在这里使用大量数据呢？**

这是越想越让人觉得奇怪的设计。我们可以这样理解，设计师并不是说“想要这样的方式”，而是说“虽然很普通，数据量也很大，但**只能用这样的方式**”。



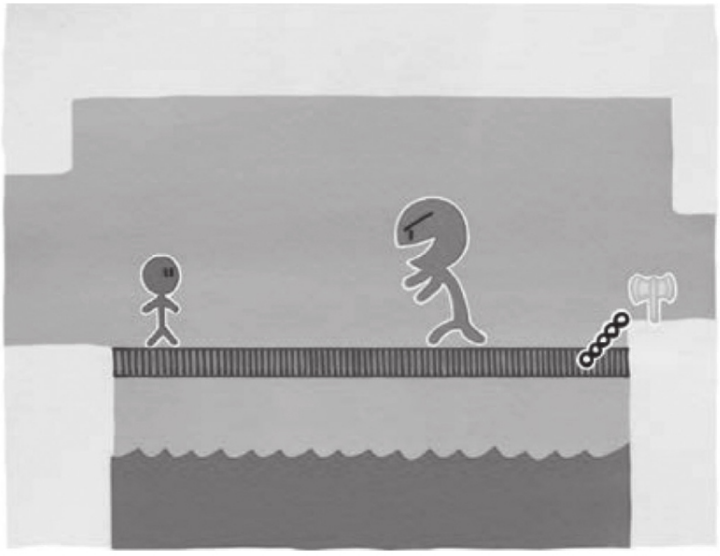
游戏画面右侧的斧头

在遇到酷霸王之前，玩家在游戏开始的时候，无意识地感受到了最重要的规则内容，**按照规则继续冒险**，终于到达酷霸王这一关。这个时候，玩家在想什么呢？在仔细研究无数的设计并了解作者用意之后，谁也没想到这里是“为打败酷霸王，拿起斧头，砍下铁链，弄断桥梁”这样的玩法。

玩家唯一想的就是按照遇到酷霸王之前就一直存在的最重要的规则行动，仅此而已。正因为如此，**设计师必须在玩家按照最重要的规则行动的时候，自然而然地设计出打败酷霸王的流程**，于是诞生了“取下画面右侧斧头”的方法。

那么，设计师必须遵循的最重要的规则到底是什么呢？打败酷霸王的方式是“取下画面右侧斧头”吗？请一边思考，一边重新观察《超级马里奥》的开始画面。

在游戏开始，玩家凭直觉感受到规则的存在



玩家一直相信凭直觉感受到的规则，直到酷霸王这一关

作为信使的马里奥

《超级马里奥》游戏要怎么玩才能获胜呢？前文提到过以下错误答案。

打败**酷霸王**就获胜

救出**碧琪**公主就获胜

获得**分数**就获胜

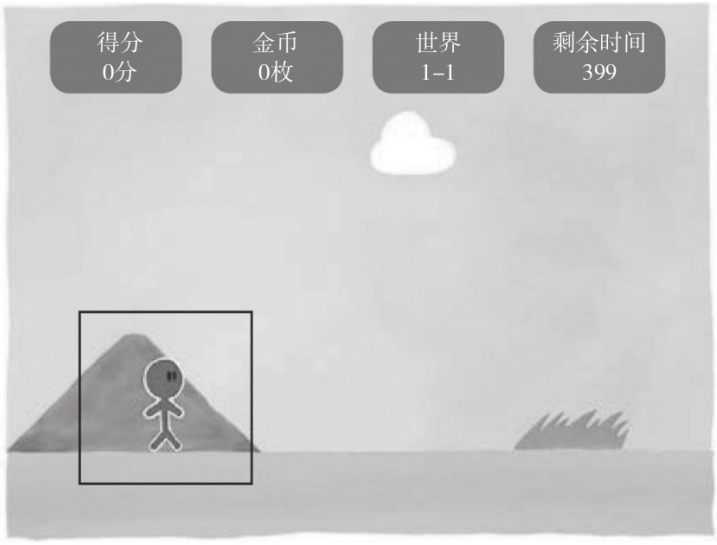
收集**金币**就获胜

进入下一个**世界**就获胜

在**限定时间**内完成操作就获胜

在这里，哪怕有一点觉得这些答案不合适的人都是敏锐的。虽然上面举出了这么多的错误回答例子，但**在这个游戏中最重要的东西却没有登场。**

这个游戏的主人公是世界上最有名的游戏角色，是最显眼、最能引起玩家关注的那个人……



在这个画面中，最应该被关注的是？

没错，备受玩家关注的主人公马里奥，**应该传达了这个游戏最重要的规则**。因此，让我们在这里再次仔细观察一下马里奥。请试着用语言描述马里奥的样子和马里奥身上传达的信息。顺便说一下，我（作者）把观察后用语言描述的工作称为**语言素描**。

红色。很好！玩过这一游戏的人可能会有马里奥“长胡子”“戴帽子”的印象，请提供从示意图中发现的信息。……已经没有可以从示意图中发现的信息了！大家可能这么想，但其实还有很多信息。比如：

马里奥在哪里？在平坦的地面上，在画面的左边。

马里奥在做什么？站着，面向右边。

马里奥在画面的左边，面向右边。马里奥在传达什么信息呢？接下来，我再给出剩下的两个提示。

试着用语言素描分析马里奥

第一个提示：画面左侧是高山。**左侧有一堵墙，给人一种被堵住的印象。**

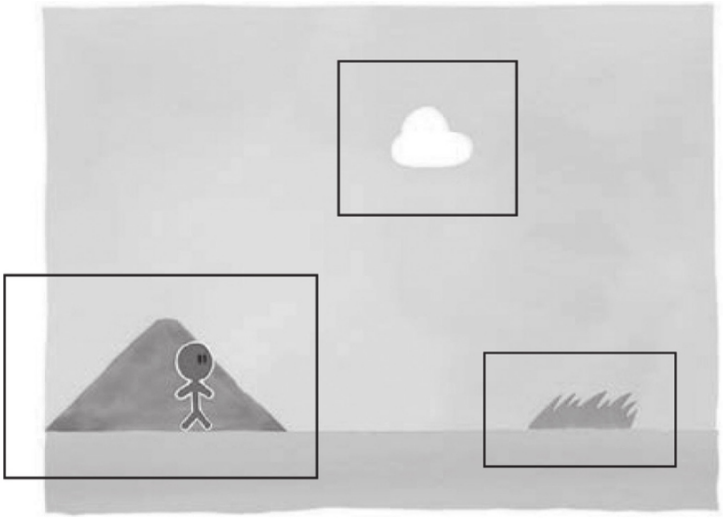
第二个提示：画面右侧是明亮的黄绿色的草和雪白的云。作者好像是用明亮的颜色吸引眼球，**把玩家的视线拉向右侧。**

此外，尽管未在示意图中显示出来，但马里奥确实有胡子和帽子。那么，为什么马里奥有胡子和帽子呢？理由可能是，为让人更容易明白脸部朝向哪一侧。针对儿童设计的游戏，主人公有帽子还能理解，但有胡子就很奇怪了。如果设计师是**想让玩家知道“马里奥面向右侧”**，那将是一个令人信服的设计。

你已经知道答案了吗？因为下一页将会揭晓答案，所以我想再次问一下：

这个游戏要怎么操作才能获胜？这个游戏最重要的规则内容是什么？

在最终答案揭晓前，请你一定准备好自己的回答哦。



山、草、云

最终答案是“**向右前进**”。这才是这个游戏最重要的规则内容。在广阔的世界里奔跑的马里奥，其实也只是向右前进而已。

玩家在游戏开始时就凭直觉感受到了这个规则，并对此有深刻的了解。因为太理所当然了，所以玩家无法用语言来表达这个规则。玩家相信“向右前进”这个规则，其中的证据可以从马里奥和酷霸王战斗时的行动中得到。

好不容易玩到了酷霸王这一关的玩家，不知道周边的斧头、锁链、桥梁、熔岩等游戏元素的意义。尽管如此，他们仍坚信“向右前进，总会有办法的”，甚至不惜冒死也要向右前进。

但是，这里有一个疑问：**为什么玩家如此强烈地相信“向右前进”这一规则存在呢？**设计师到底使用了怎样的设计魔法，让玩家相信该规则的存在呢？为解开这个秘密，现在就让马里奥向右前进一步吧。

马里奥向右前进

当玩家遇到酷栗宝时，他们会感觉到一些奇妙的事情

让马里奥向右前进的话，他的最初的敌人**酷栗宝**就会登场。酷栗宝从右侧露出一张恐怖的脸，向马里奥所在的左侧横向逼近。

但是，为什么酷栗宝横着走呢？横着走的生物好像只有螃蟹。其他生物横着走相当不自然，为什么设计师要让酷栗宝横着走呢？理由是“为让玩家从正面看到酷栗宝恐怖的表情，明确告诉玩家那是敌人”。**从这里可以看到设计师是如何清晰地传达信息的。**

那么，请允许我在这里提出一个重要的问题：**玩家发现酷栗宝时心情如何？**我先声明一下，这个问题比较难回答。即使不知道怎么回答也没关系，请继续往下阅读。

即便如此，在这本书里也经常会出现“玩家的心情如何”这个问题。虽然很烦，但为阐述体验设计，这也是没办法的事情。

酷栗宝登场

“回答××的心情”，似乎是日语表达的问题。但换句话说，**体验设计就是要考虑人的心情。**无论什么时候，设计师都必须考虑让玩家有怎样的体验、如何打动玩家。

因此，玩家看到酷栗宝可怕表情的瞬间就会明白“这是敌人”。当被问到看到敌人的心情如何时，回答大致可以分为两种：第一，想保护自己，想避开敌人，不想死……**防御型**。第二，想对敌人动手，想接近，想打败敌人……**攻击型**。

但是，很遗憾，这些回答都是错误的。设计师既不想让玩家害怕，也不想激发玩家的攻击性。总之，设计师只是想让玩家高兴。

因此，让我们转换一下思维方式，由结论得出答案。当发现酷栗宝时，玩家会感到高兴，尽管它是敌人！你可以思考一下：为什么**玩家看到酷栗宝**会高兴呢？

发现酷栗宝时玩家的心情如何？

遇到敌人还高兴，这样的人可能被认为是笨蛋！但是，有一个合理的理由，其重点在于**玩家遇到酷栗宝之前的心情**。我们马上梳理一下。

在游戏开始后不久，玩家一边看着马里奥的方向和位置，还有山、草和云等，一边不由自主地提出问题：“要向右前进吗？”在这个时候，这只是一个假设。因为游戏画面没有用大字写着“向右前进”，所以也**没有确切的证据**证明这个假设是正确的。

最终玩家还是会决定让马里奥向右前进，但始终处于“不知道向右前进是否正确”的状态，**内心还是不安的**。紧接着，玩家注意到了从右边出来的酷栗宝。在这种不能确定向右前进是否正确的不安中，如果遇到酷栗宝的话……

那么，再次提问：玩家发现酷栗宝时高兴的理由是什么？

玩家产生让马里奥向右前进的想法

玩家带着不安的心情让马里奥向右前进，直到遇见酷栗宝

对这个问题的回答是：“因为确认向右前进是正确的，所以玩家感到高兴”。让马里奥向右前进的玩家，不知道自己的想法是否正确，处于想快点确认向右前进是否正确的不安心理状态。正因为如此，他们即使发现敌人也会高兴。

这个回答，总让人觉得有点不太靠谱。有没有胆怯的感觉？这个问题，光看酷栗宝的话，是无法确定最终答案的。重要的是，在酷栗宝登场之前，玩家是怎样的心情……可以说是玩家的心路历程。**正是玩家的心路历程决定了体验的意义。**

那么，最初我想的是“为什么玩家如此相信向右前进”这个问题，解决这个问题的关键在于发现酷栗宝之前的一系列体验。

假设要向右前进，玩家在不确定中试一试，结果对了就会高兴。让我们来整理一下这里的一系列心理活动和流程。

玩家不知道让马里奥向右前进是否正确，所以感到不安

是不是敌人没关系，只要有东西出来，玩家就很高兴

直觉设计的结构

1. **假设**　自发建立“要××吗？”的假设。

*但是，玩家不知道假设是否正确。

2. **尝试**　自发决定“试试××”，然后行动起来。

*但是，玩家不知道尝试是否正确。

3. **高兴**　自发确认“××是正确的”。

*在这里，玩家第一次确信假设和尝试是正确的。

提出假设，尝试并高兴地确认结果。从马里奥出场到酷栗宝出现，**在短短几秒钟内，玩家的内心就经历了这么大的波动。**相反，从设计师的角度来看，我们仅在几秒钟内就可以设计出这样的体验。

令人惊讶的不仅是设计的精巧程度，经历了一系列体验的玩家，会深深相信在这里学到了“向右前进”的规则。要说玩家的相信程度，那就是他们在游戏中**不惜冒死都相信这个规则存在。**只要让人相信这个规则存在就足够了。但是，为什么玩家会产生那么深的信任呢？理由是这样的。

你会骑自行车吗？

我冒昧问一下：你会骑自行车吗？只是普通骑，还是没有任何不安、自信满满地骑？

你能确定自己骑自行车的方法是正确的吗？

当再次被问到时，你可能又没有那么自信了。向专业人士学习骑自行车的方法……一定没有吧。尽管如此，为什么你刚才的回答那么自信呢？

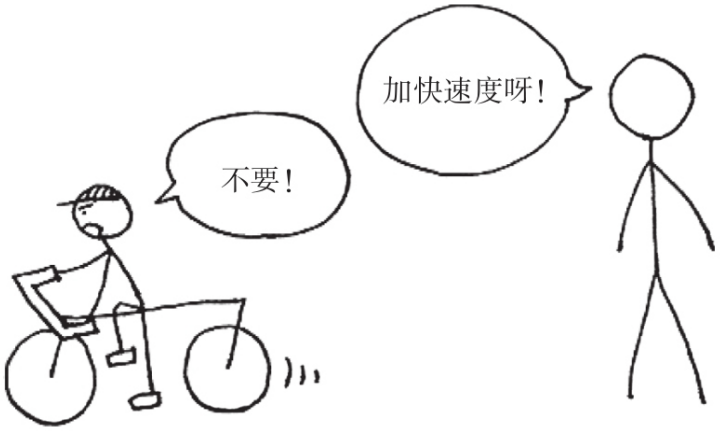
答案是，**你已经靠自己的体验学会了如何骑自行车。**你对已经学会、可以做到的事情有自信，并且不会怀疑。

另外，没有亲身体验，只是从别人那里学到的知识，很难让你有自信。例如，当你还在练习骑自行车的时候，如果有人说“再加快点速度就不会摔倒了”，你能相信他，然后加快速度吗？

“加快速度”这种危险的建议，你一定不会接受。如果加速的话，人摔倒的时候会更痛，更可怕！想着想着，你就算赌气也应该不会加快速度。但是，在反复骑自行车的练习中，你偶尔加快速度，偶尔能前进几米呢？在练习时，你凭直觉发现加快速度真的不会摔倒吗？试一试吧……然后，你高兴地发现自己前进了！

就这样，通过**假设→尝试→高兴**这种自发体验认知的骑自行车的方式，已经成为一辈子都不会让你产生怀疑的真理了。反过来说，你不再怀疑“你是否会骑自行车”了。充分利用自己的五感、才智、意识，怀疑自己努力从这个世界中发现的真理，就会变成怀疑和否定自己。

自发性地学到的东西，一辈子都无法否定。和练习骑自行车一样，玩《超级马里奥》的玩家，也是通过自发性的假设→尝试→高兴这样的体验，凭直觉发现并相信“向右前进”这一基本规则的。



不敢相信别人说的

在这里总结一下：通过一系列的体验向玩家传达信息……我把这种设计方法称为**“直觉设计”**。

假设　“要做××吗？”让其建立假设。

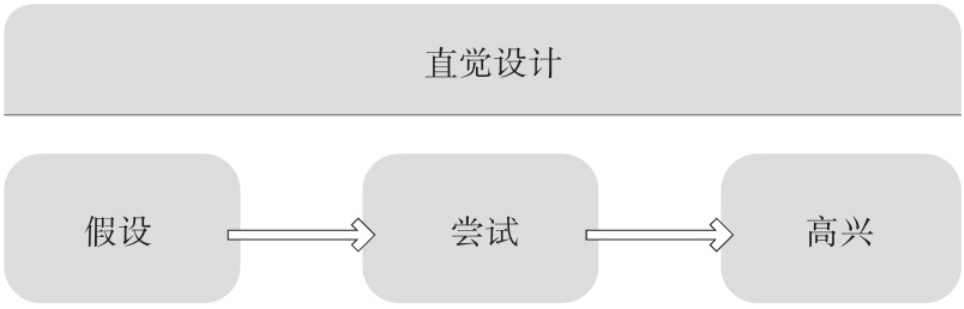
尝试　“试着做××。”用实际行动来确认。

高兴　“××假设是正确的！”让其感到高兴。

直觉设计的结果是**让玩家自己直观地理解体验本身**，此外还有另一个重要的结果。

在体验直觉设计之后，玩家最终会感到高兴，怀着高兴的心情玩游戏……在此提个问题：玩家如何评价让他们感到高兴的游戏？

“这个游戏，……”



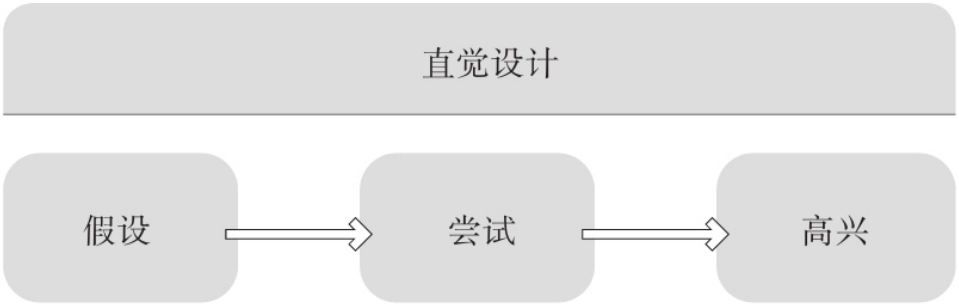
直觉设计示意图

我们只能这样评价：**“这个游戏很有趣！”**直觉设计，不仅直观地传达信息，还承担着让人觉得有趣这一最重要的功能。**能让人直观理解的东西就很有趣。**

虽然直觉设计如此强大，但**实际设计很困难**。为设计第1步骤“假设的体验”，让玩家自发性地建立“要做××吗？”这样的假设，必须考虑使用直觉设计。

同样，第2步骤“尝试的体验”也好，第3步骤“高兴的体验”也好，玩家自发性地“试着做××”“××假设是正确的”也必须要用到直觉设计。

玩家不假思索地说：“来吧，假设吧！尝试吧！这样就好了！”不做任何命令和指示，就以为能让人产生自发性体验的设计……说实话，我觉得这是一件相当困难的事情。不过，没关系，**遵循一个原则**即可。这里再次回到《超级马里奥》开始的画面。



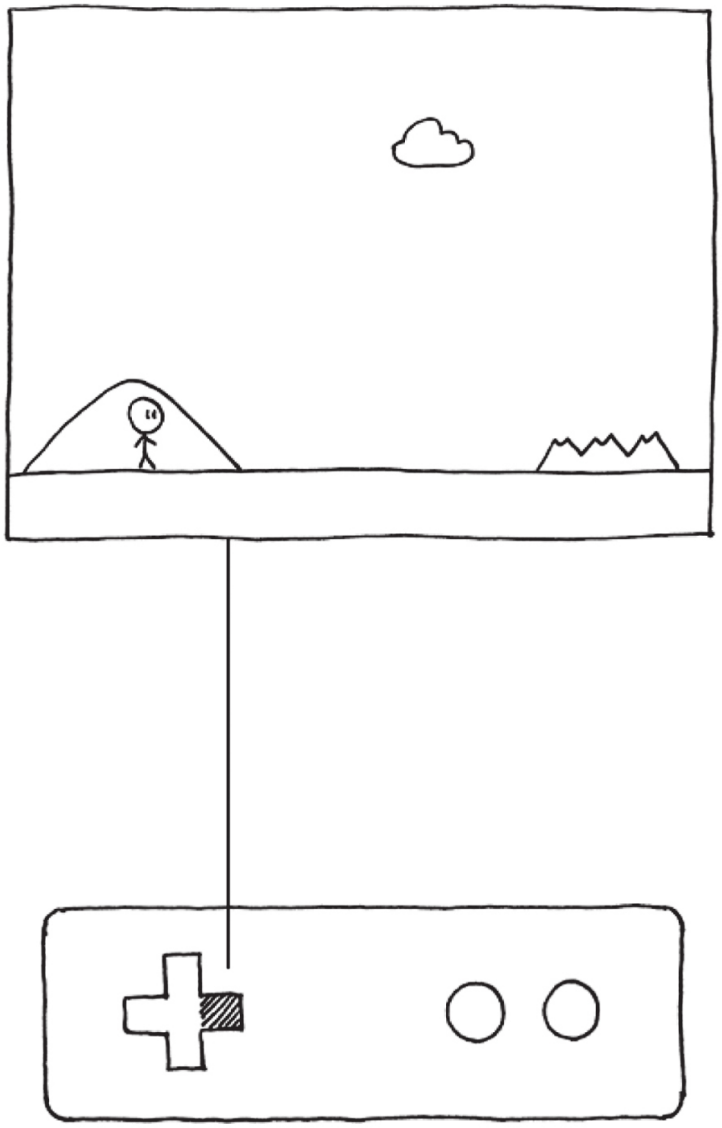
在实际设计每个体验的时候，应遵循什么原则？

比有趣更重要的事情

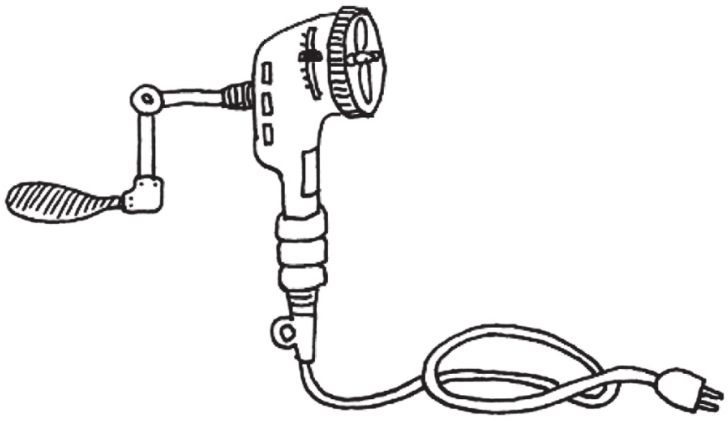
我们无意识地从当前的世界接收着无数的信息。在《超级马里奥》游戏的开始画面中，马里奥面向右边，左边有山。玩家的大脑会根据这样的信息组成“好像能向右前进”的假设，这时玩家就会无意识地注意到一些事情。在自己拥有的控制器上，**有个明显可以让马里奥向右前进的按钮。**

玩家如果注意到了向右前进的按钮的存在，就不得不按下它了。既然知道自己的假设只要按一个按钮就能确认，玩家就无法按捺住想去按那个按钮的心情。玩家用大脑思索“向右前进吗？”，大脑中的**假设就会被强制执行。**

玩家不是因为游戏有趣才玩，是因为“不由自主就想到了，不由自主就做了”才玩的。我们的大脑总是在寻找假设，并尝试进行验证。让我们来做个例题吧。



控制器上有个明显的可以让马里奥向右前进的按钮



神秘的机器

请看上图，这是一个令人难以捉摸的神秘机器。看着这幅画，你的脑海里会浮现出什么呢？请大家想象一下。

恐怕大家会这样想：“要转动摇柄吗？”“要插入插座吗？”“要握着这里吗？”我想确认一下，我并没有向大家传达“我想知道这个机器是怎么使用的”这一信息，但大家都想过“怎么使用”，对吧？

这个实验表明我们的大脑具有某些特性。**我们的大脑总是会对下一步行动做出假设：“要做XX吗？”**

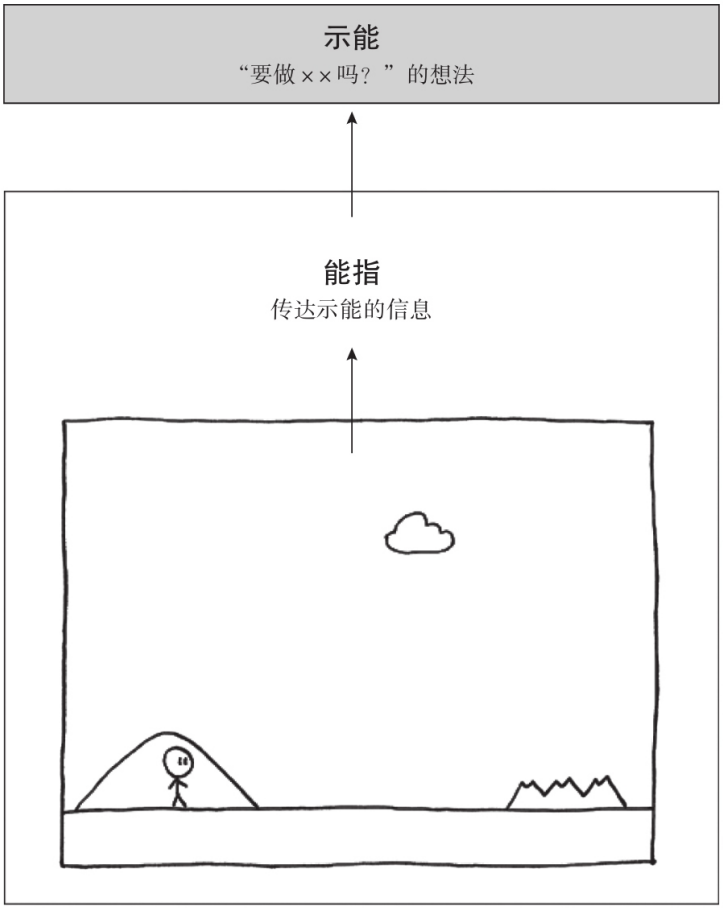
这种思考方式，其实在学术上已经有人做过研究。接下来让我对心理学和认知学中使用的**“示能”**（affordance）的思考方式进行说明。

示能原本的定义是“环境赋予动物的意义”。这可能让人难以理解，通俗点说就是当**你看到某些东西的时候，脑海中浮现出“要做XX吗？”这样的想法。**

不过，当一个人看到一台神秘的机器时，可能想到“要做××吗？”，但当狗看到相同的东西时，它可能什么也没想到。只有当被识别的东西（神秘机器）和识别者（人或狗）同时存在时，示能才成立。

除此之外，还有一种与示能相结合的思考方式，那就是**“能指”**（signifiers）。它是为传达示能而被特别处理的信息，比如《超级马里奥》里马里奥的样子和位置、山和草等。准确地说，几乎所有的画面都是能指。

示能和能指，使用这两种思考方式，就能解释本章开始提到的**“孩子们说《超级马里奥》很无聊”的原因。**

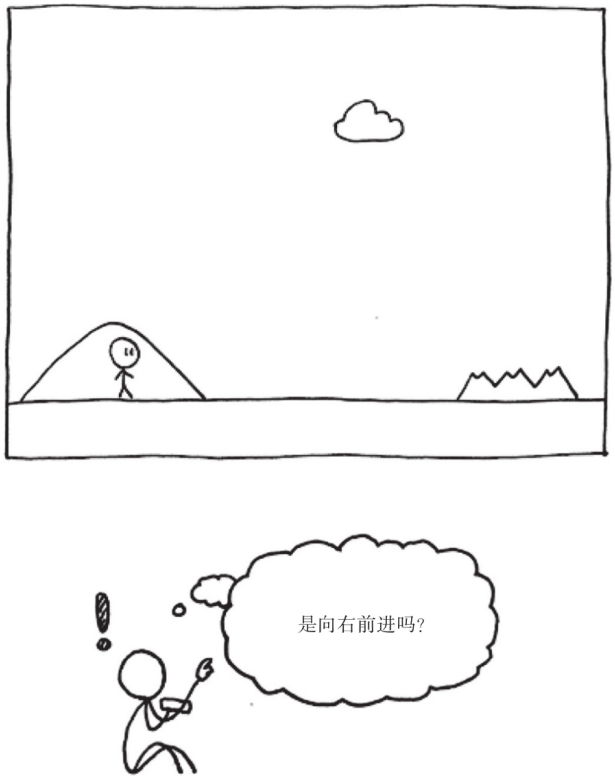


在《超级马里奥》游戏开始时，为传达“向右前进”这一示能，布满了能指。反过来说，也就是选择了不传达示能以外的内容。在这里牺牲的是，向玩家传达这个游戏很有趣的信息。正因为设计师首先想要传达的是向右前进这一示能，**所以将让人觉得有趣的东西都舍弃了。**

当我问孩子“《超级马里奥》有趣吗？”时，其实我还在做一个实验。如果只给孩子看《超级马里奥》的游戏画面，而**不问是否有趣，孩子就会自发地喊“向右前进”。**

没有任何命令和指示，也没有确凿的证据证明眼前的游戏有趣，玩家就自然而然地凭直觉开始玩。这是一个非常能证明游戏力量的例子，简直体现了游戏的精髓，甚至令人感动。

设计师原本可以根据自己的想法，做出非常漂亮的画面。画面越漂亮，越能给玩家留下好印象。但是……



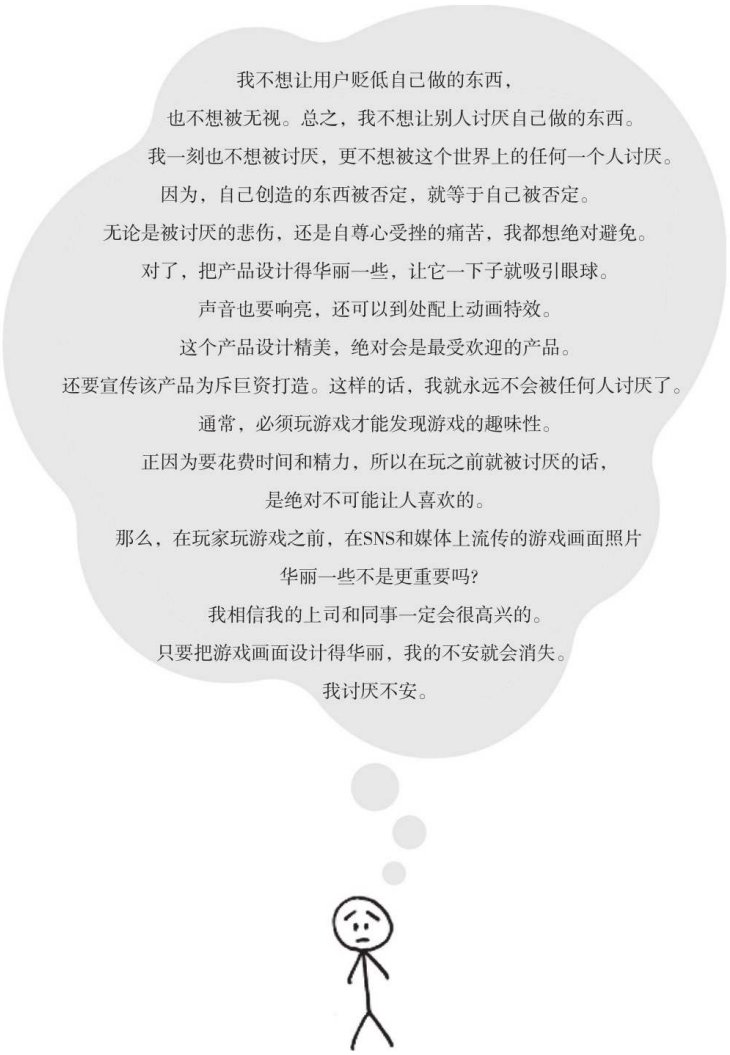
比起有趣，设计师更想让玩家知道向右前进的游戏规则

为传达最重要的“向右前进”这样的示能，设计师放弃了漂亮的设计。设计师必须排除一切漂亮的设计，放弃让人觉得有趣的事情，**集中精力告诉玩家该做什么。这才是对设计师最大的考验。**

在策划游戏产品的时候，**设计师总是被内心充斥的“如果不被玩家认可该怎么办？”的不安所驱使。**被内心不安打败的设计师，会把游戏设计得乱七八糟。其结果是，玩家不知道该做什么才好，总之体验很糟糕。

但是，《超级马里奥》不同。正因为设计师能够明确地传达“向右前进”这一规则，全世界的玩家才迈出了冒险的第一步。

不仅限于冒险的第一步，直觉设计始终可以轻而易举地将玩家引导到冒险的前方。

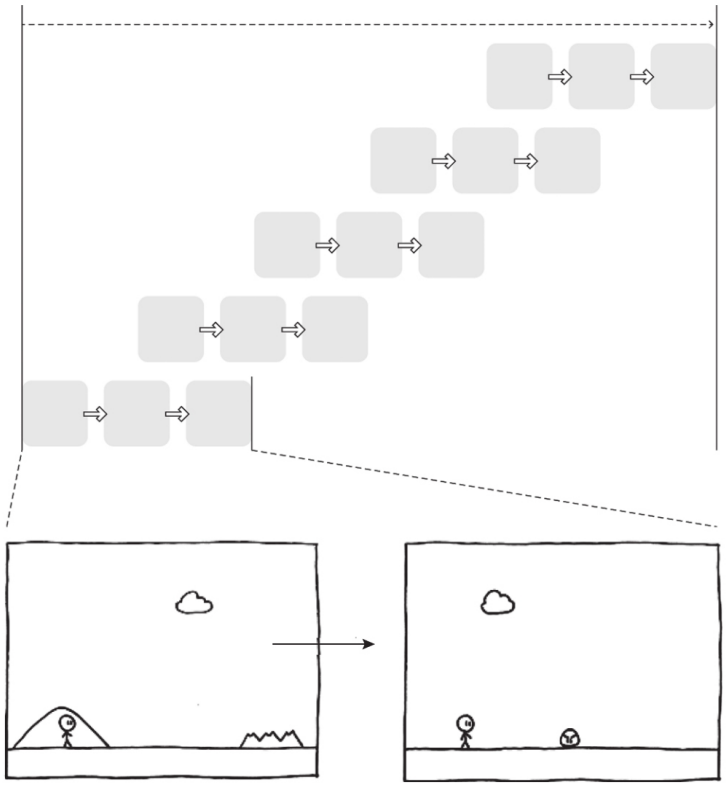


让马里奥向右前进的话，首先登场的是酷栗宝和画着“？”的方块，还有蘑菇、黏土管、地洞、金币……。每当这时，玩家就会抱着“示能”的假设，进行尝试，满心高兴。玩家就像捡橡子的孩子，每前进一步，就能看到下一个橡子。玩家发现一颗橡子，捡起来的体验，就像穿珠子一样。**……直觉设计的延续**，这才是设计游戏体验的基本战略，也是游戏的基本构造。

因为直觉设计必定包含高兴，所以玩家的情绪每次通过直觉体验都会一点点地提高。就这样情绪持续高涨，**超过某一点的时候，玩家会有意识地意识到“这个很有趣”**。这一瞬间，正是设计师的目标。

为达到这样的目标，设计师需要将直觉设计连接起来，但仅仅是连接，是无法顺利进行的。那么，让我们看看直觉设计连接的要点。

这里的要点有三个。

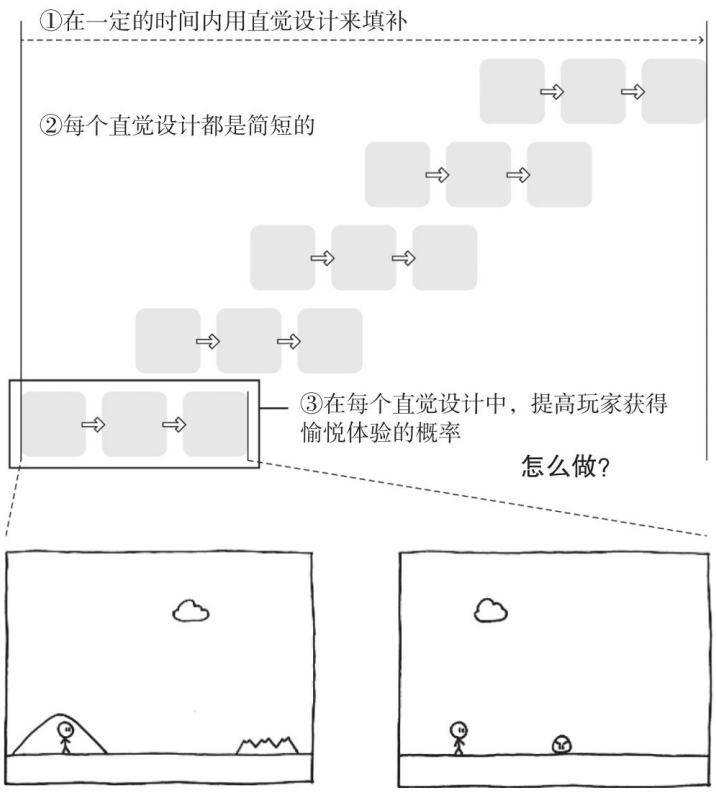


直觉设计的连接

第一个要点，在一定的时间内用直觉设计来填补。举例来说，假设大家开始玩某个游戏时，**用多长时间会意识到“有趣”呢？**快则需要几分钟，慢则需要几十分钟。必须用直觉设计来填补这段时间。

第二个要点，每个直觉设计都是简短的。直觉设计始于假设，但假设在确认其正确之前，会让玩家感到不安。例如，无论马里奥向右前进多远，都只能看到一片平坦的地面。玩家肯定会陷入不安之中，最多10秒钟就会停止游戏。正因为如此，每个直觉设计都应该尽量在短时间内结束。

第三个要点，在每个直觉设计中，提高玩家获得愉悦体验的概率……让我们通过实验来感受一下吧。当往下翻页的时候，你会发现第50页上写着某个东西，你只需盯着它看就可以了。那么，开始吧！


①在一定的时间内用直觉设计来填补
②每个直觉设计都是简短的
③在每个直觉设计中，提高玩家获得愉悦体验的概率
怎么做？

谁都能不假思索解答问题的条件

$$1 + 1 = ?$$

*仔细看上面的问题5秒钟以上，

再阅读下页的正文。

谢谢你的配合！

那么，我再问你：看着上一页的问题，你的脑海中浮现出了什么？**大多数人都会无意识地想到“2”，**对吧？

为慎重起见，我先确认一下，**我可没有要求你“计算一下”。**尽管如此，大家还是不由自主地算出了答案……不可思议啊！

也许有人会觉得“这是一个无聊的实验”，请稍等一下。这个实验还有后续。在第52页，也有两道题。请按照与上页实验相同的要领，仔细观察。

那么，我们继续吧。（**提醒一下，我没说需要通过计算得出答案。**）

$$28 \times 4 = ?$$

$$39271 \div 23 = ?$$

上面的问题，有一定的难度，邀请你解答……果然算错了吧？有人会进行计算，也有人会在心里不断提醒自己“不要计算，不要计算”。

上面的问题想必大家都没有解开吧？如果是擅长心算的人还好，大多数人应该连弄明白题目的心情都没有，完全没有要计算的意思。

通过这个实验，大家的内心发生了什么呢？上面的三道题都一样，都是单纯的计算题。但是，有些问题几乎所有人都无意识地解开了，有些问题几乎没有人想要解开。面对**同样的计算题，人类的行为却大不相同。**这到底是为什么呢？

这可能因为理所当然，难以用语言表达。人们想解开“1+1”，不想解开“39271÷23”的理由是什么？

改变人们行为方式的是简单和容易。如果眼前的问题足够**简单和容易**，那么人们就会解决它。相反，当眼前的问题复杂和困难时，人们则不会试图解决它。

下一页的题（填空）……无论如何都能解答吧（笑）。如果没有得到解答的指示，即使解答了这样的问题也不会有什么乐趣，更不会有什么好处。

直觉设计的第一步是“假设”，为提高体验的成功概率，**让体验本身变得简单、容易是绝对的条件。**在这一点上，《超级马里奥》开始的画面自然是很简单的，谁都理所当然地认为“要向右前进吗？”是一个非常简单的问题。

正因为简单、容易，才会有假设。直觉设计的第二步“尝试”也是一样，简单、容易是关键。

原则	通过简单、容易的体验让人产生直觉

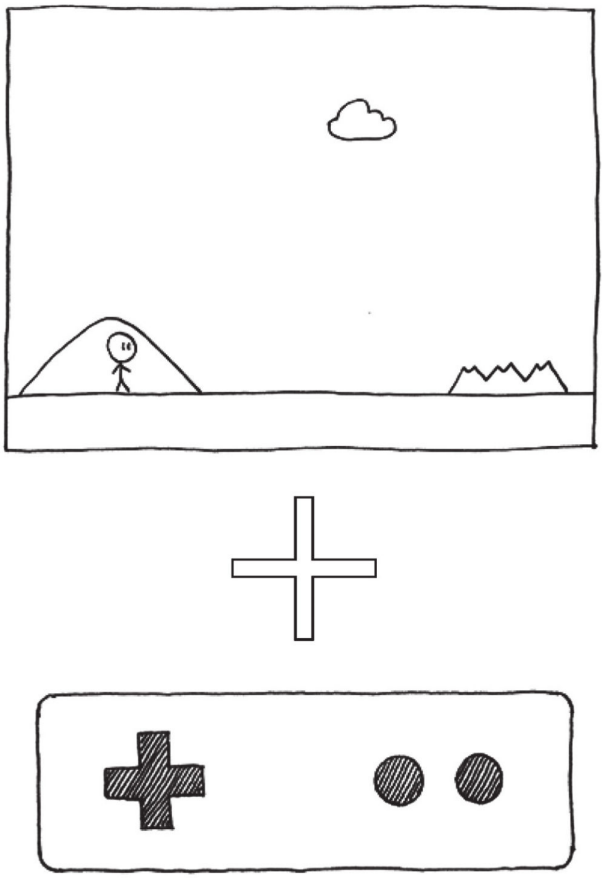
○川家康

为让玩家有正确的假设，并且提高正确尝试的概率，有必要让其明确记起“向右前进吗？”这一示能。在这一点上，控制器上的十字

键是极其重要的。无论怎么看，十字键都分明是用来调整上下左右方向的。这样的认识，就会变成玩家实际对假设进行尝试的力量。

“向右前进”的示能，并不仅是在游戏画面中产生的。Family Computer（任天堂FC红白机）这种家用游戏机，控制器的十字键设计得简单明了，游戏画面和控制器融为一体，成功传达了示能。

让直觉设计成功的关键，是简单、容易的设计原则。复杂难懂的东西，其实谁都能做出来。**制作简单、容易的东西，才是真正的难点。**游戏业界积累的，正是为制作简单、容易的东西而经历的艰辛历程。



游戏画面和控制器融为一体，传达示能

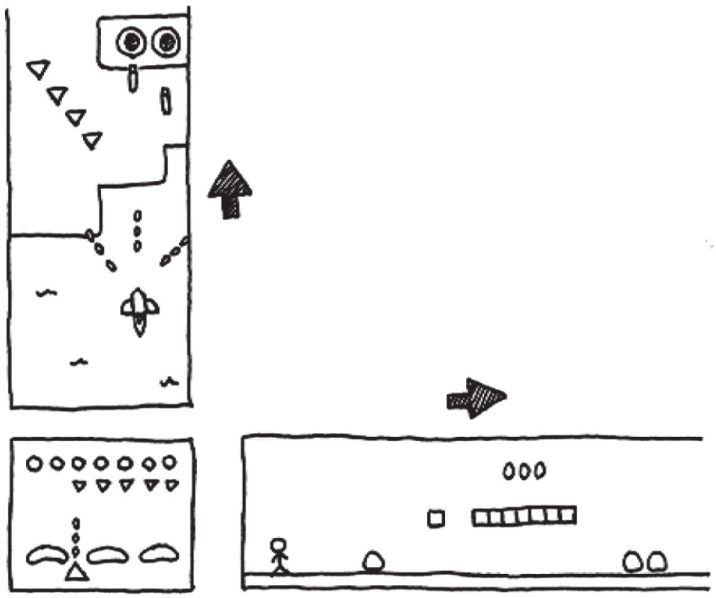
制作简单、容易的东西的难度

由于技术上的制约，过去的游戏在一个画面中需要完全容纳下敌我双方，游戏画面是一个非常狭窄的世界。现在出现了“滚动”这一划时代的新技术，它可以打破这种限制，让整个画面可以上下左右移动。因此，游戏有了广阔的世界。

但是，滚动这一新技术也存在问题。画面向哪个方向滚动，**必须把滚动方向传达给玩家**。解决方法有两种：一种是从游戏开始时让画面朝规定的方向滚动；另一种是让玩家知道滚动的方向……《超级马里奥》采用的就是第二种解决方案。

对于“滚动”这种新技术，如果玩家不能熟练使用就没有意义。把复杂的技术问题变得简单，通过设计让游戏变得简单、容易，这是设计师的智慧所在。

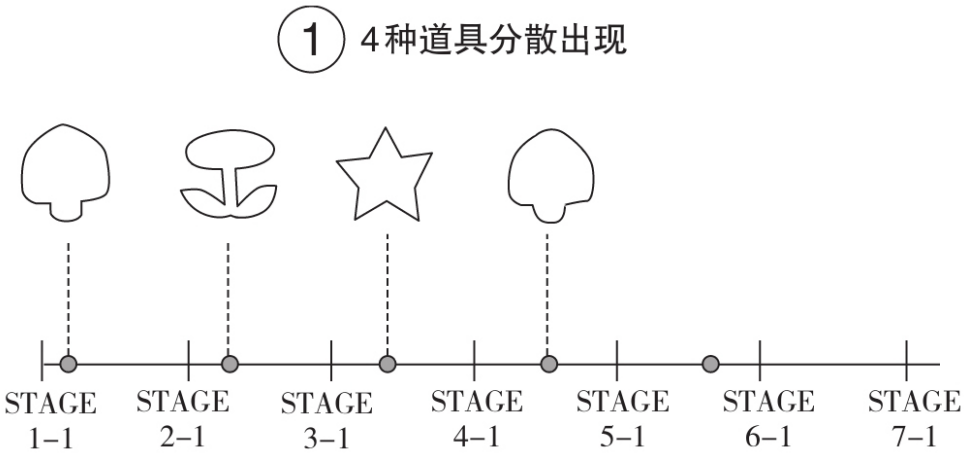
让我再举一个例子，说明技术和设计在游戏中相辅相成。



“滚动”这一新技术出现

以前的游戏，使用的数据量少而有限，所以游戏体验非常简单。随着技术的发展和数据量的增加，在游戏中出现了各种各样的道具。数目繁多的道具、五花八门的武器，**一方面为玩家提供了丰富的娱乐方式，另一方面也使游戏本身变得复杂。**这就是设计师需要下功夫的地方。

在《超级马里奥》中有蘑菇、花、星星、1up蘑菇这4种道具出现。



此外，《超级马里奥》有4个大阶段，每个大阶段有8个世界，共32个阶段。对玩家来说，这是一段漫长的旅程。

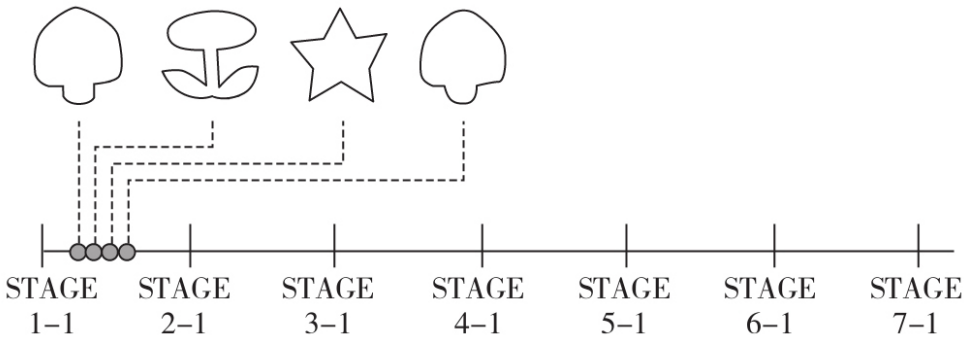
那么，问题来了。在整个阶段中，这4种道具在哪里出现比较好呢？

请从以下两个选项中选择。但是，请注意，这是一个非常困难的问题。

①在游戏的初期、中期、末期**分散出现。**

②将4种道具**集中在最初的阶段。**

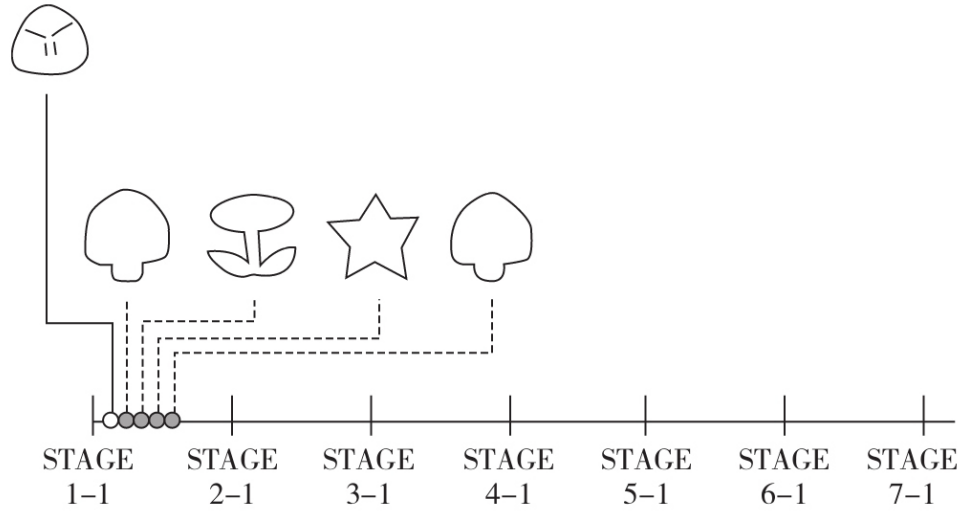
② 将4种道具集中在最初的阶段



应该怎么配置4种道具？

让人意外的是，答案是②，“将4种道具集中在最初的阶段”。这看起来是不合理的设计，但其有充分的理由。

在学习心理学中有**“初始效应”**。在花时间学习的时候，在体验开始的时候，人们的注意力和学习效率就会提高。《超级马里奥》将必须好好学习使用的4种道具集中在玩家注意力最高的最初阶段出现，从而避免了游戏的复杂性和难解性。



在有初始效应时进行学习

再举一个例子吧。请玩过《超级马里奥》的玩家回忆游戏中经常出现的敌人是谁。玩家认为，和马里奥的宿敌兼BOSS酷霸王一样，最

弱的敌人酷栗宝也是经常出现的。由此可以推断，**玩家的注意力高度集中在游戏开始后立即出现的酷栗宝身上，对其关注度甚至超过在游戏结束时出现的酷霸王。**

酷栗宝虽然是最弱的，但也是最重要的，从游戏开发的逸闻中也可以看出这点。

这个游戏的设计师是任天堂的宫本茂先生，他是著名的世界游戏设计第一人。宫本先生**在《超级马里奥》开发的最后阶段制作的敌人角色就是酷栗宝。**

在酷栗宝诞生之前，最弱的敌人角色是一只名叫诺库诺库的乌龟。马里奥打败它和打败酷栗宝一样，只是踩一下而已，但它死后会留下龟壳。这个龟壳，将其踢飞会成为武器，但其反弹回来击中马里奥的话，马里奥就会被击倒。它是一个复杂的敌人。

因此，游戏在开发的最后阶段，宫本先生创建的是一个简单的敌人——酷栗宝，**它一旦被踩到就会彻底消失。**而且，酷栗宝甚至被赋予了最重要的信息，让玩家知道“这个游戏最重要的规则是向右前进”。所以，酷栗宝让玩家记忆深刻是可以理解的。

酷栗宝的诞生只是为被玩家踩死。不仅是酷栗宝，在游戏中登场的敌人都是为被玩家打败而存在的。

对玩家来说，在游戏中充满了惊喜，也充满了学习的机会。正因为如此，游戏才会受到孩子的欢迎，而孩子是最渴望学习和体验的。

对新事物抱有兴趣，不怕失败、勇于挑战，贪婪地学习……孩子喜欢游戏，可以说是游戏在创造学习体验方面取得成功的最有力的证据。特别是《超级马里奥》这个游戏，**完全不使用文字，**无论男女老幼，无论世界上哪个国家的人，都能凭直觉产生学习的体验。这是一个极好的例子。

世界各地的人都乐于学习并朝着同一方向前进……我觉得这就是世界和平。

那么，在此，我想再举一个通过其他方法产生示能的例子。这是任天堂的代表游戏**《塞尔达传说》系列《塞尔达传说　时之笛》（任**

天堂，1998）中出现的一个场面。

另一个直觉的起点

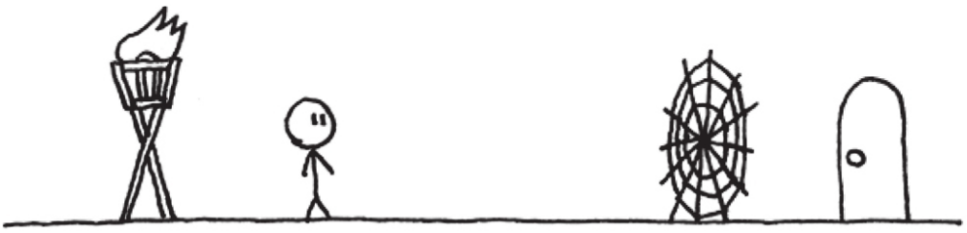
主人公林克掉下深坑后面对一个很大的洞窟，因为无法前进而感到困扰。唯一的一扇门被巨大的蜘蛛网挡住了。他试着用手里的剑割开蜘蛛网，但蜘蛛网又干又硬，只听“咔嚓”一声，剑被弹开了。他用冒险途中得到的木棍试了一下，也没有弄开蜘蛛网。林克在一个孤零零立着的烛台的火焰照耀下，不知所措地站着。

那么，问题来了。请思考一下：**为走出这个死胡同，应该怎么做？**

提示：

其实在这个场景之前，玩家已经遇到过这样的情况：只要一踩到地板上的开关，烛台就会着火，覆盖烛台的蜘蛛网就会被烧毁。

林克除剑以外，还拿着一根木棍……



堵住道路的蜘蛛网

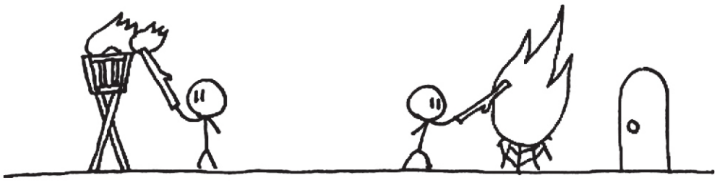
这是一个有点复杂的问题，答案是**“点燃木棍，烧掉蜘蛛网”**。即使读了提示，能答对的人也很了不起。

玩家对“蜘蛛网碍事”“手持木棍”“烛台着火”等信息都能准确把握。但是，把这些信息组合起来却很难。正因为如此，当你试着把木棍靠近烛台，点燃木棍，把蜘蛛网烧着的时候，喜悦感就格外强烈了。

为创造这样的体验，设计师做了什么呢？为明确“蜘蛛网的后面有一扇门”“木棍是木柴一样的材质”“蜘蛛网不能用剑砍断”等信息，设计师非常小心地设计游戏画面和声音。因为信息是解开谜题的一部分，所以不能传达错误。

另外，设计师也会放弃传达一些信息，设计出让所有人都能明白的信息。比如，不管什么样的玩家，**大家都应该知道“木柴会燃烧”**这一点。

用剑和木棍都不能弄开蜘蛛网



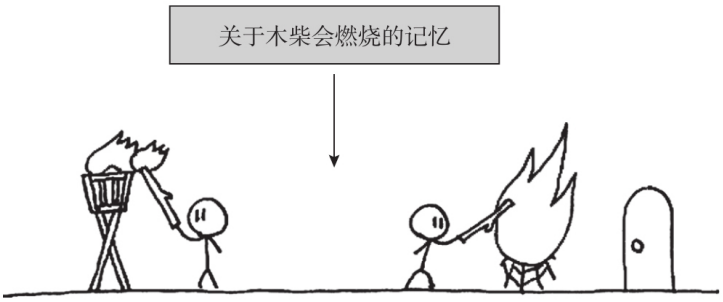
点燃木棍，烧掉蜘蛛网

如果所有玩家都不知道“木柴会燃烧”，那么这个游戏肯定不会有人玩了。反过来说，**只要能把握所有玩家的记忆，就能进行体验设计。**

玩家的记忆，是每个玩家在自己的人生中努力学习到的东西。直觉设计，就像在玩家大树般茂盛的记忆枝叶上进行嫁接一样，将新的直觉学习与玩家的生活体验连接起来。

正因为如此，玩家在解开谜题的瞬间，可能有一种自己的人生得到肯定的感觉。游戏就是想让你拥有**“我很聪明，我很厉害”**这样的感觉。

前面介绍了《超级马里奥》和《塞尔达传说》的游戏设计案例，两者的共同之处在于本章的主题——直觉设计。但是，作为直觉设计的原动力，**在两款游戏中有很大的不同。**



如果没有关于木柴会燃烧的记忆，这个设计就不会实现

什么是贴近用户

在《超级马里奥》和《塞尔达传说》中，直觉设计的原动力：

- 《超级马里奥》利用了**人们共同的大脑和心灵的性质。**
- 《塞尔达传说》利用了**人们共同的记忆。**

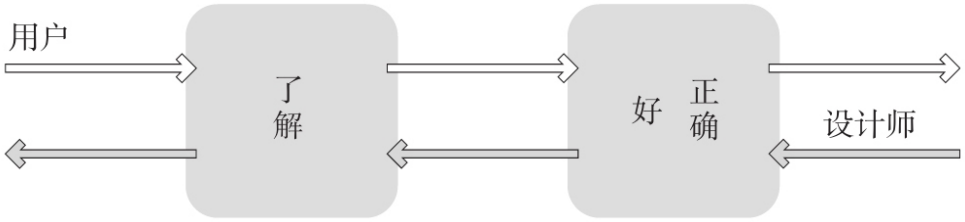
这两种不同的方法的共同之处在于，二者都需要对人的了解。我们人类有什么共同的性质，有什么共同的记忆？如果不了解这些，就无法进行体验设计。

进行体验设计的设计师，如果只根据自己的感性和记忆进行设计，就无法提供好的游戏体验。如果你想设计出让人们广泛享受的流行体验，就**必须始终以用户为起点进行设计**，考虑“用户拥有怎样的大脑和心灵的性质”“用户拥有怎样的记忆”……

那么，反过来说，不以用户为起点的设计是什么呢？

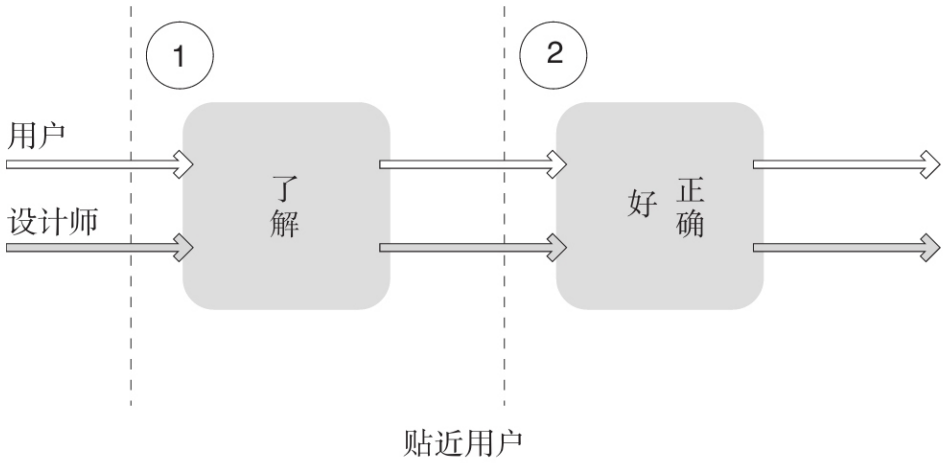
不考虑用户的情况，“一般来说，这样的东西应该是好的”“按照常识，这个应该是正确的”等**宣扬“好、正确”的设计**……这才是设计师面临的最大陷阱。

无论多么经典的游戏，在实际体验之前，用户都不会感到有趣。为让用户感到有趣，最重要的是引导用户“了解”游戏的玩法。总之，“了解”比“好、正确”更重要。



另外，在商务场合经常听到“贴近用户”这样的表达。乍看之下，这似乎是很好的主张，但具体如何才能贴近用户呢？对于这个问题，本书想做这样的回答。

为贴近用户，必须按照用户遵循的“了解” →“好、正确”的体验顺序来决定优先级。**比起传达产品和服务的“好、正确”，更重要的是优先让用户直观地了解产品和服务的关系。**我认为这才是“贴近用户”的本质。



在本章开始，我提出了这样的问题：

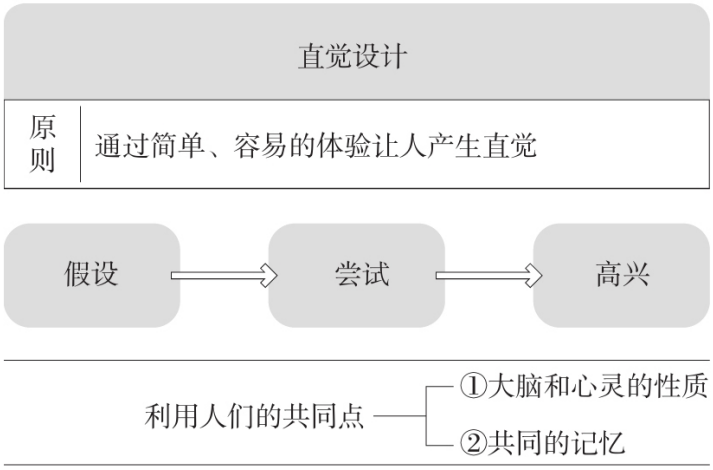
人们为什么要玩游戏？

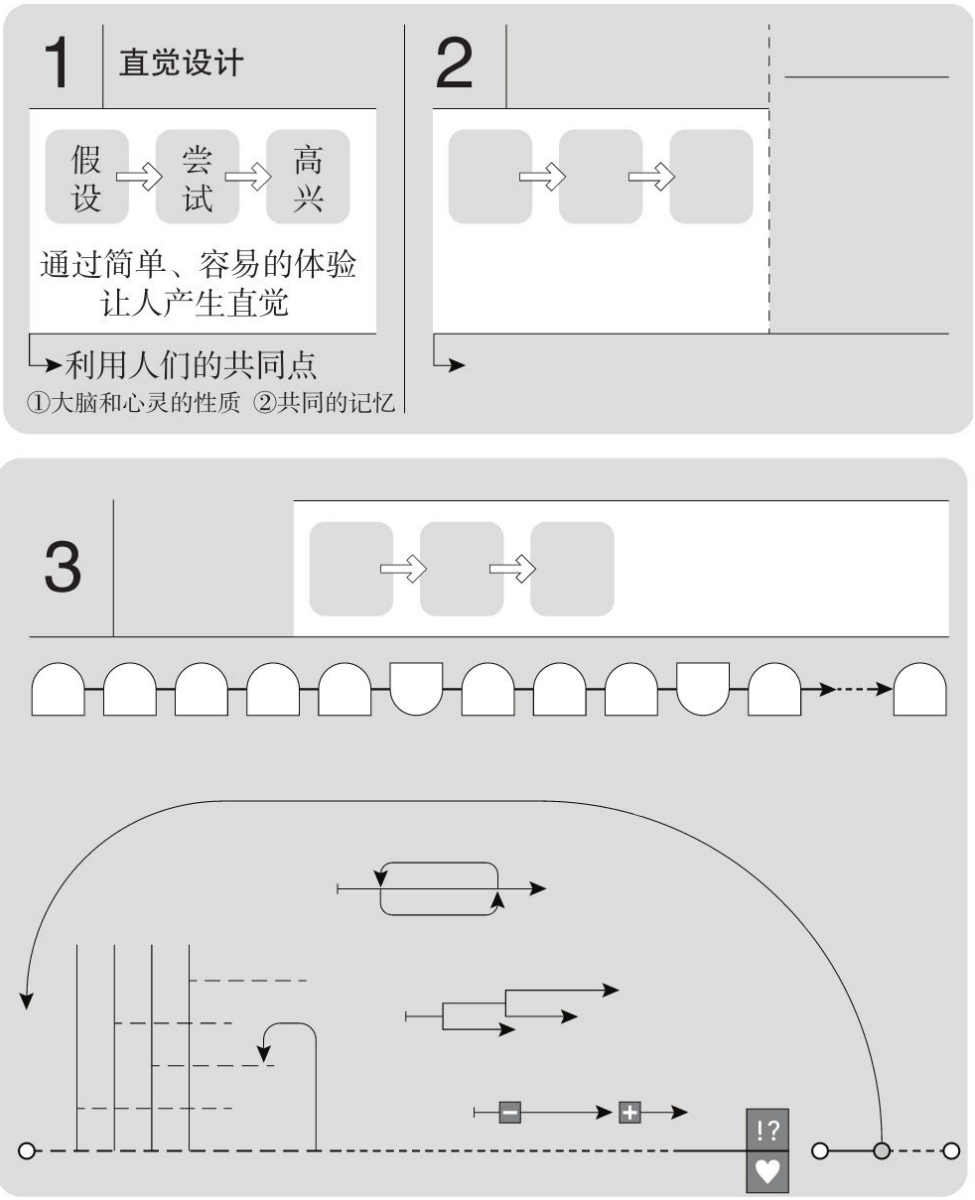
这是一个颇有哲学意味的问题，以下是本书的回答：

不是因为游戏本身有趣，而是因为自身的直觉体验有趣，所以人们才会玩。

我们的大脑总是想要了解世界。我们的大脑之所以喜欢游戏，是因为游戏能带来直觉的了解体验，可以说是贴近玩家体验设计的结果。

这种体验的根本就是直觉设计。但实际上，直觉设计也有弱点。第2章讨论的“惊喜设计”，是与直觉设计表里一体、相辅相成的体验设计方式。




1
直觉设计
假设
尝试
高兴
通过简单、容易的体验
让人产生直觉
利用人们的共同点
①大脑和心灵的性质 ②共同的记忆
2
3
!?

第2章
人为什么会不由自主地着迷
——惊喜设计

你一边揉着惺忪的睡眼，一边不由自主地在夜里玩的游戏是什么？在这个调查问卷答案第一位的一定是和《超级马里奥》并列的，被称为代表日本游戏的不朽名作《勇者斗恶龙》系列（下简称《勇者斗恶龙》）。

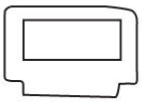
作为角色扮演游戏的代表，《勇者斗恶龙》以谁都能玩的亲和感而大受欢迎。但是，仔细看的话，它的游戏画面只有文字和数字，看起来像是专业术语和独特规则交织的复杂游戏。

虽然复杂，玩家为何忍着困意也要玩《勇者斗恶龙》呢？其秘密在于设计师有意图、有计划的体验设计。

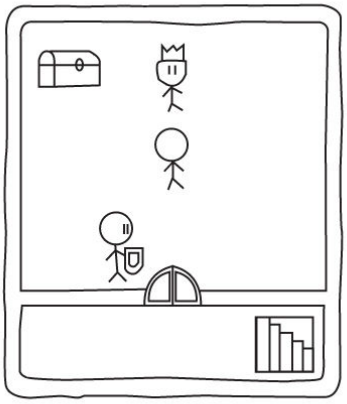
勇者斗恶龙

Ⅱ　Ⅲ　Ⅳ

DRAGON QUEST，Ⅱ，Ⅲ，Ⅳ
ENIX 1986，ENIX 1987，ENIX 1988，ENIX 1990



CASSETTE



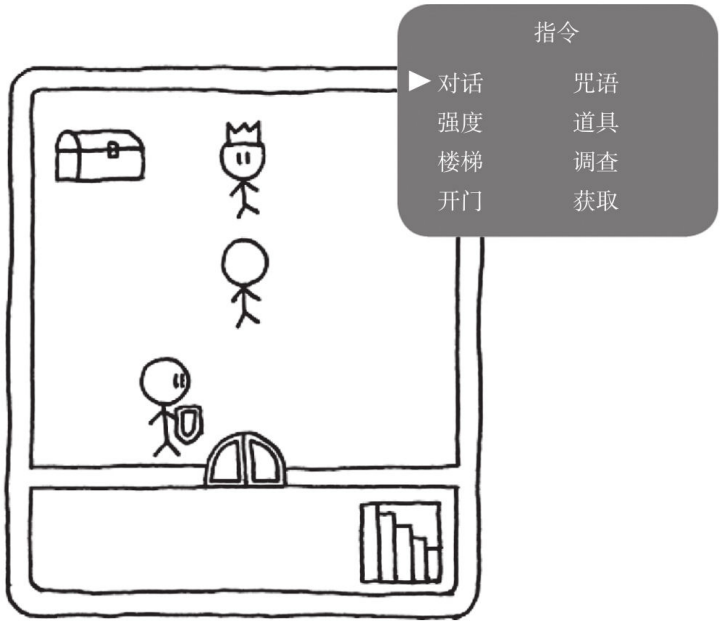
在解说体验设计时，本书考虑到游戏公司的著作权，
展示的不是实际游戏画面，而是示意图。
想要确认实际游戏画面，
请观看版权方公开的画面或者下载游戏试玩体验。

作为游戏教科书的《勇者斗恶龙》

以《勇者斗恶龙》1～4（为便于阅读，系列名称用数字表示）为题材，对第2章的主题“惊喜设计”进行思考。作为对第1章“直觉设计”的复习，先让我们来分析**《勇者斗恶龙1》的开始画面。**

在玩《勇者斗恶龙》的时候，必须了解的是画面右上角排列的8个**“指令”**。这是由玩家向游戏主人公发出的命令、指挥的意思。在游戏刚开始不久，为让玩家了解指令，设计师嵌入了直觉设计。

主人公勇者接到国王打败龙王的命令后踏上了征程，他想走出房间，却发现门上了锁。无论勇者怎么走，**游戏都没有任何进展**。玩家试着按下A键后，在显示的命令列表中，闪烁的光标是“对话”文字，而眼前是默默站着的勇者。玩家想到刚才国王说：“前进的方法是由勇者来告知的。”从这些信息中，玩家自然而然地被吸引……



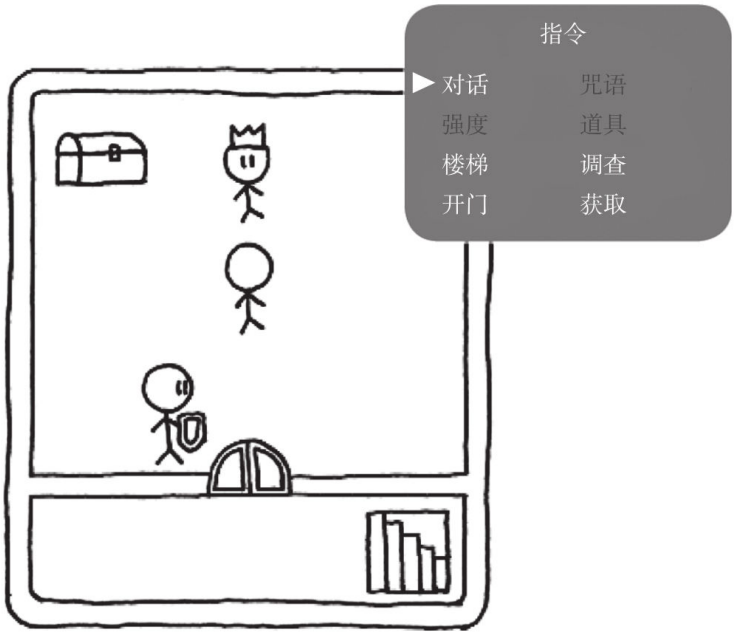
《勇者斗恶龙》开始画面

“对勇者使用‘对话’指令就可以了吗？”玩家抱着这样的假设，进行尝试，最后“果然猜对了，知道了前进的方法”，高兴不

已。

和“对话”指令一样，调查现在所在的地方用“调查”指令，从宝箱里取钥匙用“获取”指令，用钥匙开门用“开门”指令，走楼梯用“楼梯”指令。**如果不一口气了解5个指令的使用方法和效果就不能离开国王的房间，**这样设计的理由是为活用初始效应，有效地传达规则信息。明明是国王的房间，却从外面上了锁，这种不合理的设计也是为让玩家直观地了解游戏规则。

《勇者斗恶龙》展现了这样完美的设计，被称为游戏教科书。打败龙王的冒险之旅这样的剧本，其实也是典型的剧本。虽然《勇者斗恶龙》是教科书式的经典游戏，但在游戏中出现了一些让人**意想不到的非教科书性质的东西。**



玩家在游戏的开始一口气使用5个指令

为什么是惊喜刺激

“惊喜刺激”

“惊喜刺激”，抓住了很多游戏玩家，特别是少年的心。在此汇总一下《勇者斗恶龙》1～4的“惊喜刺激”登场场景。

《勇者斗恶龙1》：“过来呀，小哥。想要惊喜刺激的话，要50金币哟。”

《勇者斗恶龙2》：“喂，你看我可爱吗？想要惊喜刺激吗？”

《勇者斗恶龙3》：“啊！好帅的小哥呀！来点惊喜刺激吧！”

《勇者斗恶龙4》：“啊？你说这里是发生惊喜刺激的房间吗？呵呵，保密哦。”

“惊喜刺激”具体何意，在游戏中没有详细的说明，但总觉得不用说明也能让人明白吧。这个只能意会，不能言传。

不过，《勇者斗恶龙》叙述的是善良的勇者使用剑和魔法打败恶龙的冒险故事，基本上是严肃的。在这种情况下，特意拿出“惊喜刺激”这种东西，设计师是怎么想的呢？话虽如此，既然设计师已经做出了让“惊喜刺激”登场的决定，**那就应该有某种理由**。因此，在这里提一个问题：

为什么必须在游戏中植入“惊喜刺激”呢？

乍一看，这像是无聊的问题，其实是一个难题。因此，为找到解决问题的突破口，让我们回想一下第1章。在第1章中，我们从推测酷栗宝登场前后玩家的心情开始打开了突破口。

因此，我们先来简单地总结一下“惊喜刺激”在游戏中登场的流程。

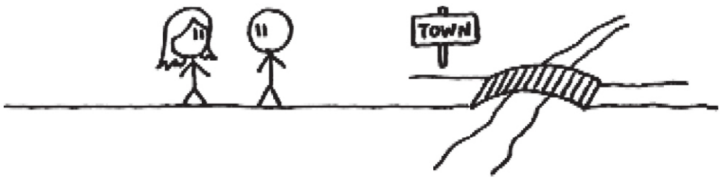
《勇者斗恶龙1》：在勇者初次过桥，和强大怪物战斗后的城镇登场。

《勇者斗恶龙2》：在三个伙伴首次挑战迷宫通关后的城镇登场。

《勇者斗恶龙3》：在勇者打败第一个强敌坎达塔后前往的城镇登场。

《勇者斗恶龙4》：在第一次只有女性角色冒险的场面，在勇者启程的小镇的夜晚登场。

你隐约发现什么了吗？为让答案更加明确，在这里我们重点关注《勇者斗恶龙1》的例子，进行更加详细、具体的分析。



* 过来呀，小哥。
想要惊喜刺激的话，
要50金币哟。

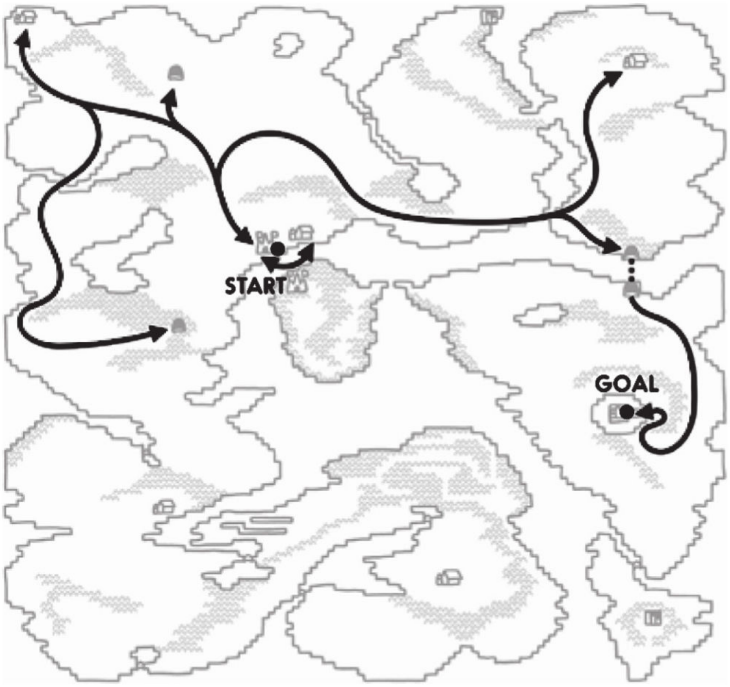
为什么要“惊喜刺激”？

在《勇者斗恶龙1》一开始，玩家学习了8个指令中的5个指令，好不容易才从国王的房间出来。**之后的游戏过程也充满了学习过程。**在跨越两个城镇、两个洞窟、两座桥之后，“惊喜刺激”就会出现在新大陆的前方，而到达新大陆的路程非常艰险。如果不使用剩下的3个命令“强度”“道具”“咒语”的话，就无法取得突破。

原本只会使用剑的勇者，来到这里后终于成长为一名能够活用道具和魔法进行冒险的勇者，演绎“剑和魔法的冒险故事”。

勇者的成长，确实很棒，但在这背后，却有人吃亏。玩家就是那个吃亏的人。到目前为止，玩家一直在**不断地学习指令的使用方法等大量专业知识，这是一个持续的学习过程。**就像被迫无休无止地学习一样，玩家肯定会感到疲劳和厌倦。

让人疲劳和厌倦，这正是直觉设计的致命缺点。



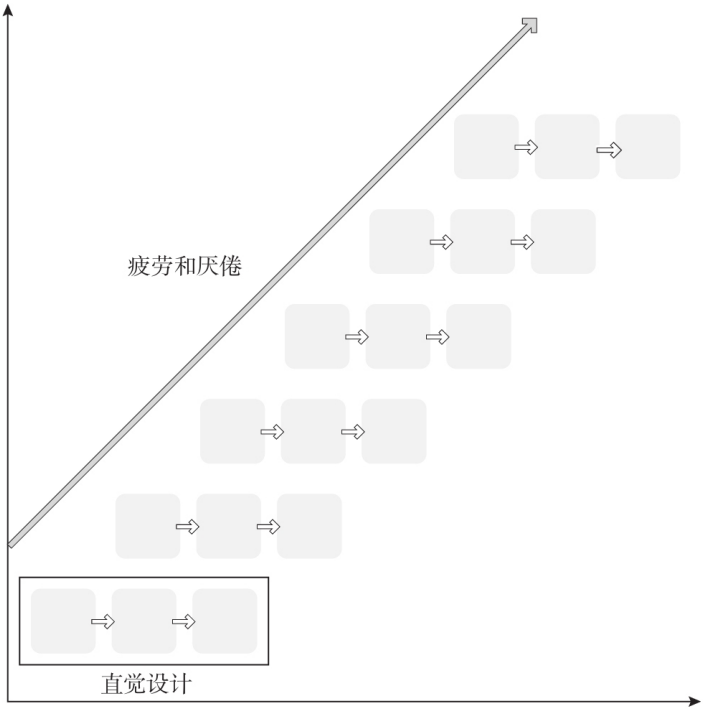
从START处到“惊喜刺激”之间的道路

在直觉设计包含的“假设→尝试→高兴”这三个小体验中，“假设”和“尝试”的体验会给玩家带来压力——不知道假设是否正确的不安，实际尝试的只是假设的事情时的不安。总之，玩家在体验直觉设计时**心情总是在“不安”与“高兴”之间摇摆。**当这种直觉设计反复出现的时候，玩家的内心也会反复出现不安与高兴，所以感到疲惫也不是没有道理的。

而且，无论多么用心的直觉设计，同样的体验如果持续多次的话，玩家也会感到厌烦。这是无论如何都无法避免的。对于**大脑来**

说，如果相同的刺激重复多次，反应就会慢慢变弱。这在心理学上被称为“心理饱和”或“心理适应”，其科学机制也正在被阐明。

《勇者斗恶龙》注定是一款需要学习很多内容的游戏。正因为如此，设计师才不得不应对玩家的疲劳和厌倦，由此制定出来应对方法……



连续的直觉设计会让玩家产生疲劳和厌倦

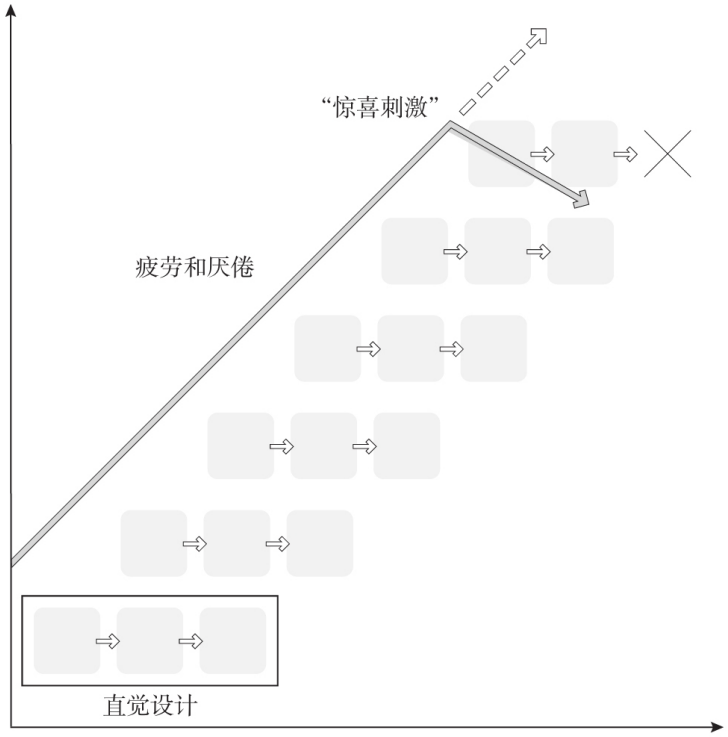
“惊喜刺激”是不断减轻玩家的疲劳和厌倦的设计。

为慎重起见，在此说明一下，并不是说《勇者斗恶龙》的游戏设计有什么缺陷导致玩家会累积产生疲劳和厌倦。恰恰相反，正因为玩家能够正确地通过无数直觉设计场景，所以即使疲劳、厌倦了也会继续玩下去。**“想玩，但很困！”**玩家经常会陷入这种奇怪的状态，明明还有继续玩下去的欲望，但疲劳和厌倦已经在身心中累积了。

反过来说，玩家在困倦时无法玩那种无聊的游戏。

言归正传，这是一种体验式设计，它可以让我们停止依靠直觉的连续学习，从疲劳和厌倦中解放出来。设计师绝对不会只是单纯想说

些段子，设计出“惊喜刺激”的场景。这里的证据就是**“惊喜刺激”登场的时机。**

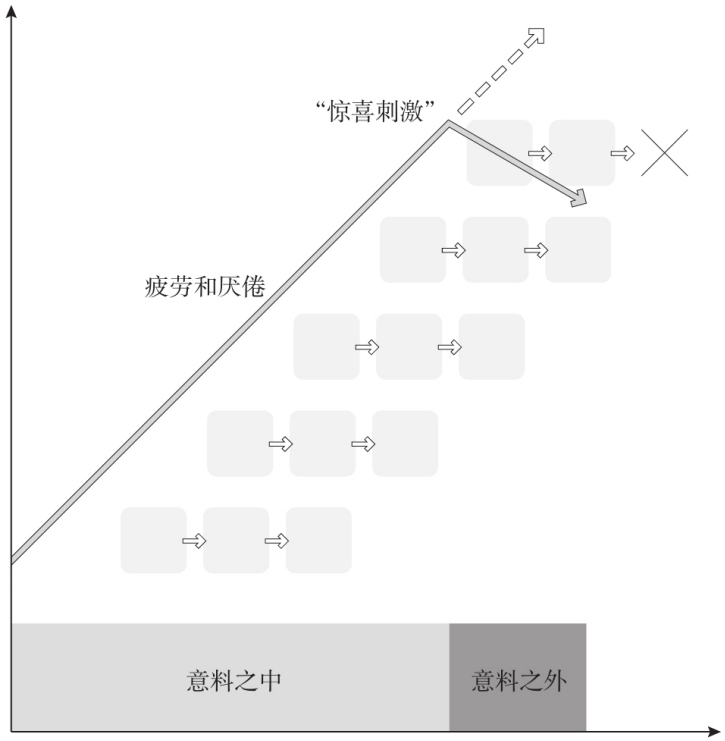


“惊喜刺激”的作用是消除玩家的疲劳和厌倦

“惊喜刺激”登场时机：在《勇者斗恶龙1》中，在玩家学习完所有指令后登场；在《勇者斗恶龙2》中，在三个伙伴全体首次挑战迷宫之后登场；在《勇者斗恶龙3》中，在勇者第一次打败强敌之后登场；在《勇者斗恶龙4》中有点复杂，它在只有两个软弱的女性角色经历痛苦冒险、逃回城镇的夜晚登场。设计师是如何细心地把握时机的呢？

反过来说，**“惊喜刺激”只在玩家特定的心理状况下发挥作用。**适当说些禁忌话题，会让玩家放松。正因为游戏在此前浓墨重彩地描绘了严肃的冒险故事的场景，玩家也进入了那个场景中，所以才会一下子抓住人心。

简单来说就是这样，当玩家觉得“不会出现像‘惊喜刺激’那样无聊的情节”的时候，“惊喜刺激”才有了意义。当意料之外的东西出现在眼前时，玩家的疲劳和厌倦感会消失，变得兴奋。也就是说，“惊喜刺激”的本质在于**出乎意料的体验。**



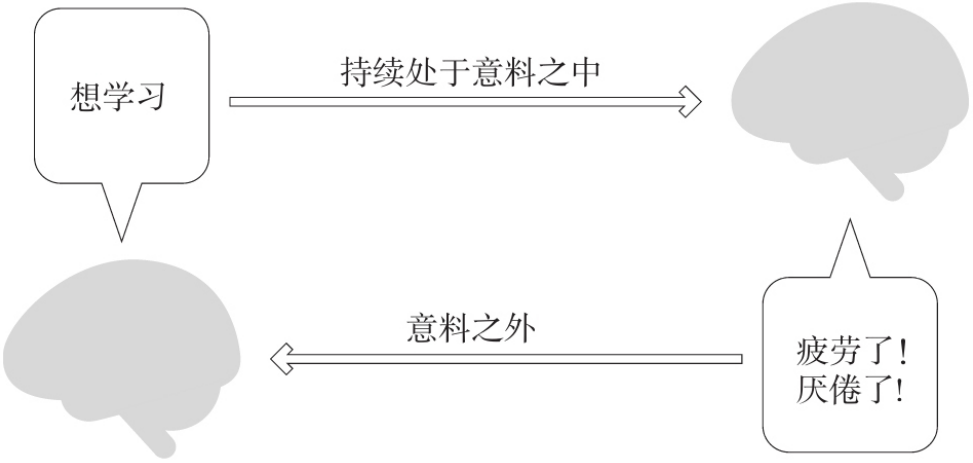
“意料之中”和“意料之外”

出乎玩家意料的体验设计

我们的大脑为保护生命会预测未来，为提高预测的准确度，会拼命学习这个世界的动态。这就是为什么能够预测未来的大脑会兴奋的原因，好像在说：**“我十分肯定我预测你有死亡的危险，我很高兴我可以救你一命！”**

另外，持续预测的体验，对于大脑来说也会变成“已经可以充分预测未来，所以不需要学习了”的信号。这种时候，正是意料之外的体验出场的时候。无法预测未来的大脑会抱着**“完全预测不到未来，死亡的风险也法避免”**的危机感，激活学习的动力。

为激活因疲劳和厌倦而变得脆弱的大脑的学习功能，特意穿插一些出乎大脑意料的体验，这是设计长时间体验的重要技巧。我想将这种“出乎意料”的体验，和直觉设计一样，总结为一种模式，但在此之前，有两个需要考虑的要点。



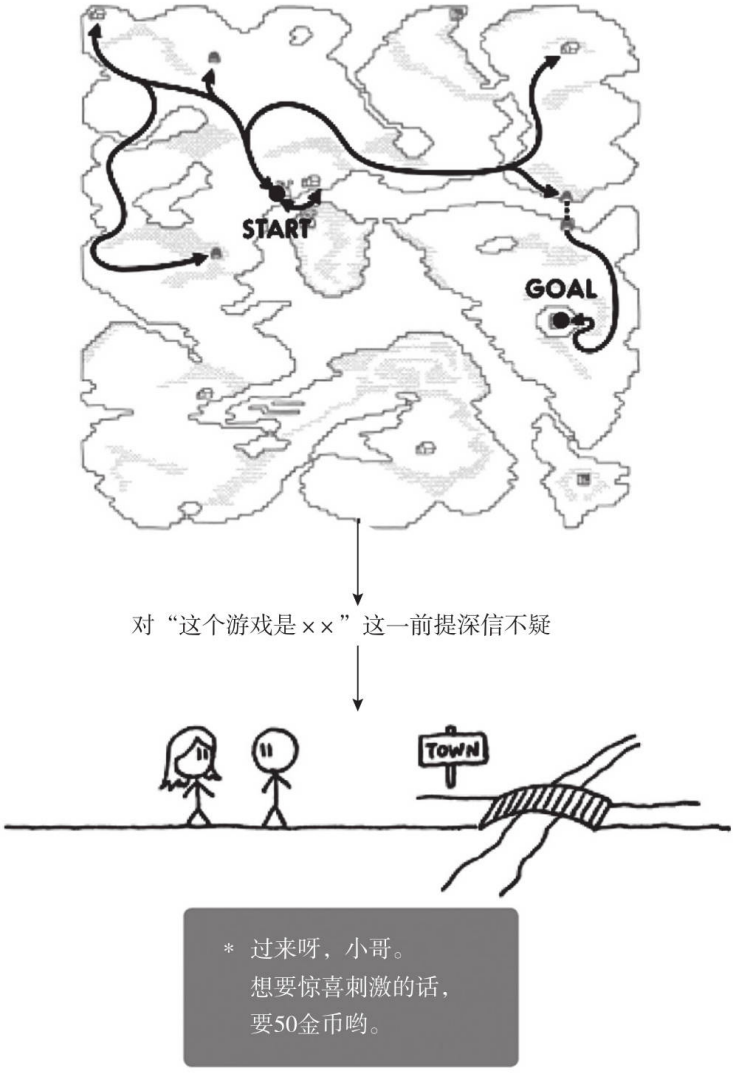
预测可能持续命中目标，也可能持续偏离目标

第一个要点：为让玩家出乎意料，事先让玩家做出明确的预测……让玩家做出错误的预测。比如，在《勇者斗恶龙》中，设计师从游戏一开始就费尽心思做铺垫，使玩家觉得“这个游戏很严肃”，结果却被欺骗了。

冒昧问一下：**你会骗人吗？**

虽说是为消除玩家的疲劳和厌倦，但要有意图、有计划地欺骗别人，是相当困难的。越善良的人越容易谅解他人，这点请放心。因为，遇到“惊喜刺激”的玩家没有一个会说“被骗了”。玩家不会生气，反而会开心。所以，设计师可以放心地谎称“这个游戏是××”，然后不断地欺骗玩家。

第二个要点：再次思考“惊喜刺激”。虽然“惊喜刺激”出人意料，但还有一个**根本性疑问。**



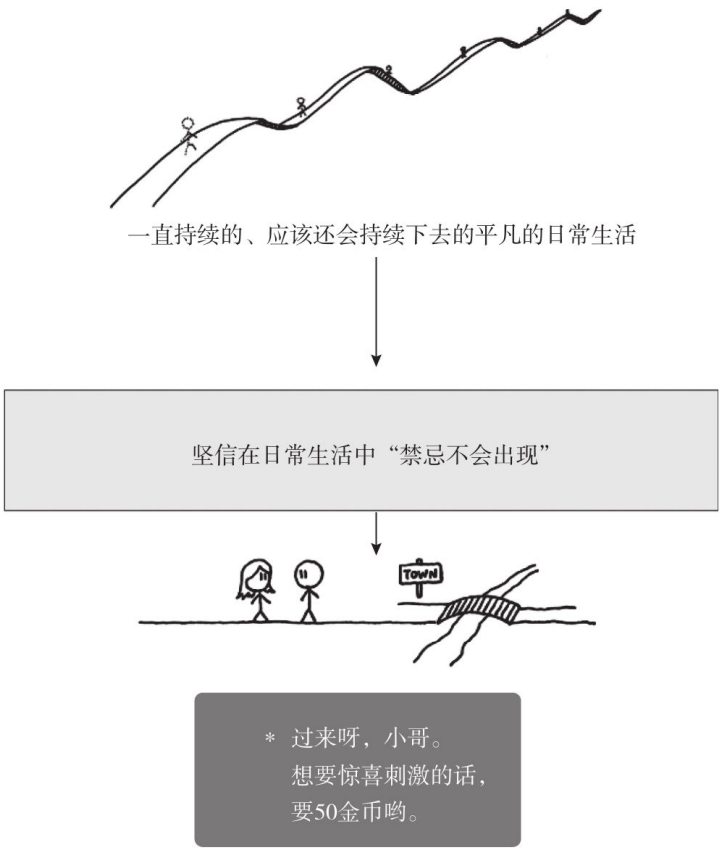
如果只是让玩家出乎意料的话，其他禁忌剧情不是也可以吗？除此之外，还有无数种不同的演绎方式，而设计师故意选择了这种演绎

方式。其理由是什么呢？

……不过，偶尔通过游戏享受非日常生活的我们，也大多过着平凡的日常生活。在学校和职场上正常与人交往，遵守道德准则。在这样的日常生活中，突然听到“过来呀，小哥。想要惊喜刺激吗？”你一定会很吃惊吧？

在平凡的日常生活中不应该出现的东西，被称为**禁忌**。因此，我们可以这样认定：**破坏日常生活的禁忌，一定不会在我们的生活中出现。**

从设计体验的角度来看，这种信念是一个宝库。因为只要让禁忌登场，就能让玩家出乎意料，消除疲劳和厌倦。



契机是两种“坚信”

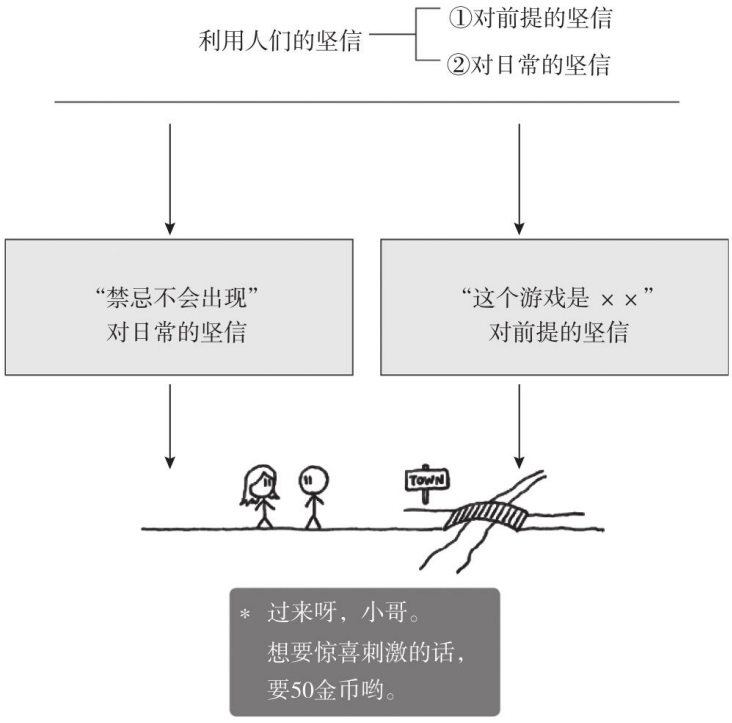
总结一下前面讨论的内容。在考虑出乎意料的情况时，可以利用以下两个“坚信”。

1. **对前提的坚信**→“这个游戏是××”

2. **对日常的坚信**→“应该不会出现禁忌”

有意识地背叛这两种坚信，才是设计师应采取的战略。“惊喜刺激”就是完美利用了这两种坚信。正因为如此，“惊喜刺激”才会成为《勇者斗恶龙》粉丝都知道的印象深刻的剧情。在玩家艰苦冒险、连续学习的最后阶段，非日常生活所有、意料之外的东西出现了……正是这种强烈的体验打动了玩家的心，进而消除了玩家的疲劳和厌倦，让玩家沉浸在游戏中。

《勇者斗恶龙》这款游戏就是利用这两种坚信，让玩家产生出乎意料的游戏体验。让我们来看看几个让人惊讶的案例。



有点儿突然，请回答以下问题：

问题1

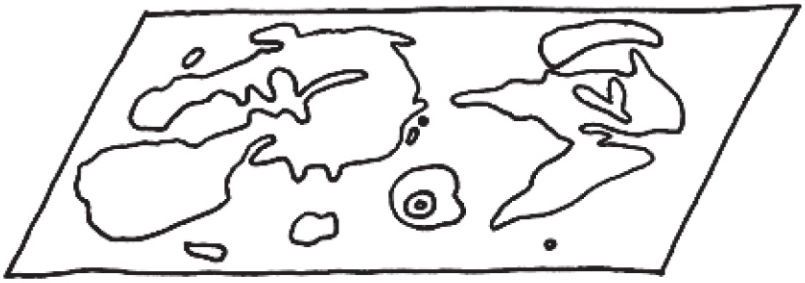
在《勇者斗恶龙1》中，打败万恶的根源“龙王”的冒险接近尾声，对好不容易才找到龙王的玩家来说，龙王放出的一句话让其大吃一惊。**这句令人惊讶的话到底是什么？**

问题2

在《勇者斗恶龙2》中，拿着重要物品的盗贼前往牢房，最终越狱了。让满世界跑着拼命寻找盗贼的玩家大吃一惊的盗贼**真正的藏身之处，到底是哪里？**

问题3

在《勇者斗恶龙3》的最后阶段，玩家将前往异世界。玩家看到那个异世界会惊讶，**那到底是什么样的世界？**



从《勇者斗恶龙3》的世界出发前往异世界

答案如下：

问题1　龙王提出**诱惑性建议**：“如果我们成为伙伴的话，我可以把世界的一半给你。”

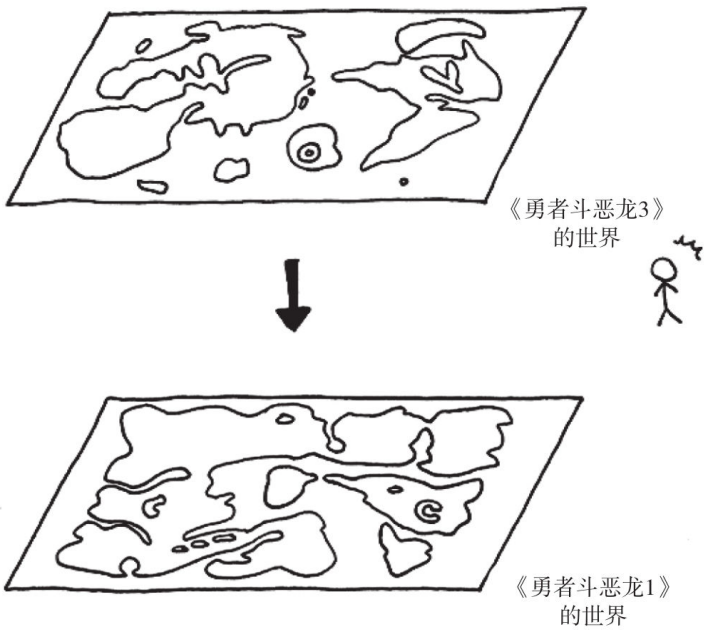
问题2　明明逃跑的盗贼，却躲在**牢房里**。

问题3　玩家从《勇者斗恶龙3》的世界进入的异世界，是**《勇者斗恶龙1》的世界**。

《勇者斗恶龙》一般被评价为“经典的、教科书式”游戏，但实际上相反，**它是一款完全背叛玩家的非教科书式游戏，**这才是对《勇者斗恶龙》的正确评价。这话听起来有点复杂，但**非教科书式设计才恰恰是教科书式的。**

专业术语多，系统复杂，只有数字和文字……这是《勇者斗恶龙》所属的角色扮演游戏普遍存在的问题，但《勇者斗恶龙》通过非教科书式、充满惊喜的体验设计完美地消除了这些问题。

让人产生这种惊喜的体验设计，我们称之为**“惊喜设计”**。



玩家从《勇者斗恶龙3》的世界进入的异世界是《勇者斗恶龙1》的世界

惊喜设计的结构

1. **误解**　自发做出“要做××吗？”的错误假设。

*但是，玩家坚信假设是正确的。

2. **尝试**　自发尝试“试一试××……”并行动起来。

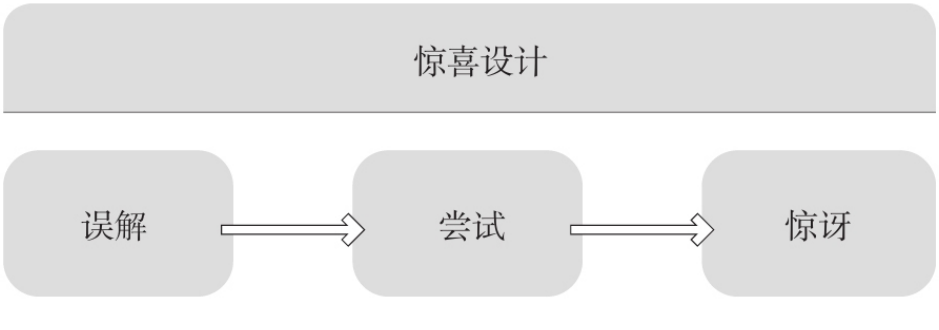
*但是，玩家坚信尝试是正确的。

3. **惊讶**　自发发现“××是错误的”，然后大吃一惊。

*这时玩家才意识到假设、尝试是错误的。

玩家误解了，尝试了，得到意料之外的结果，然后大吃一惊。通过这一系列的体验让玩家感到惊讶的就是“惊喜设计”。其使用对象是经历了连续的直觉设计游戏过程而感到疲劳和厌倦的玩家，**是为消除他们的疲劳和厌倦，为其带来更长时间的体验。**

听起来很简单，但要做这种设计，就得好好地下功夫、好好地计划。其步骤是这样的（前面已经说过了，**步骤相当麻烦**）。



惊喜设计示意图

1. **掌握玩家疲劳和厌倦的时机**

就像在《勇者斗恶龙》中“学习8个指令完成时”一样，在玩家疲劳、厌倦达到顶峰的时候设定目标。

2. 事先构建让玩家产生误解的游戏主题

为让人产生“这个游戏很严肃”的误解，需要让其花时间慢慢学习错误的游戏主题，让其产生误解。

3. 设计能“暴露”误解的游戏剧情

“这个游戏是××”“禁忌应该不会出现”，玩家的这两种坚信同时落空，如《勇者斗恶龙》里的“惊喜刺激”出现。

最后，一个非常有效果的“惊喜刺激”完成了……话虽如此，说实话，这是相当辛苦的工作。坦率地说，如此精致的设计，在一个游戏中不是那么容易实现的。

例如，在第一次读本书的时候，你可能对“惊喜刺激”的出现感到惊讶，但当你再次读这本书的时候，你只会说“是的是的，惊喜刺激”，再也不会感到惊讶了。

为让对方对前提产生误解，就必须花很长时间不断地说谎。让玩家对前提的坚信反复落空，可以说很难为游戏打好基础。即使在这种情况下，玩家的疲劳和厌倦也会不断累积。不管怎么说，要是能更轻松地实现令人惊喜的设计就更好了。

因此，有效的方法是，不要颠覆对前提的坚信，而是打破对日常的坚信，用“禁忌主题”就能令人吃惊。这样虽然会减少惊讶，但有一定的缓解疲劳和厌倦的效果。

本书总结了10种具有代表性的禁忌主题，请看：

10种禁忌主题

禁忌主题　1～4

这是一组每个人都出于本能追求的**积极主题**。

在电子游戏发展的初期，有一种在游戏每关之间插入图片让玩家持续玩下去的高难度麻将游戏成为一种代表。与此类游戏“禁忌主题”相似，引入“食”“得失”

“认可”等主题扰乱人们的平静心绪，可以缓和长时间玩游戏产生的疲劳和厌倦。

反过来说，要想找到没有这些主题的内容，是极其困难的。只要内容以**“体验到最后”**为目标，禁忌主题都有可能出现。所以，你在设计体验时，可以明确地提出以下指标：

“这个体验，描绘的是人类本能的欲望吗？”

下面是一组谁都讨厌的**消极主题**。

禁忌主题　5～8

不仅游戏，在所有剧情中，反派角色都是不可或缺的。反派角色代表贬义的东西，旁若无人地使用暴力，引发爆炸和天崩地裂的混乱，为人带来强烈的疼痛和死亡。

虽说如此，反派角色不过是傀儡。操纵反派角色做坏事的罪魁祸首，**真正的邪恶应该属于设计反派角色的设计师。**设计师必须舍弃自

己人格可能被怀疑的不安心理，有意识地使用消极主题。所有的游戏设计都是为让体验的玩家感到惊讶，甚至为让游戏体验持续下去。

把上面的讨论总结成体验设计的指标的话，就是：

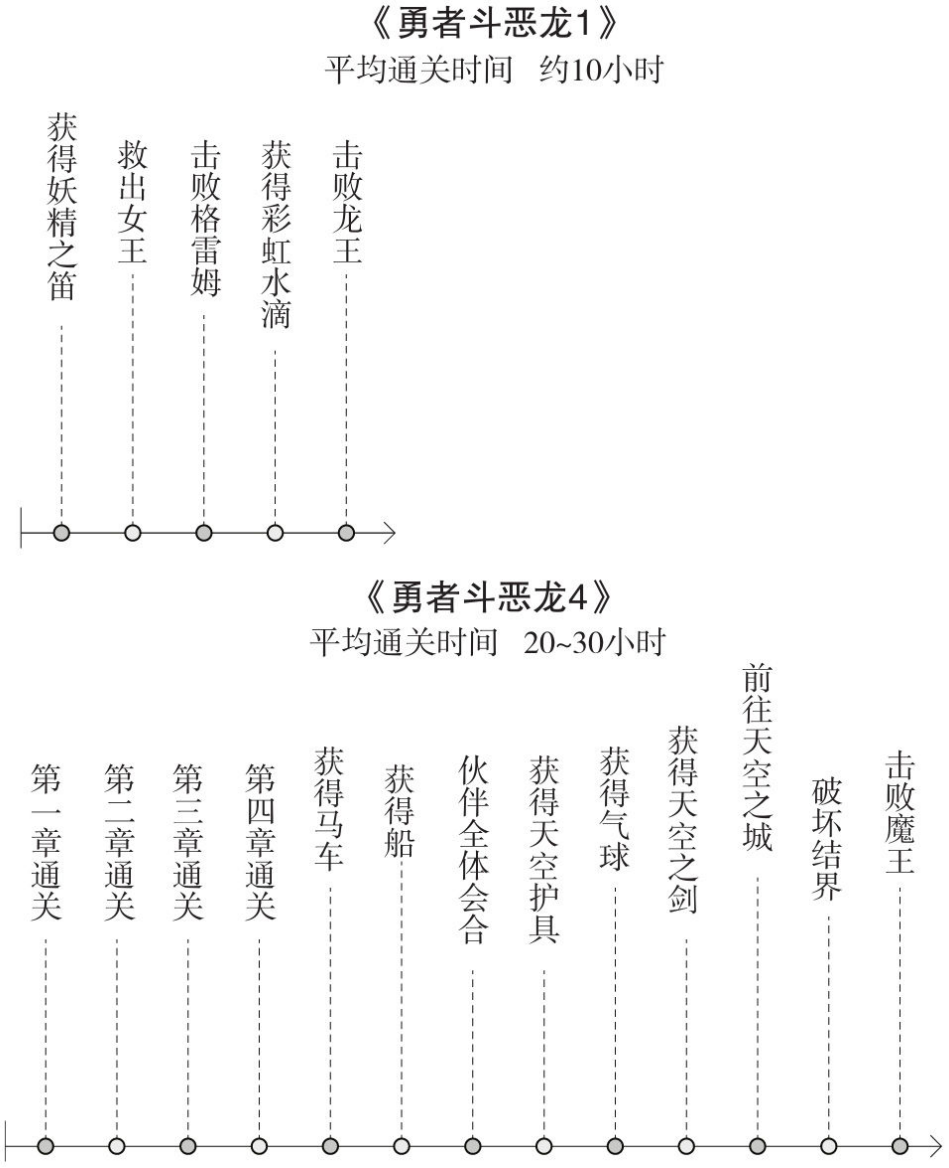
“这个体验，有人们想要回避的东西吗？”

到此为止，我们总结了10种主题中的8种，剩下的两种稍微复杂一些，请允许我结合事例进行说明。

《勇者斗恶龙4》获得了巨大成功，甚至被称为社会现象，它使用大量数据构建了一个宏伟的史诗冒险故事。玩家可以扮演的角色有8个，游戏从第1章到第5章，描写各个角色最终聚集在勇者身边拯救世界的故事。

这样一来，**玩游戏的时间自然会一下子变长**，通关所需时间一般为20～30小时。要想让玩家持续长时间玩下去，仅凭出于本能的主题和人们想要回避的主题是不够的，**需要一个强大的力量来消除玩家因长时间专注冒险而积累的巨大的疲劳和厌倦。**

于是，《勇者斗恶龙4》引进的是**赌场**。



《勇者斗恶龙1》和《勇者斗恶龙4》的平均通关时间

魔王正在惨无人道地进行杀戮，而本应打败魔王、恢复世界和平的勇者却偏偏泡在赌场里，这是怎么回事呢？这才是《勇者斗恶龙》系列的设计师做出的决断，是有意识的体验设计。

赌场里充斥着老虎机和扑克之类的赌博项目，赢的话可以得到金币，用来交换各种强大的武器、护具。相对于在那之前不知疲倦地与无数怪物战斗、不断攒钱买武器、护具的玩家，在赌场里面的玩家只需一掷千金就能获得装备。这样做的话，有可能让一直认真攒钱的玩家失望。

但是，这才是设计师的目标。**赌场有意识地剥夺了不断努力、一边学习一边冒险的玩家的认真感。**如果不这样做，不久，玩家就会累积疲劳和厌倦，对设计师来说可能发生最坏的情况。

“最坏的情况”是疲劳和厌倦超过极限，玩家会停止玩游戏。这才是最坏的情况。所以，**赌场是为让玩家暂时停止冒险而设计的。**

但是，设计师最终必须结束暂停，让玩家重返冒险的旅程。当然，设计师也准备了相应的对策。在赌场玩一段时间后，玩家会得到对冒险有用的装备和道具。在赌场**玩得很痛快，而且手上有很强的装备和道具……**通过制造这样的状况，设计师让玩家自然而然地踏上冒险之旅。

如果是真正的赌场，赌场会对输赢概率进行调整，而赌场是不会输的。但是，在游戏中的赌场，会让玩家随意获胜。游戏通常会以不引起怀疑的程度让玩家获胜，然后让其心情愉快地去冒险。

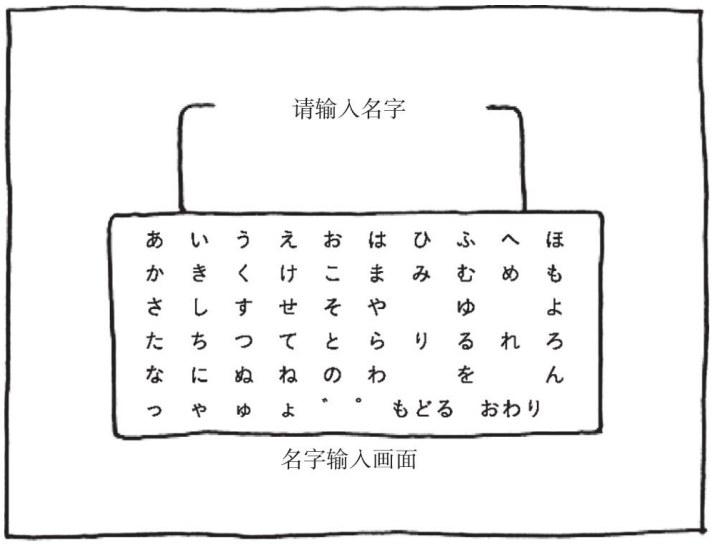
关键词是**“概率”**。对概率的应用，并不限于赌场。例如，在与怪物的战斗中，极少出现的强烈攻击，叫作**“会心一击”**。

“会心一击”发生的概率很小，在它出现的时候玩家的心情会特别好。即使被强敌压倒，甚至被逼到败北的边缘，只要使出“会心一击”，玩家就有可能反败为胜。不知疲倦地战斗，不断提高水平，玩家这种踏实的努力获得幸运女神的青睐。在每个战斗场景中，均衡分配各种要素，有助于消除玩家的疲劳和厌倦。

悬赏、抽签，或“有没有掉钱”，像这种不知不觉追求幸运的心情，在游戏业界被称为“侥幸”。使用这个词，10种禁忌主题中的第9种禁忌主题就是**“侥幸和偶然”**。作为体验设计的指标，设计师需要考虑**“这个体验是否让用户下注并祈祷”。**

好了，终于到了最后的惊喜主题了。观看第122页的提示图像，请仔细思考之后再读正文。“到底是什么让你感到惊喜呢？”

禁忌主题9



名字输入画面

上一页展示了玩家输入勇者名字的画面。

在游戏开始后，玩家必须确定勇者的名字。

白色底色加上黑色字体，是相当素净的画面。我听玩过《勇者斗恶龙》的玩家说，**有很多关于这个画面的回忆。**

“开始用自己的名字，但觉得怪怪的，于是改了。”

“把喜欢的人的名字加进去了，不能让朋友看到。”

“有人起了大便之类的最糟糕的名字，真的太荒唐了。”

“那个画面的音乐一直奇妙地留在耳朵里。”

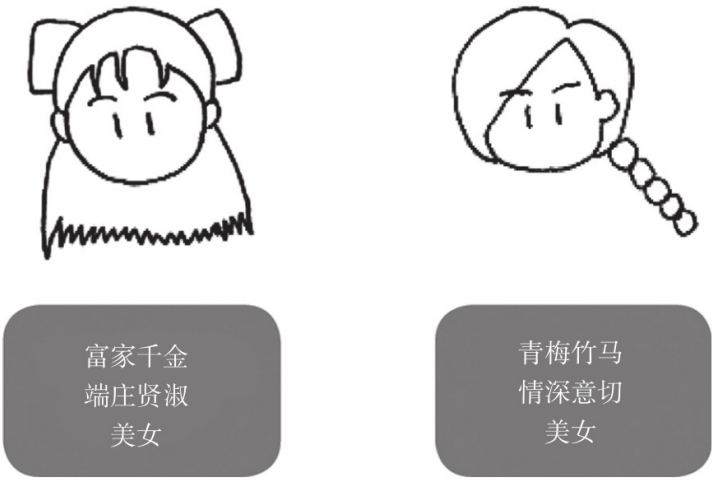
这个画面给人留下如此深刻的印象，**可以推测在这里肯定有震撼人心的强烈体验。**

为探究其中的原因，我想举一个《勇者斗恶龙》系列中人气欠佳的《勇者斗恶龙5》（ENIX，1992）的例子。这是一个让游戏粉丝各执己见的出色的体验设计。

《勇者斗恶龙5》的副标题是“天空的新娘”，描写主人公从幼年时期到青年时期，跨越年龄阶段打败恶魔的故事。在《勇者斗恶龙5》中，最让人印象深刻的是**结婚**。而且，主人公还得从两个女性角色中选择一个，简直是强人所难。

第一个新娘候选人比安卡与主人公青梅竹马，虽然性格好胜，但偷偷爱慕着主人公。第二个新娘候选人是芙萝拉，是富家千金，性格文静，同时也有认真、耿直的一面。玩家对突如其来的结婚一事不知所措，为决定结婚对象烦恼……坦率地说，这样的选择会**充分暴露玩家对另一半的喜好**。当时玩家们都问别人“你和谁结婚了”，此类话题非常热烈，甚至现在粉丝们还在网络上争论。

之前介绍的勇者名字的输入画面和结婚时选择新娘的例子，这两者有一个共同点。



你会选择和哪一位结婚呢？

取名的品位、喜欢的结婚对象……两者的共同点是一种**将玩家的隐私部分暴露出来的体验。**

在日常生活中，大家都隐藏着自己的个人隐私。如果个人隐私被人知道了，就无法平静。总之，我们认为“日常生活中必定隐藏着个人隐私”，正因为如此，个人隐私主题才会带来惊喜。

10种禁忌主题中最后的禁忌主题是“个人隐私”。能够暴露用户内心世界的内容会让人非常惊讶。作为体验设计的指标，设计师在设计时只需要问**“这个体验能体现出个性吗？”**就可以了。

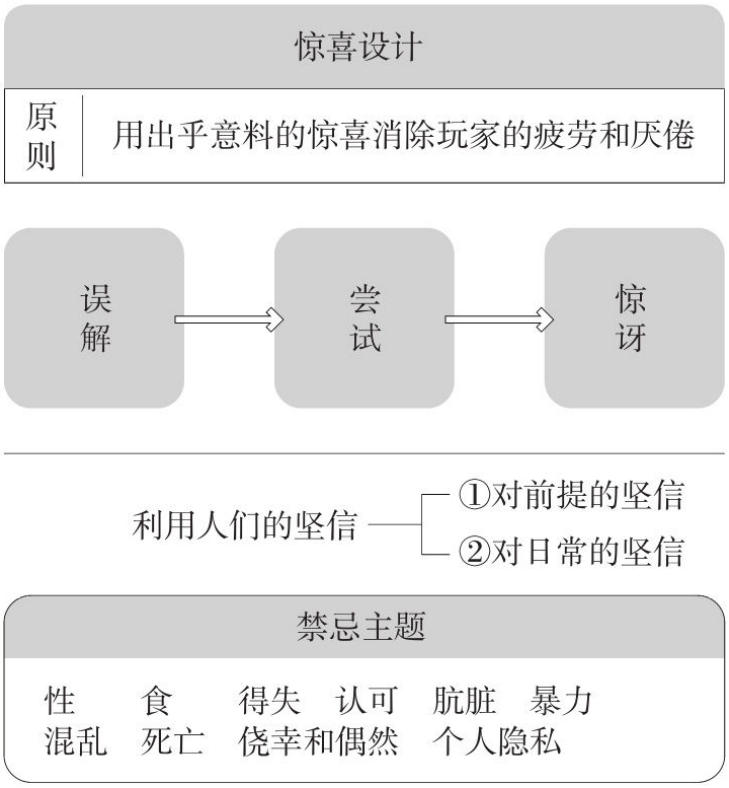
到目前为止，我们已经列出了4个体验设计的指标。在总结这些内容的同时，本章也逐渐进入总结阶段。

禁忌主题10

一边描绘人类出于本能想要的东西或想要回避的东西，一边让玩家下注、祈祷，让玩家的性格显露出来。用这样的体验设计给玩家带来惊喜，可以消除连续的直觉设计带来的疲劳和厌倦，让玩家获得更丰富的体验。这才是设计让人不由自主地沉迷的基本战略。

硬要说的话，惊喜设计，可以表现为让体验持续下去的必要之恶。如果玩家都是极其勤奋且不知疲倦的人，或许就不需要令人惊讶的设计了。但是，当你想要创造一种能够被很多人接受的流行体验时，你绝对不能忘记这个观点。

如果可以的话，请你暂时放下这本书，凝神看一看弥漫在身边的无数内容。**这两种体验应该以独特的节奏排列在一起。**让人直观地理解和学习信息的场景，和让人惊喜与兴奋的场景，这两种体验是如何排列的呢？


惊喜设计
原则
用出乎意料的惊喜消除玩家的疲劳和厌倦
误解
尝试
惊讶
利用人们的坚信
①对前提的坚信
②对日常的坚信
禁忌主题
性 食 得失 认可 肮脏 暴力
混乱 死亡 侥幸和偶然 个人隐私

对惊喜设计的总结

内容的基础是直觉和惊喜的组合

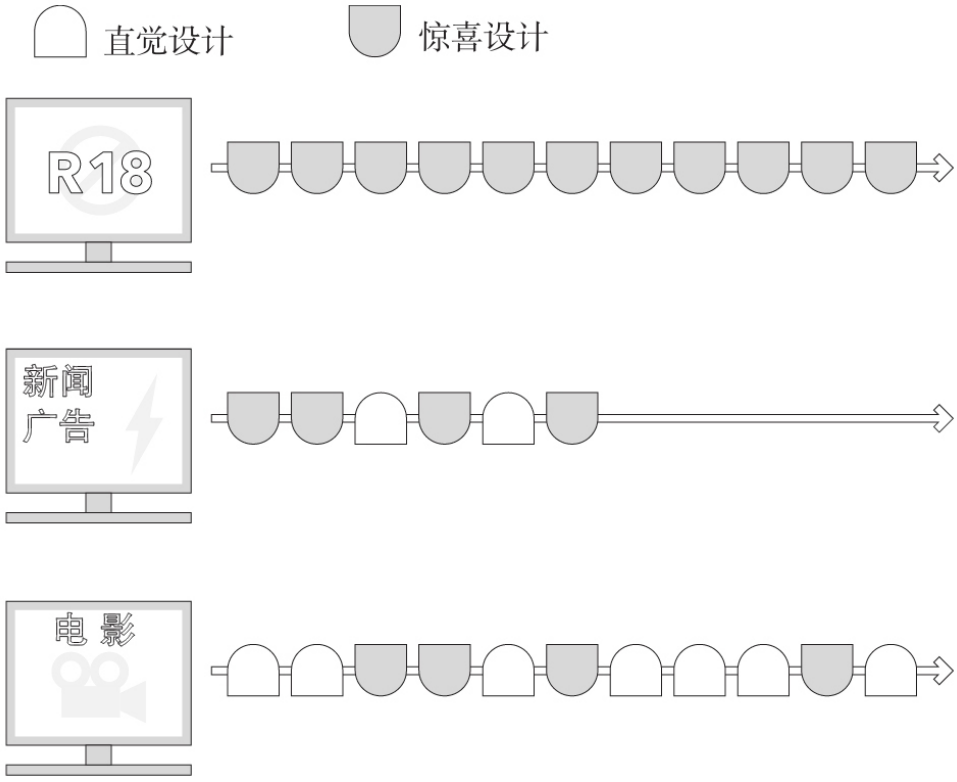
最容易理解的，是猎奇影像等只指向让人出于本能兴奋的内容。不用说，里面肯定充满了禁忌主题。

广告、漫画、新闻、宣传主页等，让人在短时间内体验受限的内容，惊喜设计会出现在开始，随后也会密集出现。它们一边细心地吸引受众的注意，一边传达信息。

另外，对于电影、电视、舞台表演、小品、游戏这类需要长时间体验的内容，设计师会以直觉设计开始、在直觉设计持续过程中抓住机会采用惊喜设计。

也许读者中有人会觉得这是一个与自己无关的话题，其实不然。

例如，在哄哭泣的孩子的时候，怎么做才能让孩子不哭、说什么才能引起孩子的兴趣，真令人烦恼。**为交流成功，要以怎样的顺序、怎样的比例来讲述怎样的内容？**有过这种烦恼的你，实际上已经是优秀的体验设计师了。



“直觉设计”和“惊喜设计”配置

《勇者斗恶龙》系列的设计师是堀井雄二先生，其想要达成的目标是将角色扮演游戏这一“有趣但难以令人理解的游戏”引进日本，向人们推广。在游戏中发挥效果的，就是本章的主题——惊喜设计。使用像“惊喜刺激”这样的非教科书式设计，让玩家对使用文字和数字的角色扮演游戏有了新的认知。《勇者斗恶龙》系列，**每一部都会采用新的设计方式，持续让玩家感到惊喜。**

仔细想想，**游戏行业的发展历史也是如此。**只有那些能够带来新鲜感和惊喜的厂商，才能在与厌倦游戏的玩家的战斗中幸存下来。

从实质上开创了日本游戏产业，并创造了第1章中提到的《超级马里奥》游戏的任天堂，其已故董事长岩田聪先生，对于游戏这一产品的宿命和使命，他是这样说的——任天堂始终把如何保持游戏产业的活力放在第一位。

1986年	《勇者斗恶龙1》	引入角色扮演游戏
1987年	《勇者斗恶龙2》	三人组队制度
1988年	《勇者斗恶龙3》	四人组队制度 导入职业概念 描写与《勇者斗恶龙1》的联系
1990年	《勇者斗恶龙4》	由8个主人公和5个章节构成 导入赌场
1992年	《勇者斗恶龙5》	主人公在不同年龄段进行冒险 主人公可以和怪物成为伙伴
1995年	《勇者斗恶龙6》	为每个职业升级 描写双重世界
2000年	《勇者斗恶龙7》	开放性剧本 平均玩游戏时间超过100小时
2004年	《勇者斗恶龙8》	从2D到3D 武器、护具制作系统
2009年	《勇者斗恶龙9》	从家用游戏机到便携游戏机 数据分发和交换系统
2012年	《勇者斗恶龙10》	网络游戏 支持多台游戏机
2017年	《勇者斗恶龙11》	家用游戏机和便携游戏机联动 游戏结局后的新玩法

《勇者斗恶龙》系列创新举措

“游戏不是生活必需品，所以需要产生惊喜。”

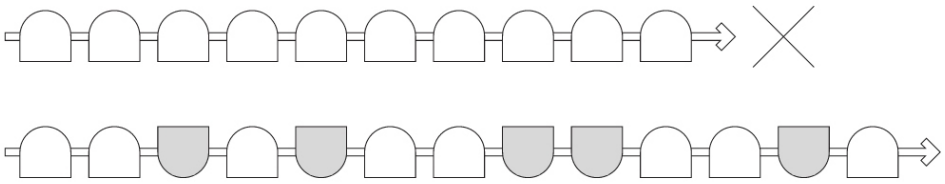
正因为生活必需品是生存不可缺少的，所以才不会让人感到厌倦。没有人会对使用洗涤剂感到厌烦吧？

换句话说，游戏并不是生存不可或缺的东西，所以会让人产生厌倦。正因为如此，游戏必须一直让玩家惊喜，游戏业界也必须不断地用新游戏让玩家惊喜，这就是游戏的宿命。

玩家凭直觉玩游戏，而游戏也会出乎玩家的意料，让其惊喜。这两种截然相反的体验交织在一起，让游戏业得以存续。

“为什么游戏能让人持续玩下去”的答案，可以说是在**连续的直觉设计中穿插惊喜设计的**。这样一来，游戏就从“能玩”发展到了“能玩下去”。

实际上，在这里出现了**从根本上动摇游戏的大问题**。



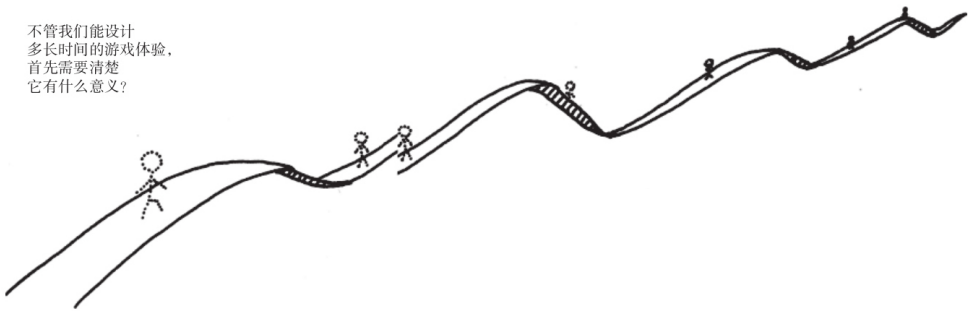
通过穿插惊喜设计，使玩家获得对游戏的持续体验

玩游戏没有任何用处。继续玩游戏，又有什么意义呢？

实话实说吧，玩游戏就是浪费时间。

的确，如果能灵活运用惊喜设计，就能让玩家持续体验。但是，如果游戏提供的持续体验毫无意义，那么人们很快就会离开游戏。

实际上，社会上存在敌视游戏、消除游戏的想法，有一定的道理。

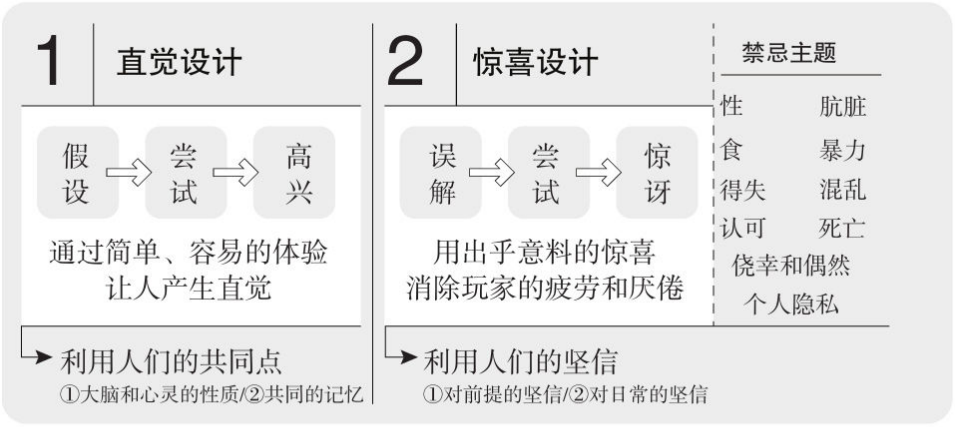


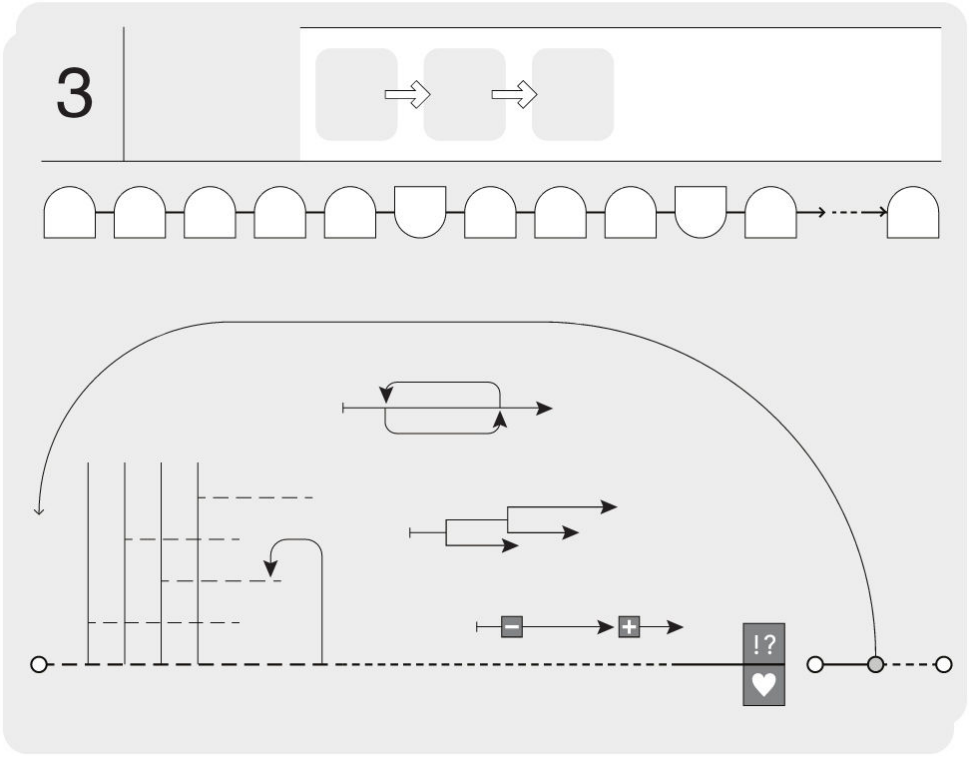
但是，众所周知，游戏至今依然存在。

反过来也可以这样说，（电子）游戏发展到今天已经有几十年了，**在玩游戏的体验中，一定隐藏着某种意义。**

如果游戏有意义，那么它是作为怎样的体验而设计的呢？体验的意义究竟是什么？

本书终于要进入“体验”的核心了。第3章的主题是**“故事设计”**。





第3章
人为什么会不由自主地想叙述
——故事设计

Family Computer开始发售已经有数十年，我想以获得众多著名游戏奖项的两部作品作为本章的案例。第一部作品是《最后生还者 重制版》（以下简称《最后生还者》）。第二部作品是《风之旅人》。

对于那些最近没有玩过游戏的人来说，可能并不熟悉它们，请放心，我会详细地解释游戏的内容。

不断有人声称游戏毫无意义，玩游戏浪费时间，它是使人们堕落的恶魔。对于这样的言论，游戏给出了怎样的答案呢？如果游戏有意义，那是什么呢？

解读这一谜团的关键词是“故事”。

最后生还者
The Last of Us
Remastered
Sony Interactive Entertainment 2014

风之旅人
JOURNEY
Sony Interactive Entertainment 2016

在解说体验设计时，本书考虑到游戏公司的著作权，
展示的不是实际游戏画面，而是示意图。
想要确认实际游戏画面的话，
请观看版权方公开的画面或者下载游戏试玩体验。

故事是什么样子

《最后生还者》是一部将背景设置在现代的动作游戏。一种像冬虫夏草一样的神秘细菌寄生在人身上，将人变成僵尸，使美国陷入了存亡危机。

在细菌感染扩大的恐慌中，主人公乔尔失去了他独自抚养长大的女儿。主人公在绝望中生活，20年后的某一天，他的命运突然发生了变化。

乔尔遇到了艾莉，她是世界上唯一对神秘细菌具有抵抗力的女孩，与乔尔失去的女儿同龄，14岁。在面临终结的世界中并肩旅行的两个人，会走向怎样的结局呢？游戏内容实在复杂。

这么复杂的内容，是怎么传达出的呢？竟然**只靠出场人物的台词和影像**。游戏没有说明剧情的解说员，除少数情况外，画面上连文字都没有。这个游戏看起来完全像电影一样，只利用台词和影像来传达信息。

《最后生还者》仅用台词和影像就成功地讲述了厚重的故事。而**《风之旅人》**用更加精巧的设计讲述故事。

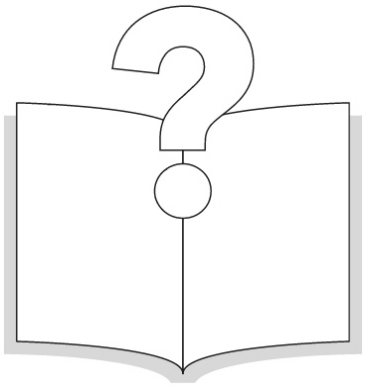
别说文字，在游戏中连语音说明都不会出现。

《风之旅人》的故事梗概是这样的：主人公身着他从未见过的兜帽长袍，在没有任何预兆的情况下，突然在空旷无人的沙漠中醒来。主人公唯一的目标便是远方的山，他以那里为目标开始前进。不过，并没有确切的信息表明远方的山是主人公的目的地。他只是碰巧朝着目标——山，迈开脚步而已。

除了有很多谜题的设定，游戏中没有任何文字登场，也没有任何声音说明。凭借精巧的设计，《风之旅人》获得了无数的游戏奖项。更令人惊讶的是，**它在多个奖项中都被评为“优秀故事”。**

也就是说，这个游戏在没有文字和语音说明的情况下，成功地讲述了故事。

看到这里，或许有人不禁想问：**故事究竟是什么？**



故事是什么样子？

当你听到“故事”这个词时，你会想象到它是什么样子吗？不是故事的内容，而是**故事的形式**。我曾经问过很多人这个问题，大多数人认为是用小说那样的文字来表达。确实如此，感觉故事是用文字写的。

但是，仔细想想，故事并不需要用文字来表现。

比如，电影和电视剧这样以影像来讲述故事的东西有很多，人们即使没有字幕也能了解故事吧？

再举一个例子，人生也是故事的一种。你的人生有高潮也有低谷，是一个非常丰富的故事，但并没有特别用文字表现出来。也就是说，**文字表现对故事来说并不是必要的。**

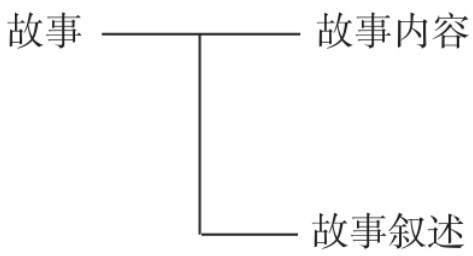
那么，故事是什么，我越来越不明白了。因此，我想参考**“故事论”**这一学科领域的研究成果。在故事论中，我们来看看故事是如何被定义的吧。

在故事论中，故事被称为**叙事**。故事由故事内容（情节）和故事叙述（叙述）两个要素构成。

故事内容是指“主人公去了A，发生了B，变成了C”这样的一系列事件。简单来说，**“发生了什么”就是故事的内容。**不过，故事的内容终究是事件本身。有了“如何表达”这一手段，故事的内容才能被表达出来。文章、影像、声音等表现形式也很重要，语言的选择和表达的顺序也会影响故事的趣味性。这种**“如何表达”就是故事叙述。**

关键是“发生了什么”+“如何表达”。只有将故事内容和故事叙述结合起来，才能成为故事=叙事。

话虽如此，大家对“叙事”这个词还是不太熟悉吧？但是，其实也有很熟悉的时候。比如，在纪录片中，有人**不出现影像，只用声音来说明情况。**那个人叫什么？



在故事论中故事的构成要素

另外，故事还通常使用另一个定义——“一系列事件的表现”。

“一系列事件”对应的是故事内容，“表现”对应的是故事叙述。

那个人叫**解说员**吧？解说员是指具有叙事性的人，即讲故事的人。讲故事的人=解说员。

另外，在与故事相关的词中，没有“故事者”（storyer）这样的词。用于表达的“tell”被特意加入其中，形成“storyteller”，用来表示讲故事的人。

故事和叙事，这**两个词在日语中都被翻译成“物语”，**大家能感受到其中的微妙差别吗？故事是“发生了什么”，也就是情节内容，与之相对，叙事有“如何传达”，也就是包含故事叙述的微妙感觉。

那么，问题来了：**游戏是故事，还是叙事？**游戏通过“玩游戏的体验”来叙述故事。这种对故事的表达方式正是游戏的特征，答案当然是……

当你读绘本的时候，会花很多心思吧？

绘本中包含的“A发生了什么，B发生了什么”就是故事内容。

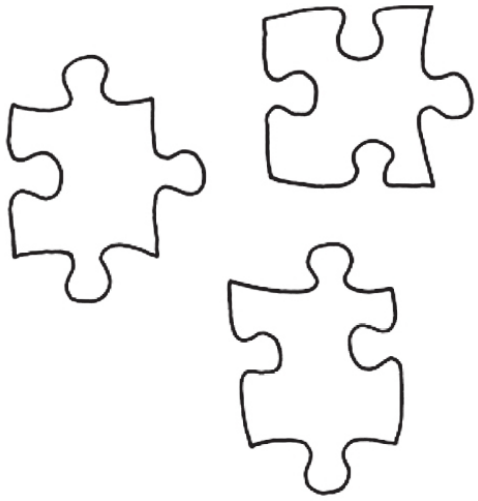
文章、绘画和书籍的表现形式，以及“如何阅读”，就是故事叙述。

游戏似乎可以被称为叙事。玩家一边冒险一边了解故事内容……通过提供这样的体验，**游戏叙述了故事。也就是说，游戏和文章、声音、影像一样，都是叙述故事的一种方式。**这也是在人类历史上相当新颖的叙事方式。

随着近年来的技术发展，游戏仅靠影像和声音就能充分传达信息。游戏已经获得了和电影、电视剧一样的表现力，只要描绘一个人的动作，就能如实说出发生了什么。

在这种技术没有出现的时候，游戏就采用了相当独特的故事表达方式。

比如《勇者斗恶龙》，如果不跟勇者对话，故事就一点进展也没有。玩家在游戏世界中冒险，一边靠自己的力量收集信息，一边进行“在这个世界上，发生着这样的事情……”的推测。**让人从无数的信息片段中了解“发生了什么”的故事的表达方式，**专业术语叫**“环境故事”**。



收集零散的故事，进而了解整个故事

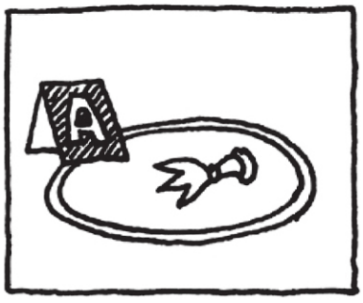
片段式叙述、波浪式叙述、未来式叙述

“环境故事”，玩家自发地收集分布在环境中的信息，构筑故事，它就是这样一种故事表达方式。

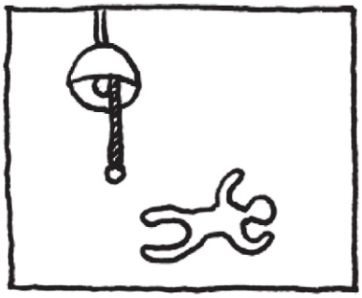
让我们来体验一下吧，只要看下页的图10秒钟左右就可以了。

只是被要求“看一下”，人们自然就会问：“发生了什么？”发生了什么，是不是可以推理出来呢？说不定“这不是事故，是谋杀”，也许有人会这么嘀咕。我们的大脑似乎讨厌让信息分散。即使乍一看毫无关联的信息片段，大脑也会将它们组合起来，尽可能推测出到底“发生了什么”。**大脑总是想要把握周围世界的全貌和状况。**

被害人患有心脏病



现场遗留气球残骸



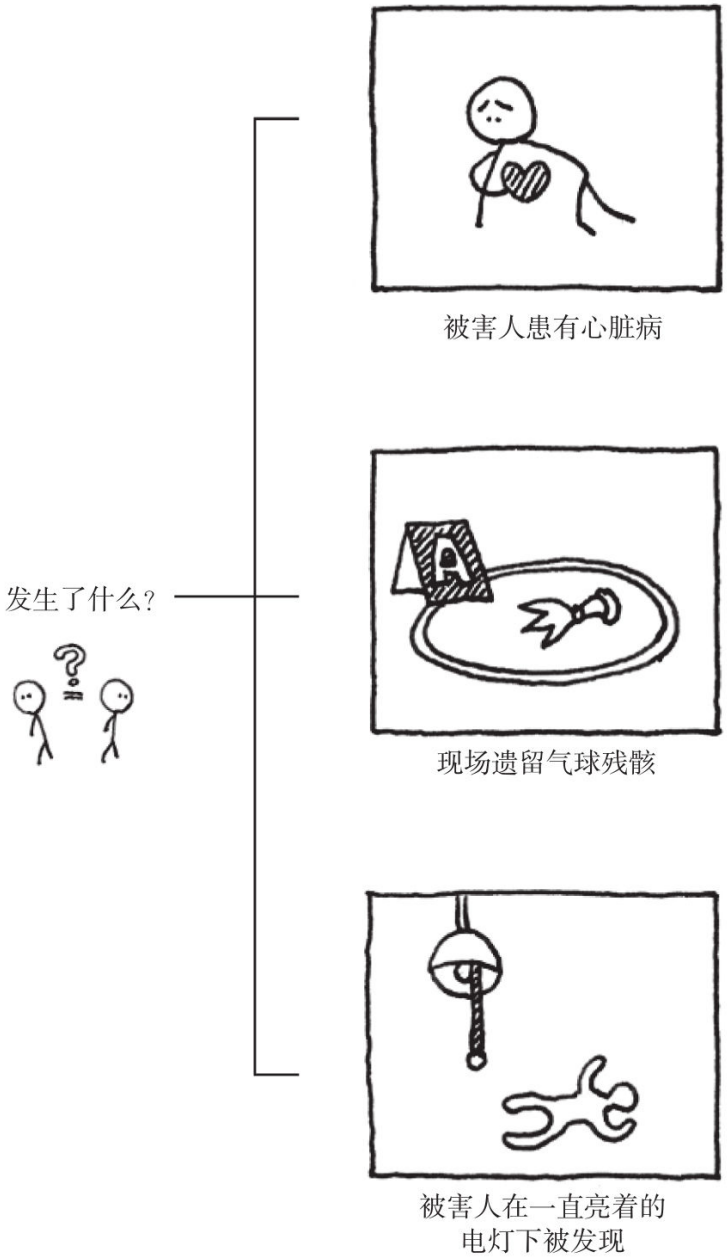
被害人在一直亮着的电灯下被发现

换句话说，大脑可以说是讲故事的器官。将从眼睛、鼻子、耳朵等无数传感器收集的信息片段进行整合，与自己的人生经历对照，推测“眼前正在发生什么”，然后再连接上下文，讲述故事……这是大脑的本能作用。

如果大脑失去了这种本能，我们的人生就会失去脉络，瞬间解体。人生不是每个人零散记录的拼凑，而是从过去延续到未来世界的唯一的故事，所以人们觉得大脑具有**“叙述本能”**。

游戏巧妙地利用了大脑这种叙述本能。前面提到的“环境故事”是将碎片信息分散传达给对方的手法，这也是刺激叙述本能的一种传达方式。

话虽如此，并非所有的东西都可以分散配置。**在构成游戏的各个场景中，也有排列方法……**



让我们通过对游戏中的场景进行分类来开始讨论。我决定将其分为三组：

1. **影像**　可以静下心来欣赏，可以获得很多信息。

玩家不能操作，所以是被动体验。

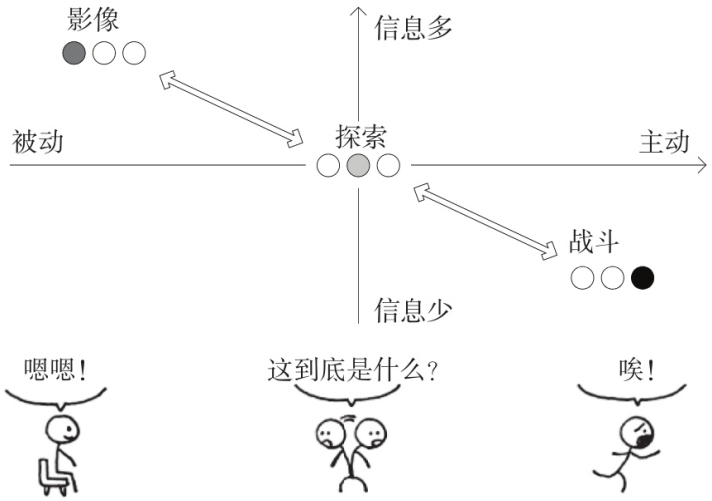
2. **探索**　比影像少，但能得到一定程度的信息。

能够按照自己的节奏操作。

3. **战斗**　战斗是迫不得已的情况，所以能得到的信息极少。

为保护自己，进行高度集中的主观操作。

请看下一页的图示，**纵轴表示信息量，横轴表示体验是主动的还是被动的。**这样整理的话，游戏体验看起来非常简单。好不容易整理好了游戏场景的三种类型，下面就用这个来分析一下《最后生还者》和《风之旅人》。

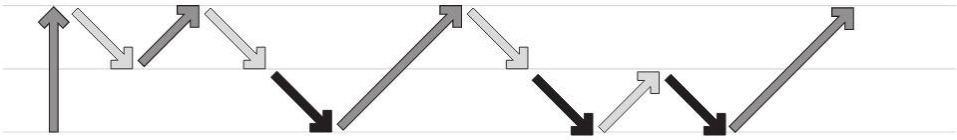


游戏场景的三种类型

在第158页、第159页的下方，是两个游戏初期的场景构成图。先不说每个场景的细节，请关注图中的折线部分。

在信息多的被动场景中，折线会上升，在信息少的主动场景中，折线会下降。

看了之后，你有什么感觉吗？图中的折线不知不觉变成了波浪。这才是故事的叙述要点。每个场景包含的信息量，以及主动性/被动性，**这两个要素构成了波浪。**



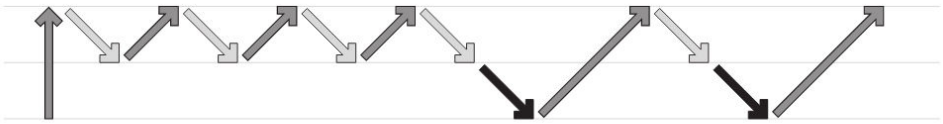
●○○ 影像：乔尔和女儿莎拉的平静日常生活
○●○ 探索：操作莎拉，探索夜晚家中的乔尔
●○○ 影像：乔尔和莎拉试图逃离城市的场景
○●○ 探索：操作莎拉，从车窗观察混乱的城市
○○● 战斗：操作乔尔，从窃听得知的感染者那里逃走
●○○ 影像：莎拉死亡，20年后乔尔和搭档泰丝的对话
○●○ 探索：探索封锁的城市和寻找避开感染者的出路
○○● 战斗：在城市外被感染者袭击
○●○ 探索：解开连接断开道路的谜题后，在黑市探索宿敌
○○● 战斗：在宿敌的藏身之处和其部下进行战斗
●○○ 影像：观察从宿敌处得到的信息

《最后生还者》初期场景构成

并不仅限于游戏，所有故事内容都具有同样的结构，一般被称为**“节奏和对比”**。本书也沿用了这一点，称之为节奏和对比的主题。

用节奏和对比制造波浪的理由有两个。第一个理由很简单，因为没有波浪就会让玩家产生疲劳和厌倦。这是为达到与惊喜设计同样的效果。

那么，用节奏和对比制造波浪的另一个理由是什么？



●○○影像：观察光从山顶飞过来的样子
○●○探索：操作主人公，漫无目的地探索沙漠
●○○影像：从神秘的存在中得到关于这个世界的真实启示
○●○探索：继续探索沙漠，和主人公相似的同伴出现
●○○影像：再次观察来自神秘存在的信息
○●○探索：继续探索沙漠
●○○影像：再次观察来自神秘存在的信息
○●○探索：继续探索沙漠
○○●战斗：从沙漠峡谷的陡坡上滑下来
●○○影像：再次观察来自神秘存在的信息
○●○探索：探索地下遗迹
○○●战斗：被神秘的敌人袭击，逃走
●○○战斗：被神秘的敌人袭击，逃走

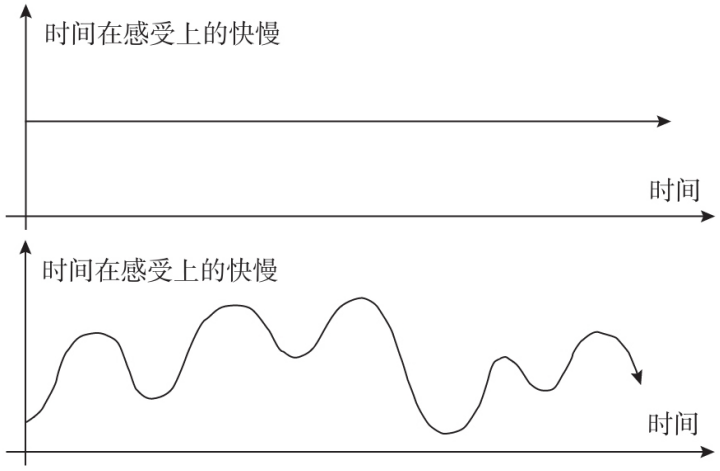
《风之旅人》初期场景构成

它是为让叙述的本能对未来的预测变得简单而容易，达到与直觉设计相似的效果。

首先，**将玩家必须理解的每个场景的内容最小化。**每个场景的信息量减少，故事就容易被理解，未来的发展就容易被预想到，很快就会有节奏。

在此基础上，制造出“影像→探索→战斗→影像”这样对比强烈的波浪。玩家在无意识中认识到波浪模式，不久就会有“影像结束，差不多该去探索了吧”“打败强敌，影像一定会继续下去”这样的预想了。

节奏和对比，让一连串的体验像波浪一样愉快地摇摆，让人忘记时间。**在体验设计中，时间概念无论何时都很重要。**



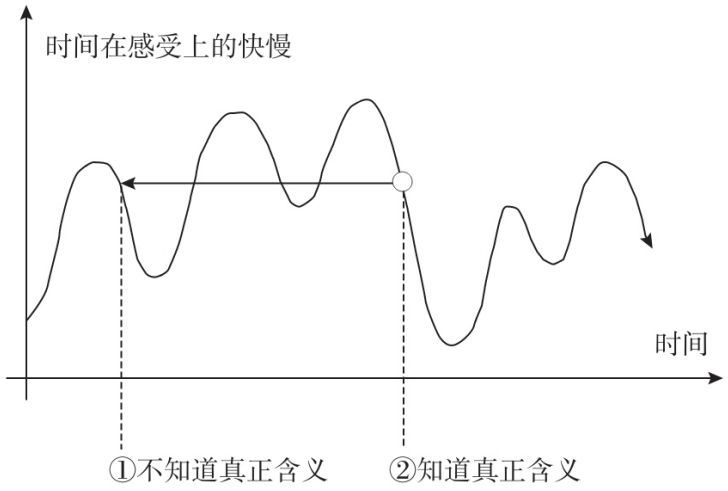
沿时间轴呈现出的波浪节奏和对比

“笑，就是紧张和缓和。”

说这话的是落语家桂枝雀先生。人会在紧张得到缓解的时候笑……这是表面上的意思，深入解读的话，也可以这样理解：**既不让其高度紧张，也不让其高度缓和，先紧张后缓和，体验顺序很重要。**

关于节奏和对比，如果换个角度来看的话，就是如何将信息放在时间轴上……关键在于体验顺序。在时间这条直线上，如何排列体验内容呢？这正属于体验设计的领域。

从这个意义上讲，继环境故事、节奏和对比之后，重要的就是时间。如下页的图所示，**在不知道某个信息的真正含义的情况下，先提示，然后利用时间差让对方注意到其真正的含义。**这是非常精细的技巧。它被叫作什么呢？



利用时间差给出注意点

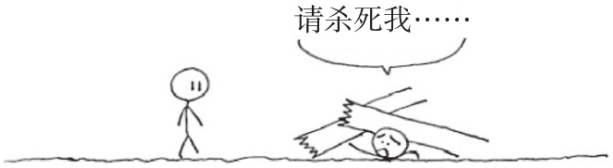
隐藏真正含义，埋下暗示内容，叫**伏笔**。

“那个场景的那个东西，原来是这个意思啊！”这种意识给人带来的快感非常强烈，让人不知不觉就会觉得“那个啊，其实……”，甚至忍不住向别人叙述。让人产生一口气了解故事的快感的手法，就是伏笔。

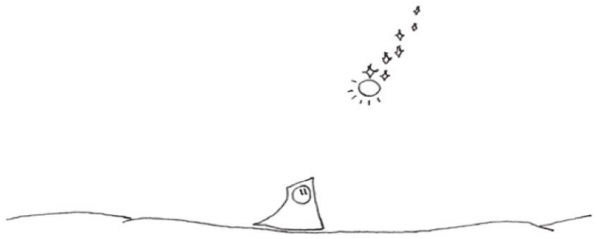
在《风之旅人》中，游戏一开始就有一个神秘的光球在天空中飞舞的场面，但其用意不明。这就是伏笔。

在《最后生还者》中，有一个稍微复杂的伏笔。游戏一开始，一名被病菌感染后将要变成僵尸的男子登场，请求主人公“在他变成僵尸前杀死他”。为什么设计师会在游戏开始这一宝贵的时间描绘出这样的场景呢？这就是伏笔的作用。

关于这些伏笔，后面有机会再仔细解释，我在这里先总结一下前面的讨论内容。



在《最后生还者》中请求主人公杀他的男子



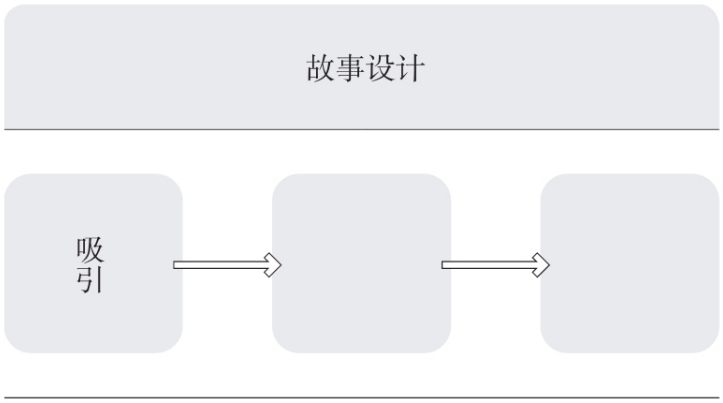
在《风之旅人》中神秘的光球

环境故事、节奏和对比、伏笔，这三者都能刺激玩家的叙述本能。这是为让玩家自己成为游戏的解说员，让玩家自己叙述故事的体验设计。

另外，游戏总是不明确说明眼前发生的事情，让玩家备受折磨。人们会以为玩家被游戏独特的叙事方式打击，对游戏不感兴趣了，但事实是玩家**运用五感和思考来叙述故事，这对大脑来说是一种很充实的体验。**

本书将这种体验称为**“吸引”**。故事设计的第一步是吸引，故事设计从这里开始。设计师通过吸引来激发玩家的本能，将其引入故事中。

各位读者朋友，有点突然，**让我们休息一下吧。**



故事设计　第1步　吸引

体验的意义

哎呀，辛苦啦！请喝点饮料。

这本书怎么样？读到这里，你自身有什么变化吗？我想，如果你有“读了这本书，我觉得自己有了这样的变化”之类的想法就好了。

啊？没有任何变化吗？

那我感到很抱歉。你读了这本书没有任何变化，感谢你竟然能读到这里。换成游戏的话，如果无法让玩家切实感受到成长的话，那么就会在瞬间被抛弃。

游戏中的主人公怎么成长，毫无意义。**玩家的成长，才是游戏的意义所在。**

随着故事的推进，游戏主人公也在成长。不过，游戏中的主人公终究只是虚构的存在，**无论主人公成长多少，对玩家自身都没有任何影响。**

毕竟，玩家只是在游戏机前握着手柄而已。这样下去，游戏不会为玩家带来任何成长。正因为如此，游戏才会以吸引玩家的方式叙述故事，让玩家凭借自身的力量去了解“发生了什么”，让玩家自己去叙述。

游戏设计师原本在大多数情况下并不想只靠故事来打动玩家。实际上，**在游戏中展开的虚构故事，说到底不过是让玩家成长而采用的**

体验设计的手段。

游戏设计师真正想要描绘的，不是在游戏中展开的“虚构故事”，而是玩家自身成长的“故事”。

“虚构故事”描绘在虚构的世界中虚构的主人公经历的故事，不过是为创造出玩家成长体验的手段。

“玩家的故事”是玩家通过游戏体验，自身经历的故事。设计师必须让作为现实存在的玩家在现实世界中实际成长。

至此，需要讨论的地方只有一个。为让玩家在现实中成长，应该创造怎样的虚构故事呢？

接下来，关于让玩家成长的体验设计，我将列举三个主题进行讨论。

作为开端，本书将从惯例实验开始。请看第171页的内容，你有什么想法？

成长的主题1：收集和重复

12 45678

仔细查看上页的读者，应该想到了“3”这个数字吧？无须赘述，这个实验的重点是我们**“想要填补空缺”**的习惯。想填补这些空缺，并使其完整……人们很难抑制这种感觉。

另外，没人想到“9”也是关键。我们的思考路径是，首先发现“1～8”，把握整体情况，然后填补空缺。因为，如果没有事先认识到整体的范围和共同的性质，就无法将“空缺”作为“空缺”来认识。简单来说，就是我们找不到“9”应该放进去的空缺。

也就是说，**只要认识到空缺就可以了。**人们发现空缺就想填，而且不由自主就填了。即使有几个空缺，只要所有空缺都能去填，就可以多次去填。利用这种心理的游戏体验设计，就是名为收集的体验设计。

几乎所有的游戏都采用这种流行的设计方式，这也难怪，没有比收集更有利于玩家成长的体验设计了。**这是因为，在收集过程中，玩家多次重复同样的体验，就会自然而然地成长了。**

例如，面向Game Boy游戏机（任天堂，1989）用户发售并获得爆炸性成功的《精灵宝可梦》（任天堂，1996）。看到把151个宝可梦全部记住的孩子，很多父母叹息道：“要是学习也能这样就好了。”孩子们能记住宝可梦，其实理所当然。因为游戏一开始，要求玩家从3个宝可梦中选出1个，然后玩家得到一个空白的宝可梦图鉴。反复体验抓宝可梦的过程，这让玩家对宝可梦的整体形象和空缺有了深刻的认识，所以不可能记不住。

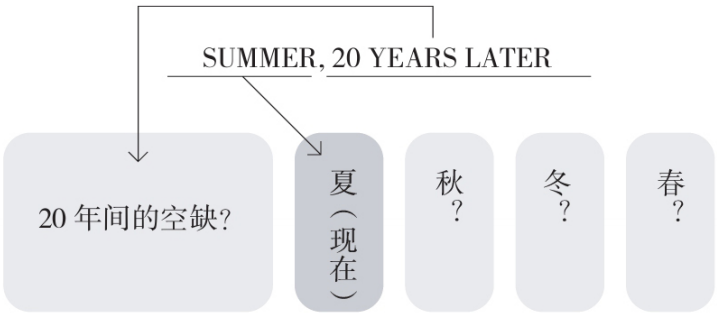
让玩家意识到空缺，然后引导玩家收集、重复，让玩家成长。我们可以看到这样的结构。

《精灵宝可梦》开始画面

所以，成长的主题之一是收集和重复。

收集和重复的主题{空缺和整体→收集和重复→成长}

在《最后生还者》中，只在游戏开始，两次显示字幕。那就是“SUMMER”（夏）和“20 YEARS LATER”（20年后）。这些字幕告诉玩家的是剩下的秋、冬、春和主人公女儿去世后20年间的空缺。设计师通过让玩家意识到故事中突然出现的空缺的存在，让玩家收集在世界各地遗留下来的过去的片段，让玩家了解到底发生了什么。



表示“SUMMER”和“20 YEARS LATER”的空缺

通过在虚构的故事中设置空缺，让人预感到整体情况，自然而然地将玩家引导进收集、重复和成长的故事中。

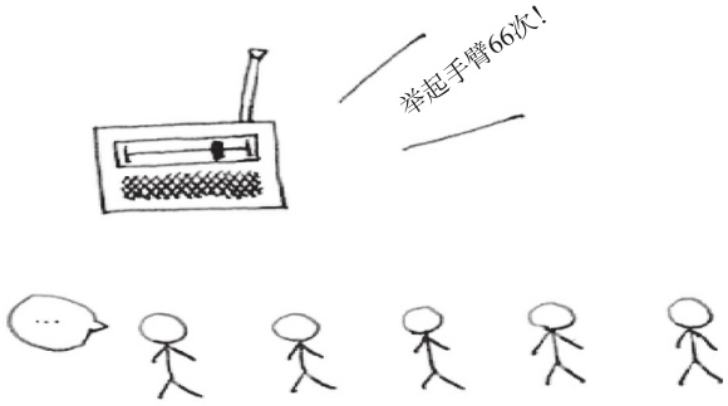
另外，在没有文字登场的游戏《风之旅人》的世界里，设置的空缺是什么呢？答案已经呼之欲出了。

没错，答案就是文字。《风之旅人》将文字作为收集要素。说是文字，其实它们就像神秘的甲骨文一样，玩家完全不明白其代表的意思。但是，玩家一边想着“也许能明白什么”，一边收集和重复。

不管怎么说，当我们的大脑多次接收到体验相同的信息时，脑细胞之间的联系就会增强，下一次表现就会变得更加出色。这样的流程会让我们的大脑成长。重复是成长必需的，**重要的是如何让人不厌其烦地将某种行为反复进行**的体验设计。

比如，广播体操。如果只是漫不经心地做广播体操的话，我们肯定不会注意到，在做体操的时候，被迫不停地举起和放下双臂的次数为66次。**如果只是单纯被要求“举起66次手臂”，我们肯定没有劲头。**但是，如果将丰富的简单体操动作组合起来，配合一首完整的广播体操曲，经过这样的体验设计，我们就会不由自主地举起66次手臂。

对了，广播体操还有一个促进反复的东西，那就是**节奏**。



如果被指示举起手臂66次，人们完全没有劲头

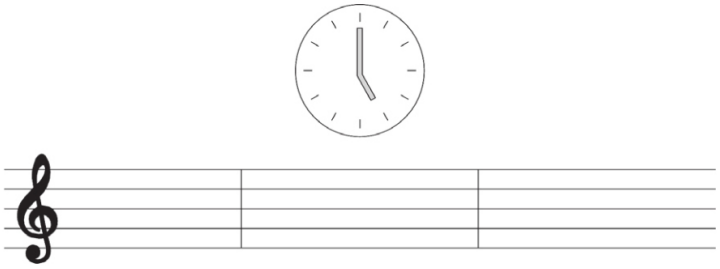
时间是无形的，问题永远不会结束

即使没有人要求我们，我们也会不自觉地跟着节奏走。用手指敲桌子，摇晃身体……只要音乐响起，我们就会不停地重复动作。

换句话说，**节奏就是在时间这个箭头上方均匀分布的空缺**。通过消除节奏上的空缺，我们可以感觉到时间的无形。通过刻画节奏，我们可以收集时间里无数的空缺。

这里再举一个关于节奏的例子。

前面介绍了《精灵宝可梦》，接下来介绍的游戏也和《精灵宝可梦》一样，都是Game Boy游戏机上的大热游戏。孩子自不必说，连平时不玩游戏的女性和中老年人都非常喜欢玩这种游戏。人们把从画面上方掉下来的方块排列整齐，然后消除。只是这样简单的操作，却让人停不下来。开创“休闲益智游戏”这一题材，并被称为鼻祖的作品是经典游戏**《俄罗斯方块》**（任天堂，1989）。



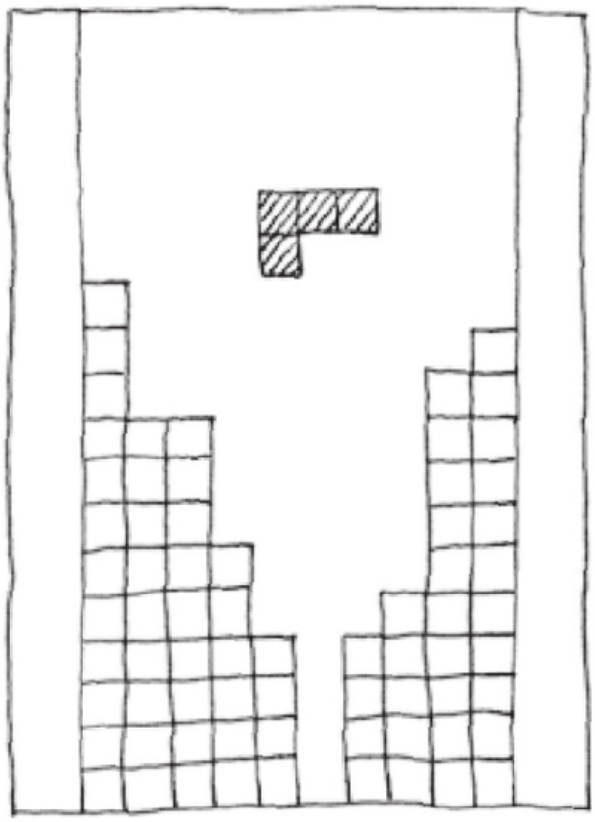
即使看不见，只要有节奏就能感受到时间的存在

只是简单消除方块，为什么让人停不下来呢？其原因也在于节奏。

只要稍微看一眼第181页的示意图，就会产生“要把方块放在哪里”的想法。游戏的设计感非常强烈。**每放置一组方块，页面上就会自然形成一个空缺**。横向一列全部用方块填满的话就会消失，从这一规则中也可以看出收集这一要素。

那么，节奏要素呢？这就是问题所在。在《俄罗斯方块》中，“将一组方块放到画面底部，下一组方块就会从画面顶部出现”，如此反复。这个时候，从放置一组方块到放置下一组方块需要多少时间，其节奏才是关键。那么，**空出几秒钟最能促使玩家反复玩下去呢？**

① 约1秒钟　② 约1/10秒钟　③ 没有停顿



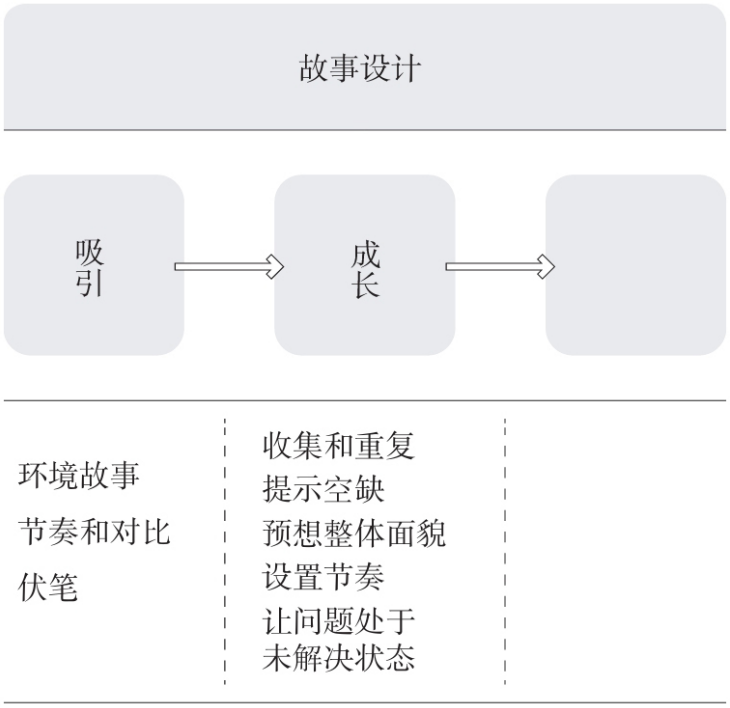
《俄罗斯方块》游戏画面

出乎意料，答案是**③没有停顿。**

不留出时间间隔，马上让方块掉下来。不断重复，这种体验设计方式基于心理学中的“蔡格尼克记忆效应”。这个效应指的是“对于已经解决的问题，我们的内心会轻易消除紧张感，而对于尚未解决的问题，则会保持紧张感”这种心理现象。这话有点难以让人理解，简单总结一下就是**“如果问题还没有解决，就能保持紧张感”。**

通过让方块持续掉落，设计师使玩家得不到缓解紧张感的间隙。正因为停不下来，玩家才会自然而然地反复思考方块放置的地方，最终游戏水平也会进步，而且越玩越停不下来。方块掉落的节奏才是具有决定性的重要设计。

在此，让我们重新总结一下收集和重复的主题。



故事设计　第2步
收集和重复的主题

成长的主题2：选择能得到的东西

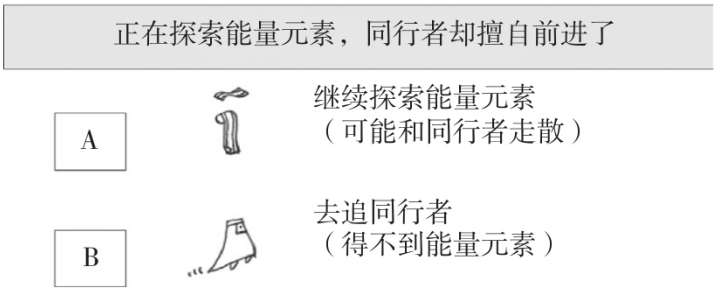
收集和重复的主题{空缺和整体→收集和重复→成长}

我们都知道，只要不断重复，一切都能变好。但是，我们会以疲劳、厌倦等各种理由停止重复。**如果我们能够重复而又不感到疲倦或无聊，那是一种才能或天赋。**如果人生中能找到可以不厌其烦重复探索的事情，就算幸运了。在这一点上，对于很多人来说，游戏提供了“自己也能重复的东西”的价值。

重复，不断成长……这样的话，下次就会更有欲望，想做更高级（难）的事情。这时，第二个主题就派上用场了。

这个主题非常简单，而且是游戏中经常出现的体验设计方式。请看下面的例子。下面列举了两个游戏的设计案例，请回答它们的共同点。

你会选择用哪种武器打败敌人？



两个设计的共同点是什么？

……有点难吧？

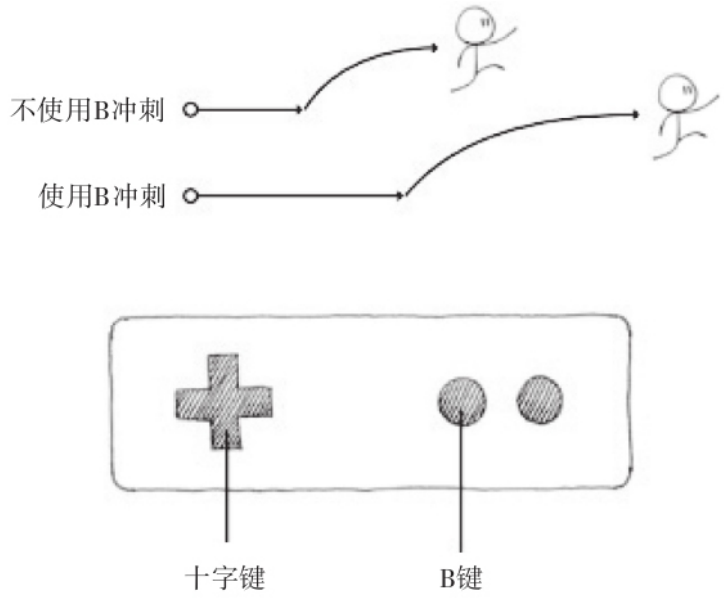
《最后生还者》和《风之旅人》都是新游戏，很多人没有玩过，也很难想象。在此，我想再举一个大家熟悉的例子。

第187页显示了大家都知道的《超级马里奥》的操作方法。玩家一边按B键一边按移动键的话，马里奥就能以倍速移动，俗称**“B冲刺”**。是否这样操作，游戏体验会截然不同。

A. 走着冒险的话，可以沉着地应对遇到的物体和敌人，但不管怎么说都很慢。

B. 跑着冒险的话，被要求快速操作，体验又快又舒适。

低风险低回报和高风险高回报。这样的对比你能看出来吗？这就是我想介绍的主题。



B冲刺

刀和手枪，能量元素和同行者，是走还是跑，每个选项都有各自的风险和回报。

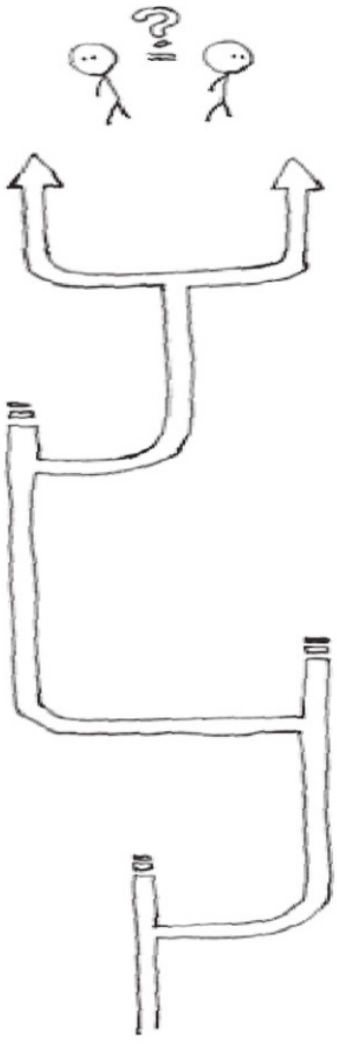
正因为如此，玩家才会**依靠自己的直觉进行选择和斟酌，完成属于自己的冒险。**从设计师的角度来看，就是准备风险和回报不同的几

个选项，设计让人自由选择斟酌的体验。玩家只有在经过斟酌、做出正确的选择时，才能切实感受到成长。

选择和斟酌的主题{风险和回报→选择和斟酌→成长}

成长的第二个主题是选择和斟酌。这是一种既简单又让玩家具有强烈体验的设计。结合前面提到的收集主题，它可以快速让玩家成长。

不过，这种体验对玩家来说未必是好事，毕竟它会带来巨大的压力。



自行选择和斟酌，形成属于自己的特有的游戏冒险经历

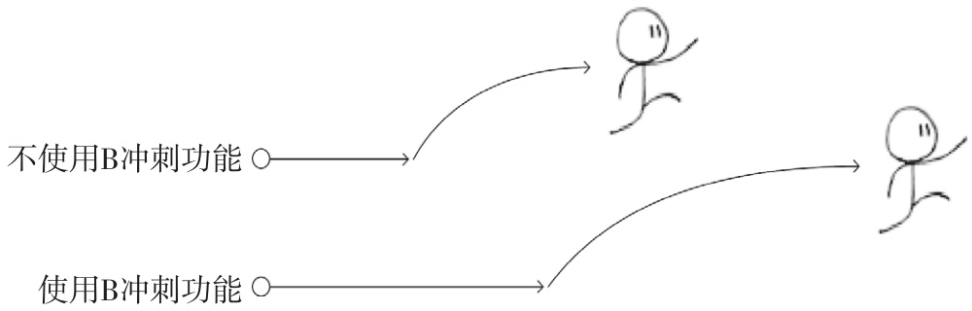
带来成长的最佳体验

同样的事情反复发生，就会使玩家迷惑不解。收集、重复、选择、斟酌等体验都会使玩家感受到压力。所以，玩家才会说：“不要玩这种充满压力的游戏！”但是，这些主题都有其存在的理由。

收集和重复存在的理由很简单。如果无论如何都得不到某个收集对象的话，玩家就可以更简单地收集其他东西。玩家可以选择简单的……也就是说，**收集主题还具有调整游戏难度的功能。**

选择和斟酌的主题在调整游戏难度上也是一样的。比如，玩《超级马里奥》时，可以在困难的场合选择走路，不使用B冲刺功能。从这个意义上来说，玩家可以决定是否使用B冲刺功能，也就是说游戏的难度本身是可以自行决定的。

玩家调整游戏难度。实际上，这是**成长不可或缺的要素。**



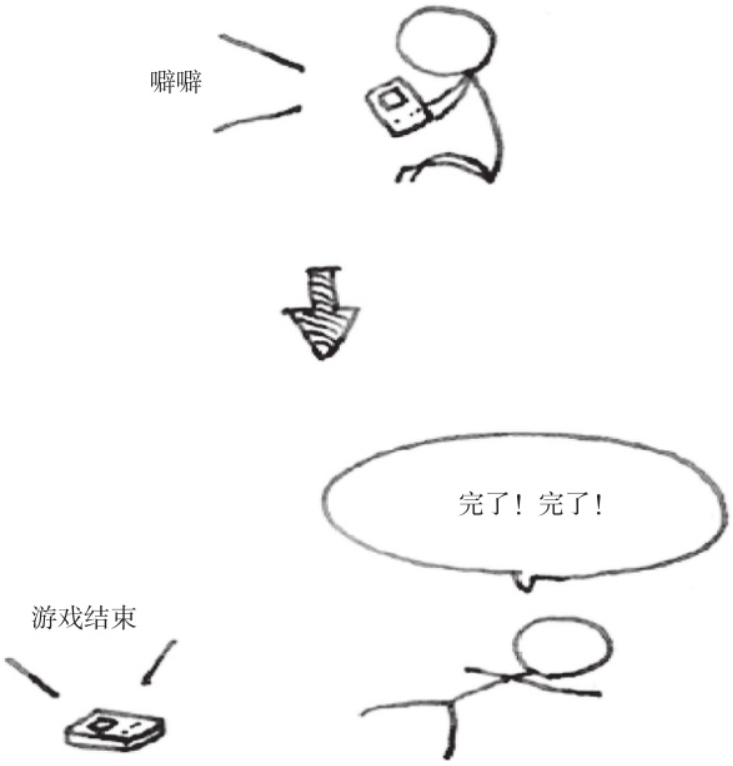
根据不同情况选择是否使用B冲刺功能

玩家会根据自己的感觉调整游戏的难度，做出适合自己能力的选择，并尽自己最大的努力。简单说，即使放任不管，玩家也会随心所欲地玩**“对每个玩家来说，难度适中”的游戏。**正因为如此，游戏才能给无数的玩家带来最大限度的成长。

不过，并不是所有的事情都可以调整。当玩家明显失败时，有时也会故意放弃。比如，在玩《超级马里奥》时，如果得意忘形、一直B冲刺的话，马里奥甚至会被最弱的敌人酷栗宝打败。这时，玩家是否

会意识到**“都是我的错”**就很重要了。在虚构故事中，马里奥死了，这能不能被玩家当作自己的事来看待很重要。

直白地说，**游戏让玩家觉得“失败是你的错”是必要的。**也许你觉得很残酷，但这也是没办法的事。

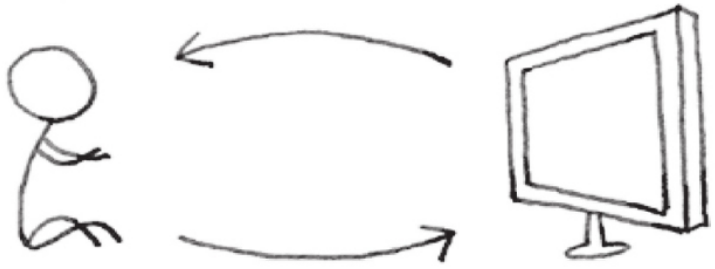


你认为失败是自己的错误导致的吗？

为让玩家真心“想变得更好，想成长”，只能让玩家在失败的基础上后悔自己的操作。相反，在玩家操作得好时，及时鼓励并表扬玩家，告诉玩家做得很好。确切地说，**游戏只是用很好的方法来表扬或贬低玩家而已。**

对玩家行为好坏给予评价，在游戏业界被称为**反馈**。有了反馈，玩家才能体会到自己的选择和斟酌的意义。同时，玩家可以产生“我做得很好”“我做错了”等以自身为主语的实际感受。

想想看，玩家无法选择和斟酌，无论采取怎样的行动，得到的反馈都是一样的……这样的游戏，怎么可能有趣呢？无论何时都必须对玩家的行为做出反应，这才是**游戏最基本的结构。**



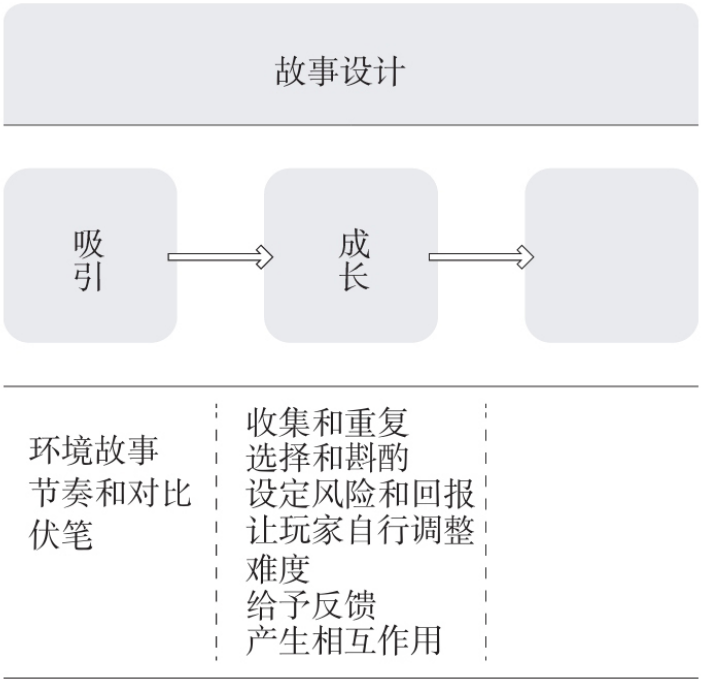
对玩家的行为做出反应

游戏最基本的结构，就是将玩家的输入用相应的输出返回。玩家做什么，就会有什么回报。基于这种性质，**游戏被称为交互媒体**。通过对玩家的行为做出反应并相互作用，游戏激发玩家的自我效力感，引导玩家产生想要成长的欲望。

选择和斟酌的主题{风险和回报→选择和斟酌→成长}

至此，我列举了两个成长主题——收集和重复、选择和斟酌。无论哪种主题，都是直截了当、不拐弯抹角地锻炼玩家，让玩家成长。

但是，最后的成长主题，则采用了完全相反的方法，阻碍玩家成长，一旦认为玩家的成长没有价值就会冷漠地将其抛弃。而且，更重要的是，阻碍玩家成长的是**主人公的重要伙伴**。



选择和斟酌的主题

成长的主题3：同行者

在《最后生还者》中，在人类濒临灭亡危机时，少女艾莉掌握着世界的命运，她是和主人公一起旅行的**同行者**。在《风之旅人》中，也有一个和主人公一模一样，可以自由移动的**神秘同行者**。两部作品的共同之处在于，都有同行者存在。

在《最后生还者》中，主人公和艾莉相遇时，艾莉试图用刀刺杀主人公。在旅途中，主人公保护艾莉不受僵尸伤害，但艾莉不信任主人公，只会说主人公坏话，非常讨厌主人公。

在《风之旅人》中的神秘同行者虽然并不是特别讨厌主人公，但是，主人公在游戏中并没有和同行者交流的手段（毕竟这个游戏中没有语言出现），自由移动的同行者简直就是无法理解的谜一样的存在。

照例，在两个游戏中登场的两名同行者都有一个共同点——**给玩家带来某种共同的情感**。这种共同的情感是指什么呢？

同行者行为的共同点是，会给玩家带来某种共同的情感

两个游戏的同行者都在**惹恼玩家**。尽管玩家为努力拯救世界而持续成长，但游戏中的同行者却对这样的成长嗤之以鼻。这意味着玩家的努力就没有意义了。

一般来说，旅行的同行者和冒险的伙伴，应该是可靠、善良的，是可以和玩家融为一体、勇敢地对抗邪恶的人。那么，为什么设计师会把同行者描绘成完全相反的存在，成为让玩家烦恼的人呢？

对这个谜题，我想从头开始依次说明，不过先从结论开始——**成长的第三个主题是共鸣**。而设计让玩家产生共鸣体验的关键，就是“麻烦的同行者”。

麻烦的同行者为什么会让玩家产生共鸣？共鸣这种体验究竟与成长有什么关系呢？你完全不明白吧，让我来说明一下。

XX 和共鸣的主题～麻烦的同行者→XX 和共鸣→成长～

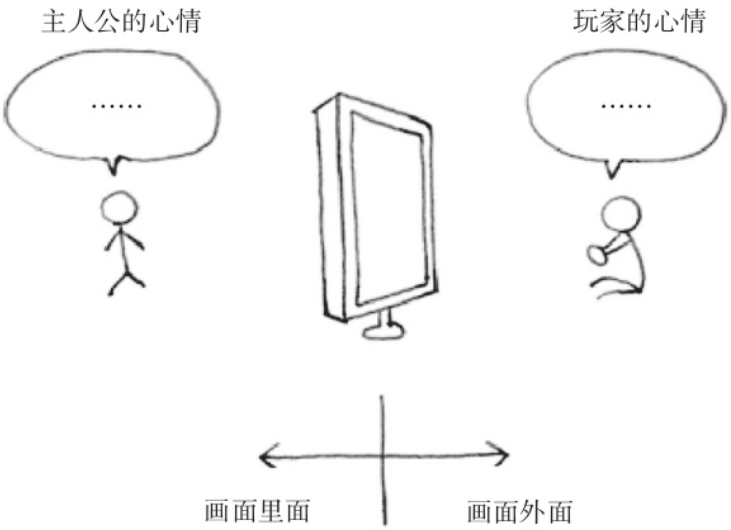
从麻烦的同行者到共鸣、成长，为解开这一连串的谜团，让我们从**“共鸣到底指什么状态”**这一基本话题开始吧。简而言之，所谓共鸣，就是深信“对方一定和自己有着强烈的相同想法”的状态。共鸣有三个必要的条件。

第一个条件是，**玩家对主人公有兴趣。**这是理所当然的，没有兴趣的人是不会产生共鸣的。

第二个条件是，玩家相信**“主人公一定和自己有同样的想法”**，这是共鸣的核心部分。

第三个条件是，**用憎恨以外的情感产生共鸣。**“是他不好，我恨他”，这种把责任推给别人的想法无法促进玩家成长，所以必须想办法避免。

设计师根据这三个条件，设计出让玩家与主人公产生共鸣的体验。但是，在刚开始游戏的时候，这些条件……



画面里面的主人公和画面外面的玩家

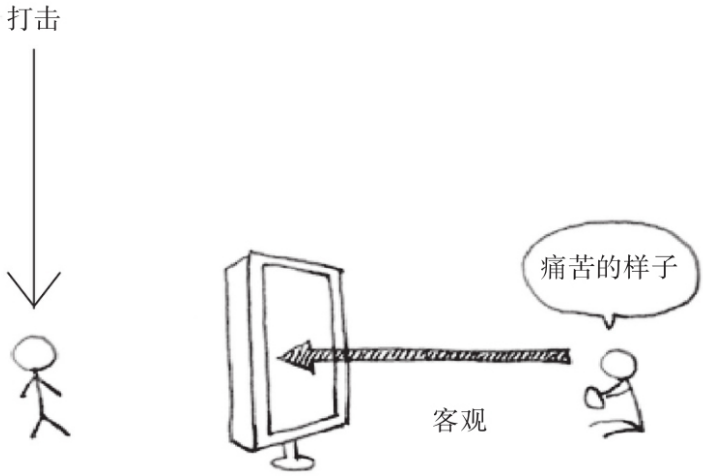
这时游戏还没有通关，玩家只能从游戏画面以外观看游戏画面中的主人公。在这种状态下，为满足共鸣的第一个条件“玩家对主人公感兴趣”而设计的就是游戏的主人公受到打击。

请大家回忆一下在分析《俄罗斯方块》时提到的“蔡格尼克效应”。我们会被目前还没有解决的问题吸引。注意到下页上方奇怪的

斑点（这是刻意设计的，并不是印刷错误）的读者们，应该对这个斑点非常在意。

同样的道理也适用于故事结构。为让读者对故事产生兴趣，**故事开始一定会提示未解决的问题。**而且，与那个未解决的问题有着最大的关联，被认为是问题主人的可怜人物，才是主人公。反过来说，“有未解决问题的人物”才是主人公。

还有一个“打击主人公”能引起玩家兴趣的理由。



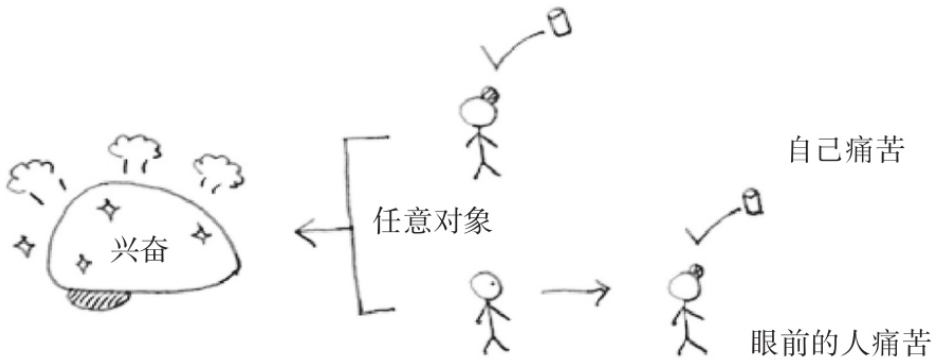
画面里面的主人公和画面外面的玩家

众所周知，我们的大脑中存在数十个被称为**“镜像神经元”**的区域。说得直白一点，就是**把眼前他人的感情当作自己的感情一样，支配自己内心活动的神经细胞群。**有人在眼前大笑的话，自己也会感到愉快；相反，有人在眼前绝望的话，自己也会感到悲伤。这种人类内心活动的原动力，就是镜像神经元。

也就是说，如果想强烈地打动玩家的心，只要强烈地打动主人公的心就可以了。这才是“残酷”设计的目的，**给主人公带来无法解决的问题，使其不幸并遭受打击。**也许你不想这么做，但这是设计游戏体验的设计师必须去做的。

这样，产生共鸣的第一个条件终于被满足了。由于主人公的不幸，玩家开始对主人公产生兴趣。但是，同行者都还没有出来呢……

通往真正的共鸣的路还很长。接下来的条件是，**玩家和主人公有相同的想法**。这就是共鸣体验的试金石——决定胜负的关键所在。



成为共鸣原动力的镜像神经元

把客观变成主观

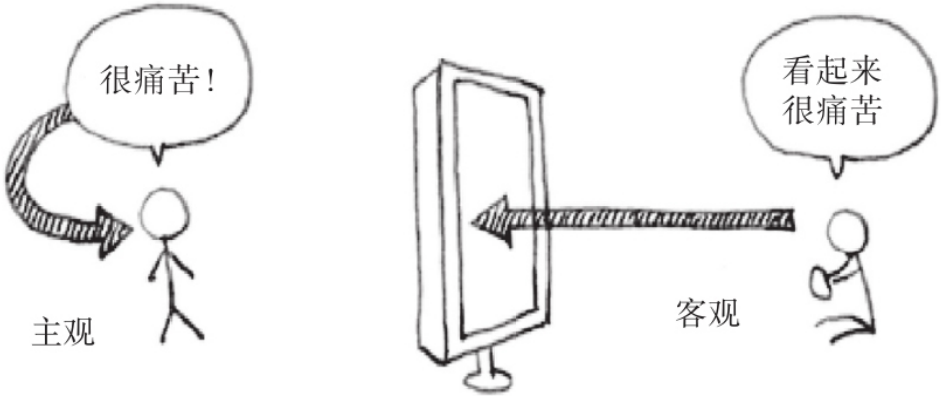
通过打击主人公，游戏成功地引起了玩家的兴趣。但是，在现在的情况下，玩家和主人公各自都有这样的感觉。

玩家　**客观**感觉到“主人公看起来很痛苦，很悲伤”。

主人公　**主观**感觉到“我很痛苦，很悲伤”。

主观与客观，心情的方向完全相反。这样下去，玩家永远也不会产生“主人公和自己的心情一样”的想法。理想的目标是让玩家自己主观感受到某种东西，所以**玩家的心情必须从客观向主观进行180度转换。**

那么，问题来了：为实现共鸣，设计师想要实现的是让玩家和主人公都主观感受到“××是△△”。那个时候，让既不是玩家也不是主人公的××登场的话效果会很好……**这个××，指的到底是谁呢？**



画面里面的主人公与画面外面的玩家

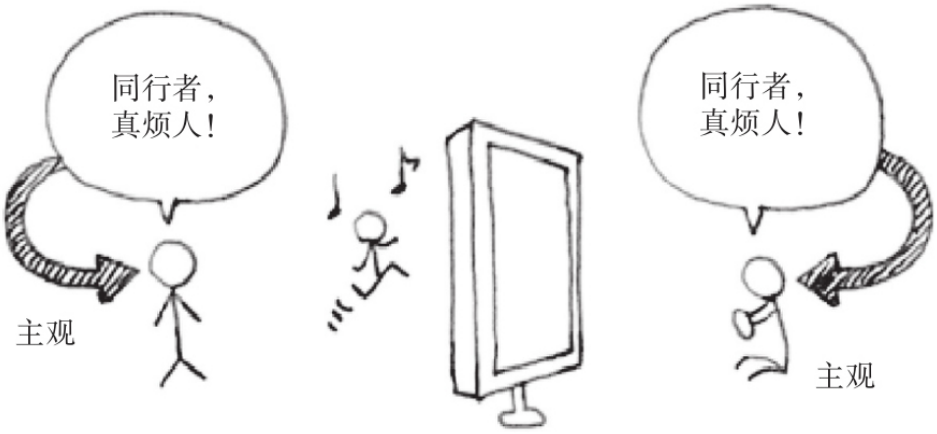
大家想到了吗？这时，那个**“麻烦的同行者”**终于出现了。麻烦的同行者会妨碍主人公进行冒险，恶言恶语，总是做出不可思议的行动。这时，玩家和主人公的心情就会变成这样的状态。

玩家　**主观**感觉：“同行者，真让人生气啊！”

主人公　**主观**感觉：“同行者，真让人生气啊！”

主人公和玩家的心情完美地统一了。这才是设计师想要的东西，这才是共鸣的第一步！

实现共鸣的第一步可喜可贺，但仔细想想，无论是玩家还是主人公都处于烦恼状态，并不是很好的状况。为什么同行者必须是麻烦所在呢？即使是优秀的同行者，也会让人产生“同行者好厉害啊！”的共鸣。不过，这当然是有理由的。**为什么同行者一定要制造麻烦呢？**



画面里面的主人公和画面外面的玩家

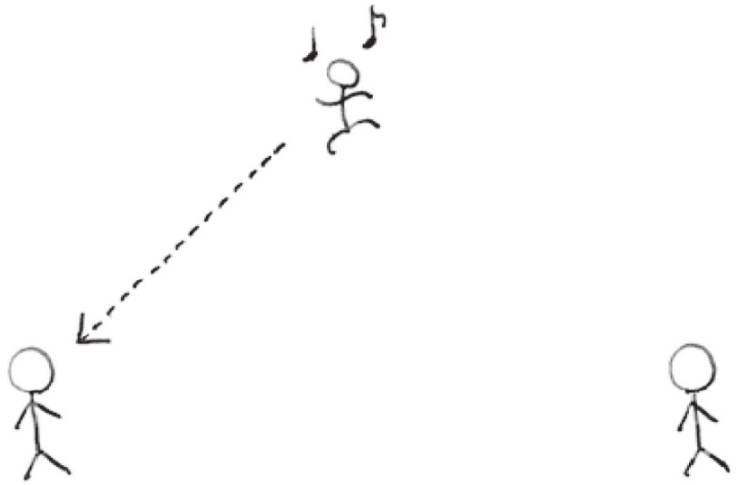
这里的理由有两个。

第一个理由：要想有效打击主人公，身边的同行者是最合适的。**同行者让无数的麻烦事在主人公身边不断发生。**如果制造麻烦的是陌生人，无视就可以，但因为是同行者，所以不能无视。

换句话说，**同行者有着不断给主人公制造麻烦的宿命。**麻烦的同行者在推动故事向前发展的同时，还是将玩家的兴趣吸引到主人公身上的引擎。

第二个理由：和共鸣的第三个条件“用憎恨以外的情感产生共鸣”有关系。

让我们在这里进行实验吧，虽然有些突然。**请试着想象一下你现在最讨厌的人**（也许你也不喜欢想象）。请想象一下，再看下一页。



制造麻烦

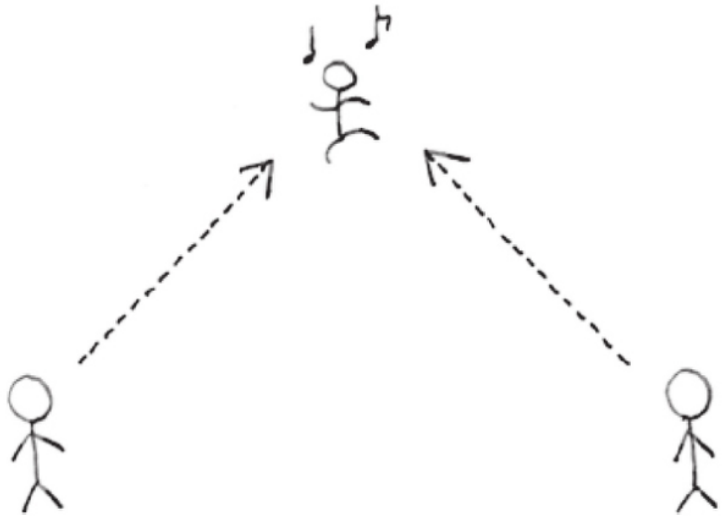
请马上喜欢上你脑海中想到的讨厌的人。

怎么样，你能喜欢上他吗？并不会喜欢上吧？即使被劝说“那个人其实是个好人，你重新想想”，我也不敢轻易点头。

恕我直言，因为做不到这一点，所以我的人生很痛苦。原谅自己讨厌的人，喜欢上他，成为他的朋友，人生会变得多么光明。如果能超越“讨厌”这种感情，产生共鸣，我就能真正成长。

这就是同行者要麻烦的第二个理由——**通过共鸣来获得成长，指的是克服憎恨。**为给玩家带来这样的成长，同行者必须作为麻烦所在登场。

但是，喜欢上讨厌的人，具有超高的难度。这种体验到底如何实现呢？



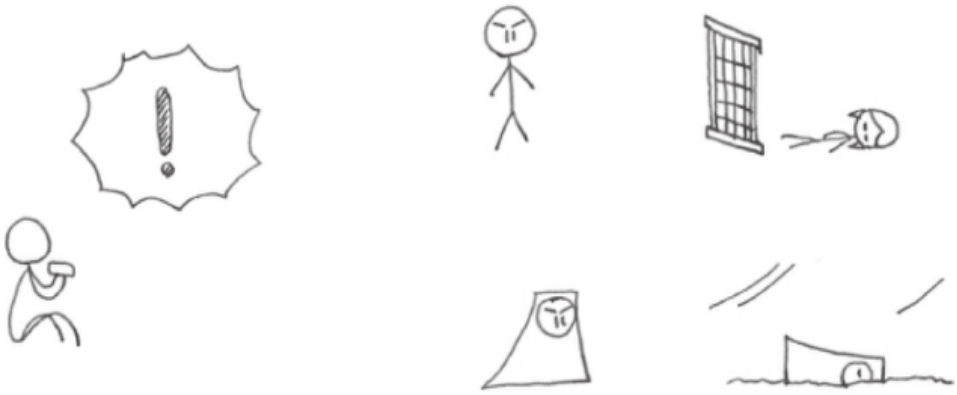
重新思考麻烦的同行者

其实非常简单，在加入能喜欢上同行者的小插曲之后，**把同行者逼到死亡或绝望的边缘就可以了。**虽然这是有点“恶劣”的设计，但为让玩家通过共鸣成长，设计师也会做恶人。

在《最后生还者》中，麻烦的同行者艾莉，被为生存连人肉都吃的村落首领抓住，陷入穷途末路。在《风之旅人》中，神秘的同行者筋疲力尽地倒在目标山的顶峰附近猛烈的暴风雪中。看到这种状况，玩家和主人公会一起呐喊：**“同行者，你还好吗？”**

这才是玩家和主人公在憎恨以外产生共鸣的瞬间。故事接近尾声，一开始被同行者纠缠而烦恼的玩家和主人公，在这里消除了对同行者的憎恨。**玩家能够超越憎恨而成长，就能够产生共鸣。**

关于共鸣的讨论到此结束，关于成长的讨论也接近终点。让我们来回顾一下之前讨论的内容。



通过同行者的危机产生共鸣

成长尽头是无法到达的体验

给玩家带来成长的主题有三个。这些都是故事设计第二步“成长”中使用的主题。

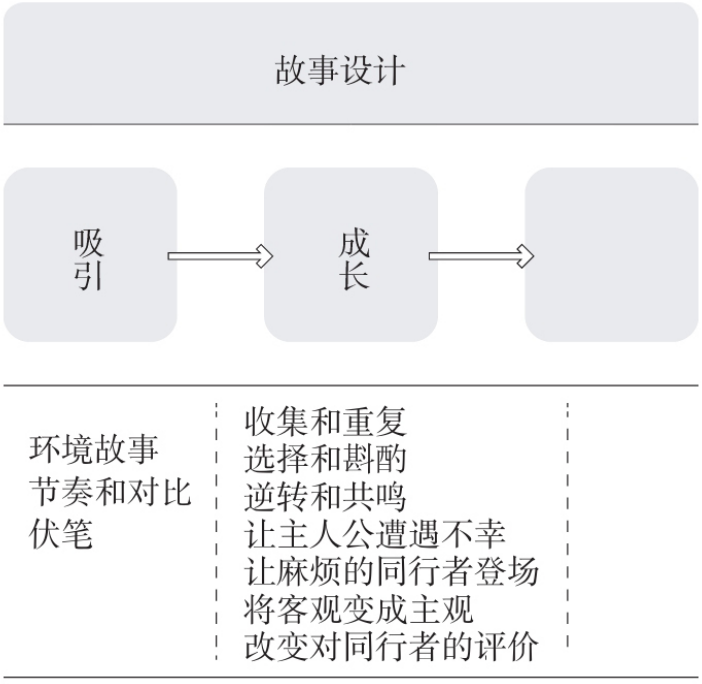
收集和重复的主题{空缺和整体→收集和重复→成长}

选择和斟酌的主题{风险和回报→选择和斟酌→成长}

逆转和共鸣的主题{麻烦的同行者→逆转和共鸣→成长}

通过这三个成长主题，玩家也会成长。在虚构的故事中，主人公在成长；在现实世界中，玩家也在成长。当主人公和玩家的成长叠加在一起时，**玩游戏的体验就从单纯的娱乐变成了让玩家成长的手段，其意义也随之改变。**

故事快结束了。一边被打击一边不断成长的主人公和玩家，两个人完全变得坚强了。等待这两个人的是一种残酷的刻骨铭心的体验。



《最后生还者》

少女艾莉是唯一拥有对末日世界的致命病菌有抵抗力的人。反政府组织想利用艾莉的身体制造出疫苗，以拯救世界。但是，艾莉需要为此付出巨大的牺牲。

如果不摘除艾莉的大脑，就无法制造疫苗。也就是说，**疫苗是用艾莉的生命换来的。**得知这一消息的主人公乔尔，为拯救艾莉，毅然只身进入反政府组织，经过激烈战斗，好不容易来到手术室。

在那里等着乔尔的是被麻醉后沉睡的艾莉，和乞求饶命的医生和护士。如果是你，会怎么做呢？医生和护士流着眼泪乞求说：“求求你，不要开枪。”**你是要救他们，还是要开枪？**

《风之旅人》

继暴风雪击倒同行者后，主人公也筋疲力尽地倒下了。

此时，世界被光包围，被神秘的存在赋予力量的主人公和同行者，越过云层飞向山顶。云层之上是晴朗的天空，两人愉快地飞向充满未知能量的山顶。

不久，以山顶为目标的旅程接近尾声。接近山顶处，有一条光谷，还有一条通往那里的小路。

进入光谷会发生什么，谁也不知道。我们完全不知道会发生什么事情，或许主人公会和同行者分开。如果是你，会怎么做呢？**你是下定决心奔向光明结束旅程，还是停下脚步呢？**

两个游戏有两个共同点。

生命交换的主题　是玩家决定命运走向的体验。

未知体验的主题　是玩家没有体验过的体验。

用自己的双手来决定让自己产生共鸣、倍加珍惜的生命的走向。在从未体验过的状况下，只根据现在的自己能想到的做决定。**为带来这样的体验，可以说游戏叙述的都是虚构故事，**一切都是为让玩家拥有自己意志的体验。

故事设计的第三步是意志。换言之，玩家拥有意志，就是让玩家想去书写自己的故事。

不是别人给的故事，而是自己决定未来的故事。在吸引和成长的尽头，玩家开始以自己的意志来书写故事。

实际上，在这两部作品发售之后，网络上到处都是“自己采取了怎样的行动”的言论。当然也有人对作品表示高度评价。但是，我认为最根本的是玩家想要**叙述自己书写故事的心情。**当自己的头脑中浮现出美好的想法时，很难保持沉默。

作为利用这种心理进行体验设计的意志主题，其中还包含**解释余地。**设计师刻意在故事中保留没有明确的部分，引导玩家拥有“自己怎么想”的意志。如果无数玩家的解释不同，那么该作品就会被高度评价，被认为“深刻”“引人深思”。

包含解释余地的故事，夹带着“自己这么想”的解释，每次被叙述的时候都在改变形式，穿越人类漫长的历史。有一个和人类一起生存了最久的故事，那是什么故事？

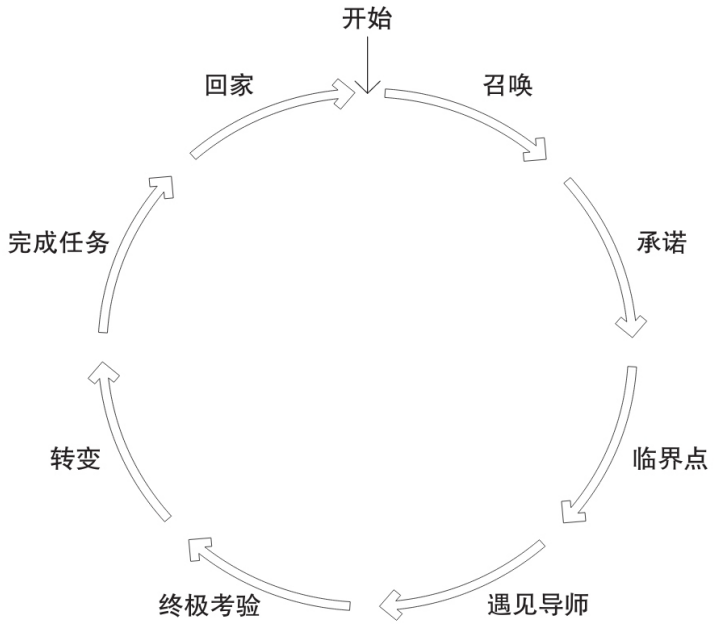
为什么故事要回到起点？

那个故事是**神话**。

研究神话的巨人约瑟夫·坎贝尔（Joseph Campbell）分析了世界上存在的神话，并提出了一种存在于所有神话中的共同类型。它的名字叫**“英雄之旅”**，如第221页的示意图所示，它是一个环形结构。

主人公知道天命，下定决心踏上旅途，越过境界，与同伴相遇。主人公面对最大的挑战，转变、成长，并应对挑战。到此为止，这个过程的确是无愧于“英雄之旅”的称谓，问题在于最后的结局**“回家”**。对于英雄来说，太平凡了，似乎不够酷。

但是，事实上，《最后生还者》和《风之旅人》的游戏结局相同。**两个游戏的故事结尾都是主人公回到游戏的起点。**



英雄之旅

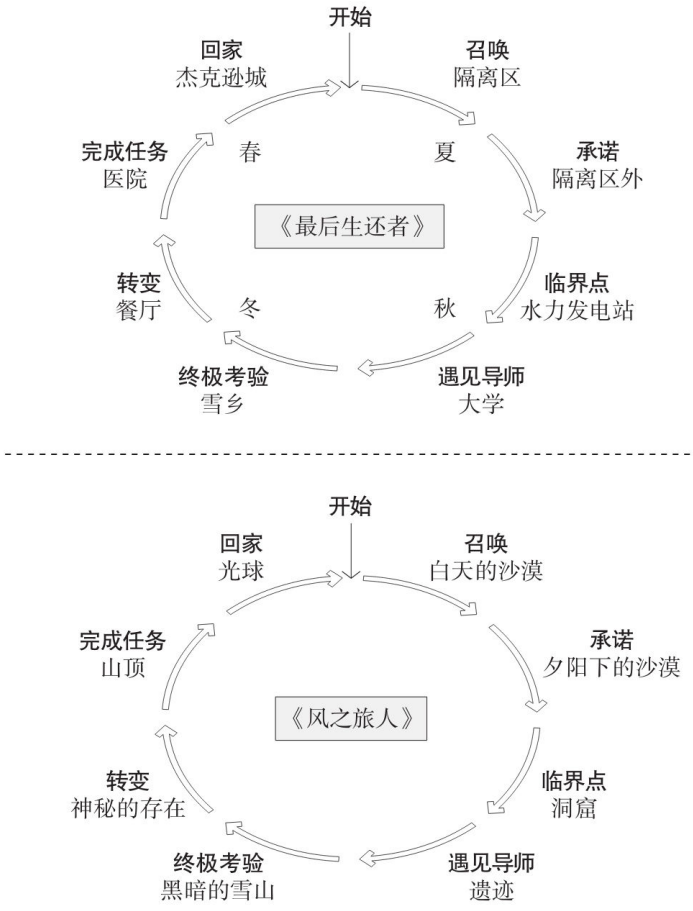
在《最后生还者》中，如果拯救艾莉就没有拯救人类的方法。经过艰难旅行后，主人公乔尔和艾莉两人**恢复了旅行前的状况**。结果，

两人因艾莉被麻醉后沉睡时发生的事情发生了口角。游戏结局充满悲伤。

《风之旅人》的情况也一样。在山顶进入光谷的主人公变成光球，**回到了起点**。看到这一幕的玩家会感到疑惑：“在游戏开始看到的神秘光球，是自己重生的样子吗？今后自己又要出去旅行吗？”游戏最后一幕充满余韵。

在此，我想提出本书的最后一个问题。

《最后生还者》和《风之旅人》，都是以主人公回到起点的方式结束故事的。其理由是什么？**为什么故事必须在起点结束？**请你回答一下这个难题。



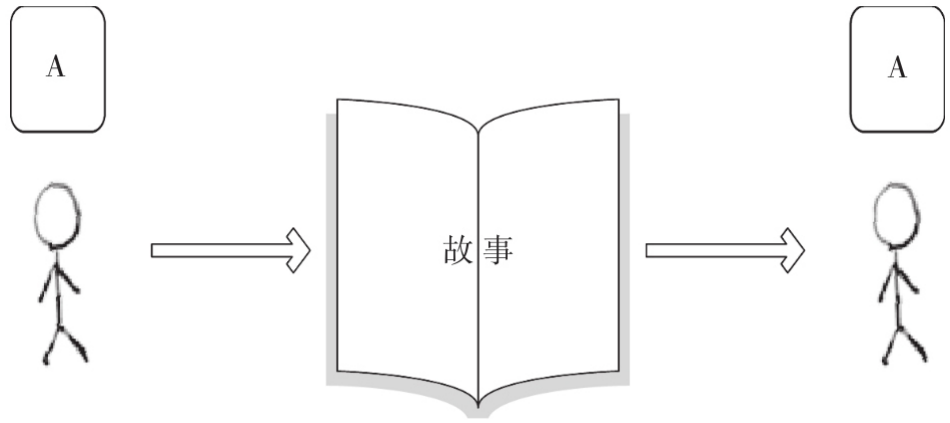
根据“英雄之旅”模型对两部作品的分析

这是本书第三次出现，在应对体验设计中的难题时**需要考虑玩家感受的理论。**

在游戏结束之前，玩家花了很长时间在故事中穿越。玩家被吸引，成长，拥有自己的意志，想叙述自己创造的故事……就是这样的体验。特别是在成长这一体验上，玩家经历了收集和重复、选择和斟酌、逆转和共鸣等强烈的体验。总之，**玩游戏是非常辛苦的旅行。**玩《最后生还者》需要几十小时，玩《风之旅人》需要数小时，如此漫长的旅程最终要结束了。

虽然很辛苦，但主人公最后还是回到起点，结束了旅程。有人说花费这么长的时间**毫无意义**，只是白费力气。

真的是这样吗？比如旅行，即使花费金钱和时间享受乐趣，最后还是要回到起点——家。最后还是要回家，但有谁会觉得旅行没有意义，是白跑一趟呢？



辛苦旅行之后，还是回到出发的起点。
这样的旅行有什么意义呢？

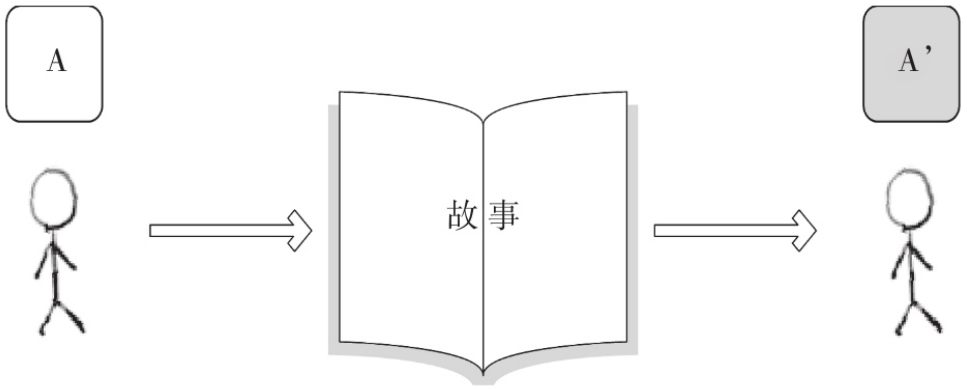
旅行的本质就是关于旅行的体验。的确，我们回到家旅行就结束了，回到日常生活中了。但是，通过旅行这种体验，你会成长，你会变成另一个人。这才是旅行的意义。

游戏也一样。对游戏的体验就是游戏的本质，**玩家通过游戏体验发生改变才是有意义的。**

但是，问题依然存在。

对游戏的体验让玩家成长，问题在于成长之后。即使确实有所成长，但**如果玩家没有意识到自身的成长，也没有任何意义。**

对于正在阅读这本书的你来说，也是同样的道理。今天的你，与昨天的你相比，应该有所成长，但你能**切实感受到这种成长吗？**我们往往无法认识到自己的成长。**在故事结尾让玩家回到起点的设计就是对这个问题的处理。**



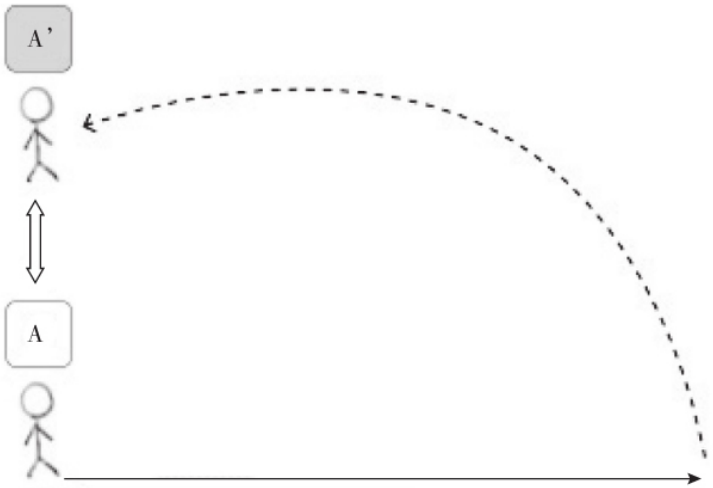
玩家在故事结束后回到日常生活中，故事的意义还存在

英雄之旅的最后一步是“回家”，其中的理由也一样。正因为想让通过故事成长的人注意到自己的成长，设计师才特意让主人公回到家这个起点，让玩家想起经历故事之前的自己，**进而比较经历故事体验前后的自己。**

故事的使命是让故事的接收者成长。正因为如此，英雄之旅才会是“回家”的结构。这样的故事结构在人类历史上是普遍存在的，这也证明人类从没有文字的时候开始，就一直渴望成长。

超越时间，连接记忆，让人注意到自身的成长。整个故事都体现出这样的体验设计，这就是**“回到起点”的主题。**

对了，有一件事一直没有解释，你还记得吗？



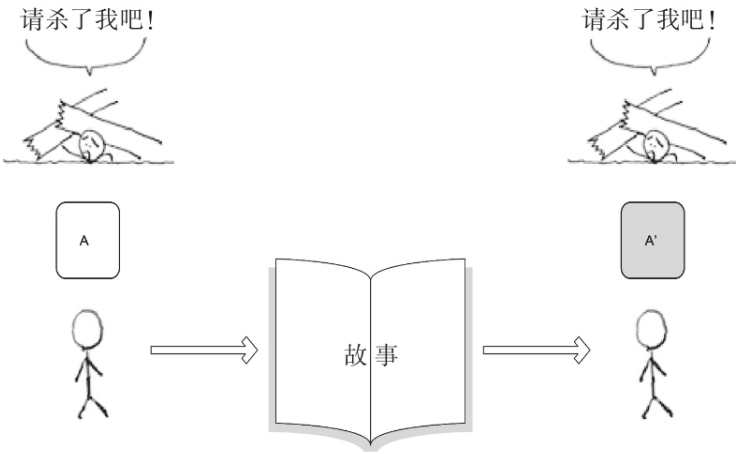
在相同的环境下进行比较，让玩家意识到自身的成长

在《最后生还者》的开始，有一个男人恳求主人公杀死自己。这个男人起到了传达“感染病菌就会变成僵尸”这一规则的功能，但实际上还有另一个隐藏的意义。

游戏刚开始，这个男人就让玩家心跳加快并产生疑问：“你让我杀人吗？”但是，这其中隐藏的真实意图，在游戏首次通关，**玩第二轮的时候**，玩家就能明白了。即使第一轮玩得很紧张的玩家，在第二轮也会瞬间冷静下来，进行“因为烦人所以射击”“为节约子弹不射击”的对应处理。

然后，玩家突然意识到，和玩第一轮游戏相比，自己成长了很多。《最后生还者》让玩家明确认识到自己的成长，**即使在逆境和混乱中也能冷静应对并生存下去。**

在《风之旅人》中，**即使是偶发性的相遇，也会以互相体谅生存下去的温柔形式，**让玩家成长。玩第二轮游戏的玩家与玩第一轮游戏的玩家截然不同，温柔地引导同行者。这才是玩家自身成长的证明，也是**游戏具有意义的证明。**



请求玩家杀他的男子，成为玩家成长的伏笔

故事设计的结构/体验和记忆

游戏有意义吗？从这样深刻的问题开始的第3章，也终于到了终点。让我们总结一下故事设计吧。

1. **吸引**　吸引想要理解故事的玩家，让他们叙述故事。

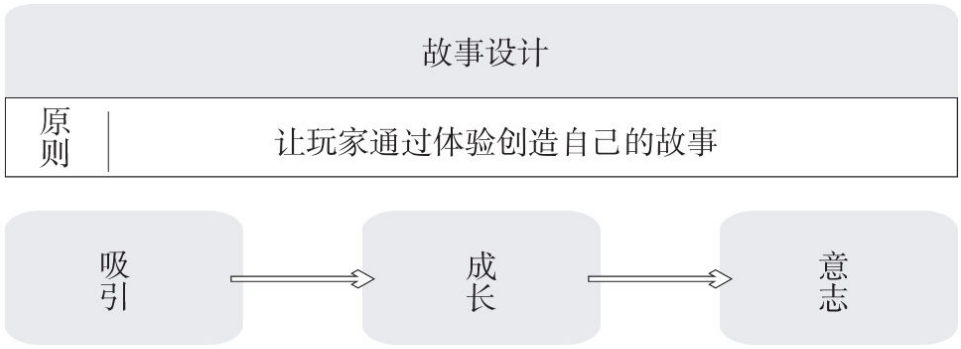
2. **成长**　让玩家和故事中的主人公一样成长。

3. **意志**　玩家用自己的意志开启自己的命运。

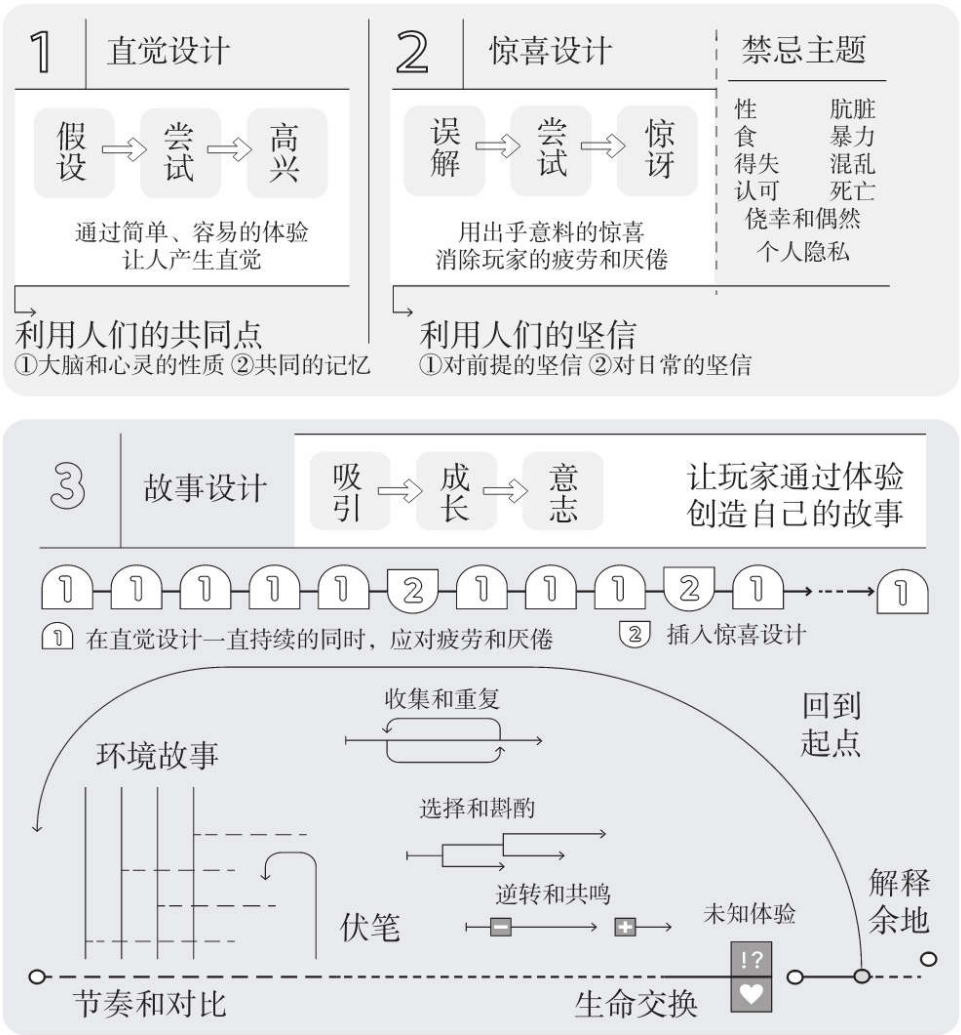
和旅行一样，玩家通过体验产生自己的故事，游戏才有意义。在写这本书的时候，我问过很多人，**最棒的游戏回忆是什么**，大家都会开心地叙述。正因为有印象深刻的记忆，我们才能叙述。

正因为有记忆，人们才会叙述。

在本书的最后，我想稍微思考一下体验与记忆的关系。


故事设计
原则
让玩家通过体验创造自己的故事
吸引
成长
意志
环境故事
节奏和对比
伏笔
收集和重复
提示空缺
预想整体面貌
设置节奏
让问题处于未解决状态
选择和斟酌
设定风险和回报
让玩家自行调整难度
给予反馈
产生相互作用
逆转和共鸣
让主人公遭遇不幸
让麻烦的同行者登场
将客观变为主观
改变对同行者的评价
生命交换
未知体验
解释余地
回到起点

对故事设计的总结


1
直觉设计
假设
尝试
高兴
通过简单、容易的体验
让人产生直觉
利用人们的共同点
①大脑和心灵的性质 ②共同的记忆
2
惊喜设计
误解
尝试
惊讶
用出乎意料的惊喜
消除玩家的疲劳和厌倦
利用人们的坚信
①对前提的坚信 ②对日常的坚信
禁忌主题
性
肮脏
食
暴力
得失
混乱
认可
死亡
侥幸和偶然
个人隐私
3
故事设计
吸引
成长
意志
让玩家通过体验
创造自己的故事
1 在直觉设计一直持续的同时，应对疲劳和厌倦
2 插入惊喜设计
收集和重复
回到
起点
环境故事
选择和斟酌
逆转和共鸣
未知体验
解释
余地
伏笔
节奏和对比
生命交换

第4章
驱动我们的“体验→感情→记忆”
——体验设计的本质

体验、记忆和情感

体验与记忆，在思考这两者之间的关系时，我们再来回顾一下本书介绍的三种体验设计方式。

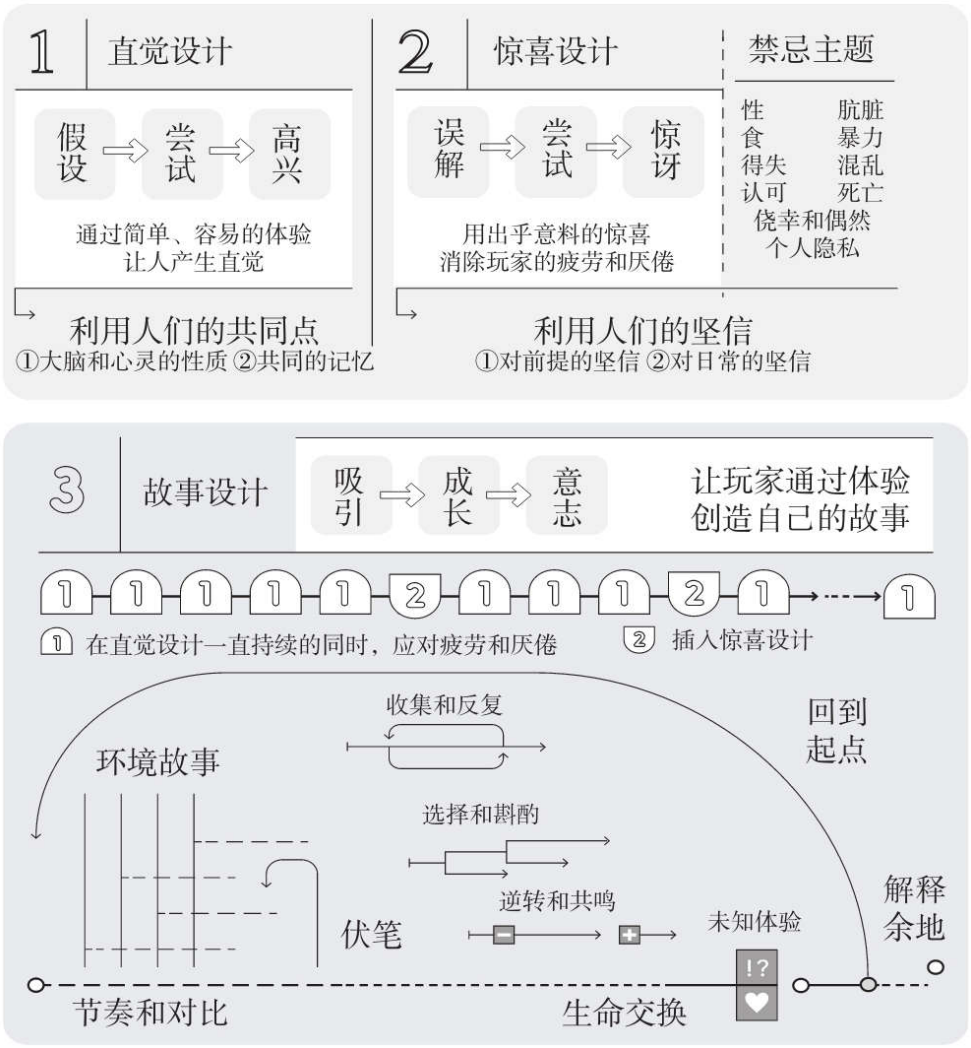
直觉设计　假设→尝试→高兴

惊喜设计　误解→尝试→惊讶

故事设计　吸引→成长→意志

回想起来，游戏通过无数的体验设计，调动着玩家的感情，如喜悦、悲伤、快乐。**每一种体验设计都传达出许多感情，一边制造当时的情境，一边打动玩家的心。**这就是体验设计的本质。

在经历打动人心的体验后，玩家留下玩游戏的记忆。体验、记忆，还有感情，理清这三种关系后，这个推测就会变得明确。



对三种体验设计的总结

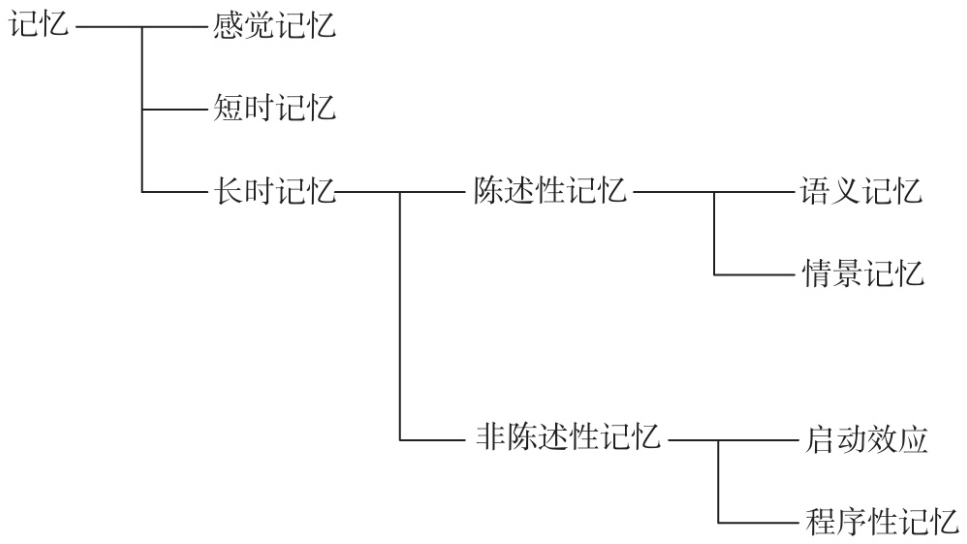
记忆大致可以分为三类：长时记忆、短时记忆、感觉记忆。正如字面意思，长时记忆是指人能够长久记住某事的记忆，本书中的记忆指的就是这种。

长时记忆的分类更加细致，可以分为有意识地记住的陈述性记忆和不能有意识地记住的非陈述性记忆。也许有人会这么想：想不起来的记忆，难道不能称之为记忆吗？例如骑自行车的方法，“骑的话就知道了，但身体的活动方式无法用语言完全说明”，这就是非陈述性、无法用语言表达的记忆。

另外，陈述性记忆是能够用语言表达的记忆，主要有两种。第一种是**语义记忆**，是对语言的意义、含义本身的记忆，是适合长期保存

的高效记忆；另一种是**情景记忆**（“情景”指的是“5W1H”中“发生了什么”的信息），也可以说是**体验记忆**。

语义记忆和情景记忆。为区分两者，我在下面准备了练习题。题中所讲的是语义记忆，还是体验记忆，请思考一下。



记忆的分类

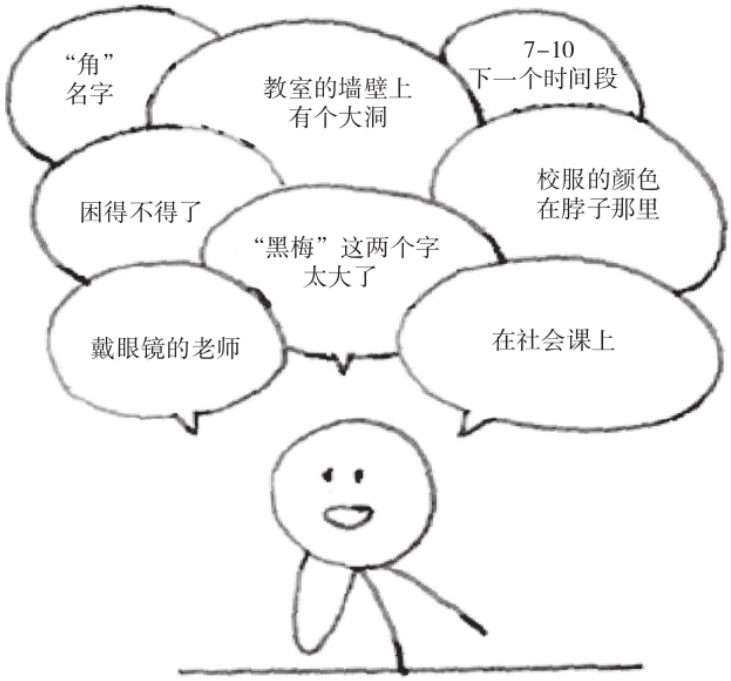
- 1492年，哥伦布发现美洲大陆。
- 在社会课上学过哥伦布是在1492年发现美洲大陆的。

上面的问题是不是太简单了？答案是，前者是语义记忆，后者是情景记忆。记忆在我们的大脑中刻下的时候，并不是一下子就能形成语义记忆的，而是要经过以下两个步骤。

- 首先将“在课堂上学过”的体验**作为情景记忆生成。**
- 其次，只有时间和事件的**语义记忆从情景记忆中生成。**

体验一旦在大脑中作为情景记忆被储存起来之后，就转换成语义记忆长期保存，强烈的情景记忆就这样被保存下来。

这里的重点是：什么样的情景记忆能长期保存？其筛选标准是什么？**什么样的情景会给人留下深刻的印象呢？**



情景记忆

情景是否给人留下深刻的印象，取决于体验者的感情是否强烈。这是理所当然的事情。某种体验让你产生感情的话，它就会留在记忆里……**“体验→感情→记忆”这一流程，经常推动着我们的人生向前发展。**反过来，也可以这么说，**你现在记得的，应该是强烈震撼、激发你的情感的体验。**

在人们记忆深刻的著名游戏场景中，一定隐藏着打动人心的体验设计。更进一步说，在你记忆深刻的游戏场景中，应该隐藏着打动你心灵的体验设计。

如果体验是现在时，记忆是过去时，那么**体验就是记忆的现在时。**从追溯你的记忆开始，你的体验设计就开始了。只要有记忆就好，以确实激发你个人感情的体验（=记忆）为基础，设计出打动无数人心灵的体验就可以了。如果你对以自己为起点的体验设计没有自信的话……

体验 ＝ 5W1H ＋ 感情 ＋ 现在

记忆 ＝ 5W1H ＋ 感情 ＋ 过去

体验和记忆

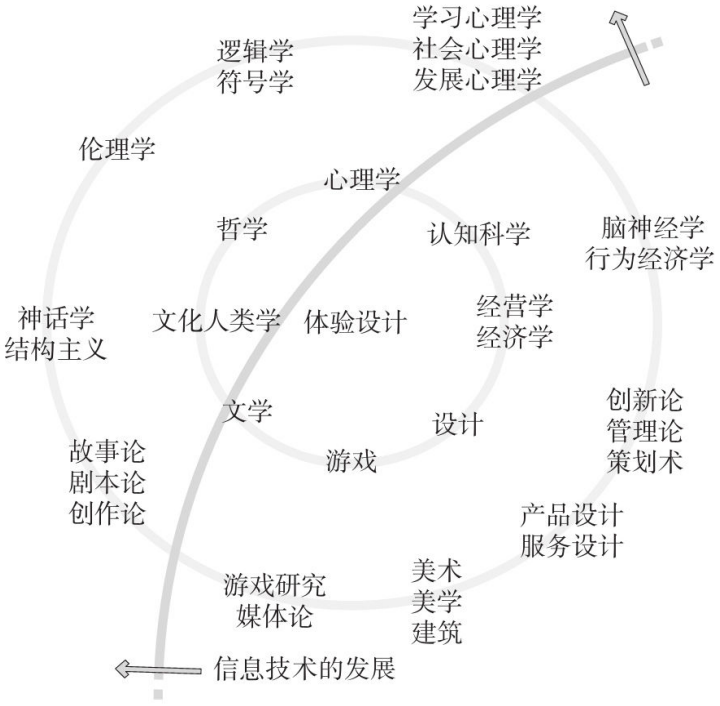
体验设计的研究领域

很多学科都是以人类的体验和记忆为研究领域的，所以也可以从这样的学科角度出发进行体验设计。

但是，其中也有问题。创造令人心动的体验的学问，并不是单独存在的。

关于体验设计的知识，跨越了无数的学科领域。而且，随着信息技术的发展，各个研究领域连接起来，新的知识也在迅速产生。正因为如此，**体验设计才会成为一个由各种领域和专业的人士聚集在一起，一边合作一边进行研究的跨学科研究领域。**

“如何创造令人心动的体验”，这是影响我们生存的本质性问题。遗憾的是，很多人似乎并没有考虑到这样的问题。社会结构、企业和组织、学校教育、日常生活……如果体验设计的思维方式被运用到各种各样的场景中，那么人类社会，甚至**每个人的人生将会发生怎样的变化呢？这样的事情，我们情不自禁就会想象出来。**



与体验设计相关的研究领域
（这是作者的总结，想必还有很多遗漏的领域）

第5章
对“体验设计”的应用
——实践篇

如何创造打动用户的体验？我们将本书讲述的体验设计的手法，就浓缩在这里复习一下吧。

1. 直觉设计　假设→尝试→高兴

2. 惊喜设计　误解→尝试→惊讶

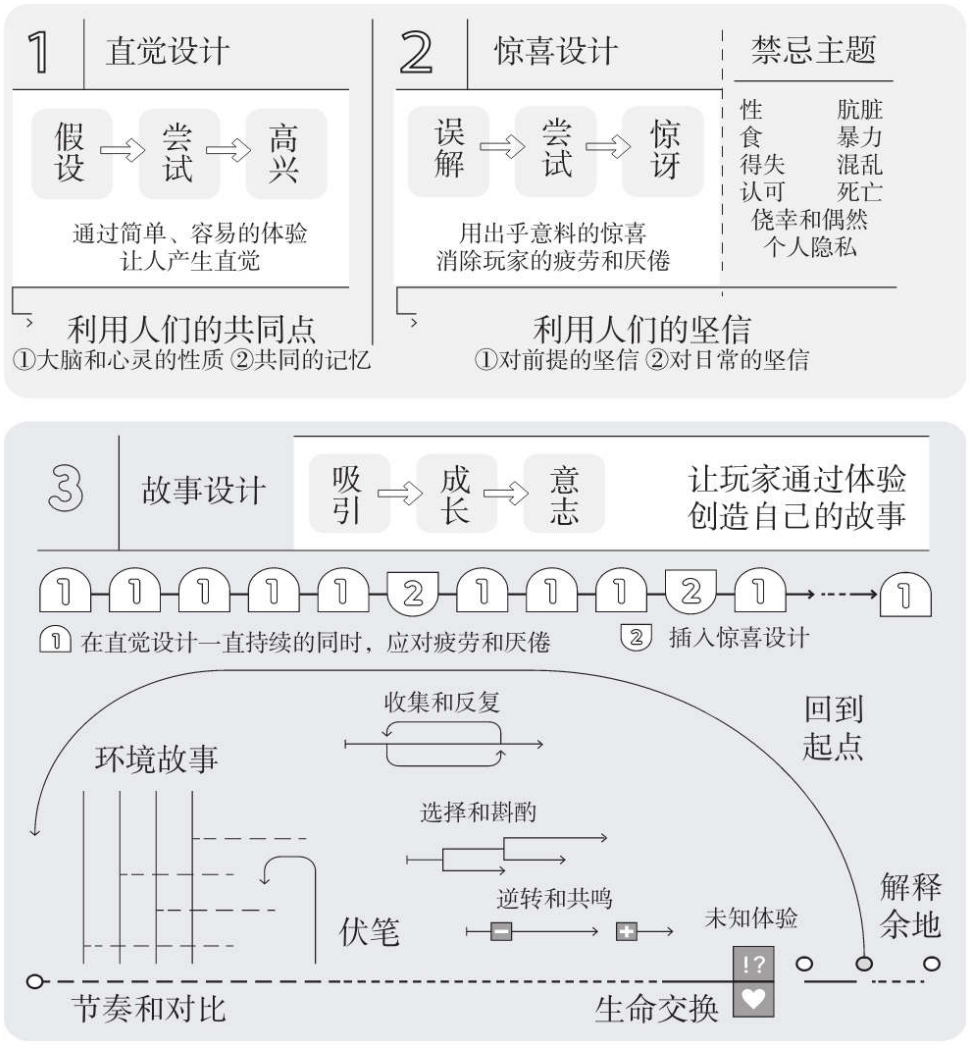
3. 故事设计　吸引→成长→意志

直觉设计是体验设计中最基本的。它将老一套的体验变成自发性体验，帮助用户凭直觉行动、学习，“不由自主就做了”。利用人们共同的大脑、心灵的性质和记忆，通过设计简单、容易的体验，让所有用户都抱有假设，并进行尝试，让用户自己发现假设是正确的，从而感到高兴。

不过，直觉体验也存在问题。连续的直觉体验会给用户带来疲劳和厌倦，让体验本身停止。

因此，为设计让人“不由自主着迷”的体验，就需要惊喜设计。利用对前提（“应该是这样”）的坚信和对日常（“平凡的日常生活应该会持续”）的坚信，改变用户的预想，让用户大吃一惊。

设计师结合这两种体验设计方式，可以创造直观且不会让人厌倦的长时间体验。但是，如果体验没有意义，则不会打动用户的心，因此需要故事设计。故事设计吸引想了解情况的用户，使其成长，引导其创造自己的故事，赋予体验意义。



对三种体验设计的总结

本书讲述的三种体验设计方式，在工作和生活中该如何应用呢？我们将考虑以下五个方面的特定应用：

应用1　思考/策划

应用2　讨论/引导

应用3　传达/演示

应用4　设计/产品设计

应用5　培养/管理

但是，这里有一点需要注意。以策划为例，接下来要讨论的内容，并不是“做出好策划方案的方法”。通过对策划体验重新设计，创造出“不由自主就会思考策划方案、沉浸在思考中、感觉到思考的意义、不由自主就想对别人讲述”这样的体验才是目的。当然，这样做的结果是，做出好的策划方案的可能性也会提高。但是，请注意，这并不是直接做出好策划方案的方法。

这种思考方式也适用于体验设计本身。所谓的体验，就是随时间不断流逝的过程。设计过程就是体验设计本身，而非直接创造出“有趣”的结果。

只要是游戏设计师，都希望“制作出有趣的游戏”。但是，“有趣”终究是结果，不是过程。正因为如此，设计师必须思考“怎样的过程才能在结果上得到有趣的评价”。

举一个例子：这里有一块毫无特色的石头，请让这块石头变得有趣起来。

如果只是一块石头，无论怎么变都没意思。那怎么做才有趣呢？如果只考虑石头本身，似乎无济于事。那么，看一下以下的回答吧。

回答1：将石头放在又长又直的道路正中央。对那些路过的人来说，即使只是一块石头，也会忍不住想踢一下。

回答2：将石头丢在看恐怖片的人旁边。他们一定会吓一跳，因为太滑稽，说不定会让人笑出声来。

回答3：将石头藏在被监禁的人的口袋里。他肯定会被质问为什么有石头，是否要用那块石头逃走。

面对一块普通的石头，请认真思考一下。

你明白了吗？重要的不是石头本身，而是石头和用户交互的环境。用户在具体的环境中接触石头，这样才会产生体验的价值。

我想从掌握这种“心理脉络”的角度开始讲述对体验设计的应用。

观察无聊的体验、不顺畅的体验，发现降低体验价值的心理脉络后，再设计体验。希望大家一边想象这样的流程，一边阅读应用篇的内容。

应用1　思考/策划

随便一想就能想出好点子，有这种情况吧？

如果是策划天才的话，即使在缺乏创意的痛苦时间里，也会不断地思考。但一般来说，我们都无法忍受思考的痛苦，不知不觉就会逃避思考。

像这样一味逃避的我们，是没用的人吗？不不不，应该不是，一定是“策划的思考方式”不好。在需要产生创意的时候，我们会不自觉地采用“不断思考”的方法，这本身就是错误的根源。

因此，我想应用的是体验设计。我想把“思考/策划”这一体验本身进行设计，让它重新变成一种快乐的体验。

我想观察那些痛苦的“不断思考”的人的内心世界。他们一定有下面这种复杂的感觉：

“想不出好点子，很不安……”

“不知道什么时候会有创意，连预想都无法成立，我很不安……”

“能不能想出有用的点子，连这个都不知道，所以很不安……”

一切充满了不安。一味地等待创意降临的做法太盲目，只会让人产生不安。其结果是，思考本身就会变得让人疲惫、产生厌倦。人们不自觉地逃避思考也不是没有道理的。

在这里，我想让大家回想一下本书介绍的三种体验设计方式，只要应用三个中的一个就可以了……最先应该应用的是哪种体验设计方式呢？

在此推荐以下指标：

1. 如果问题令人难以理解，

运用直觉设计。

2. 如果问题让人疲劳和厌倦，

运用惊喜设计。

3. 如果问题没有价值，

运用故事设计。

“思考/策划”这种体验最大的问题在于，不断思考会让人产生不安，产生疲劳和厌倦。正因为如此，最先应该应用的体验设计方式就是“惊喜设计”。

在第2章关于“惊喜设计”的内容中，我介绍了利用人们共同的坚信创造惊喜的方法。通过颠覆前提、将日常转换为非日常来制造惊喜，而其中特别方便的是采用禁忌主题。

在此，从10个禁忌主题中的“个人隐私”中，提出以下方法。

对所有人保密/思考你在别人面前不能说的话。

想要吸引顾客，想要上司理解……在思考这样的策划方案的时候，你总是在“思考你以外的人”。换句话说，越是进行“思考/策划”，就越难以考虑到自己。在这样的状态下，个人隐私主题的灵感就会很少浮现在脑海中，也就不会有惊喜，人们不久就会对策划本身感到疲惫和厌倦。

正因为如此，当你不得不进行“思考/策划”的时候，请试着停止考虑他人。取而代之，请思考一下个人的隐私。越是暴露个人隐私，越能让你自己感到惊讶和兴奋。

想象一下“不能在别人面前说”的隐私内容，要是这个内容让你呼吸急促、心跳加快的话就成功了，至少你可以不断地思考。

在持续思考的时候，也不要急于下结论，将自己觉得兴奋的事情、能产生共鸣的事情、能确信的事情碎片化地收集起来，这是诀

窍。

不要管思考的东西是否有用，此刻最重要的是让自己大吃一惊，远离疲劳和厌倦，继续思考。

那么，如果能够顺利地持续进行“思考/策划”，就会积累无数的思考碎片。把这些内容记录在笔记本或便利贴上，你就能看到你的思考碎片。

把这些思考碎片放在眼前，你一定会产生直觉，因为你的兴趣和关注会指引着你。

从思考碎片的共同点中发现对你来说重要的事情。

比如，你平时用很大的精力一直隐藏的私生活内容。比如，你的理想、价值观、重要但已放弃的事、用生命守护的东西、善恶标准等。在你的思考碎片的深处寻找你的人生中最重要的主题吧。“对我来说最重要的是这个”，这种直觉体验就是进行“思考/策划”的体验。

思考碎片，可以说是直觉的来源。注意到、想到、确信，如果能让这样的体验持续下去，“思考/策划”的体验就会像游戏一样，变得有趣而停不下来。

到此为止，“思考/策划”的体验已经是“与你自己的人生直接相关的事，是你自己的事”了。

这是你的大脑在无意识中做出“这是很重要的事情，通过思考/策划，我就能获得满足”的判断依据。

反过来，当你面临失去自己认为重要的东西的危机时，你的“无意识”一定会更加兴奋。

因此，这是最后的方法。

讲述一个你失去重要的东西、陷入危机的故事。

为有力地驱动“思考/策划”的体验，讲述你失去重要东西的故事。然后，你自己做一个能找回重要东西的策划方案。如果能产生创

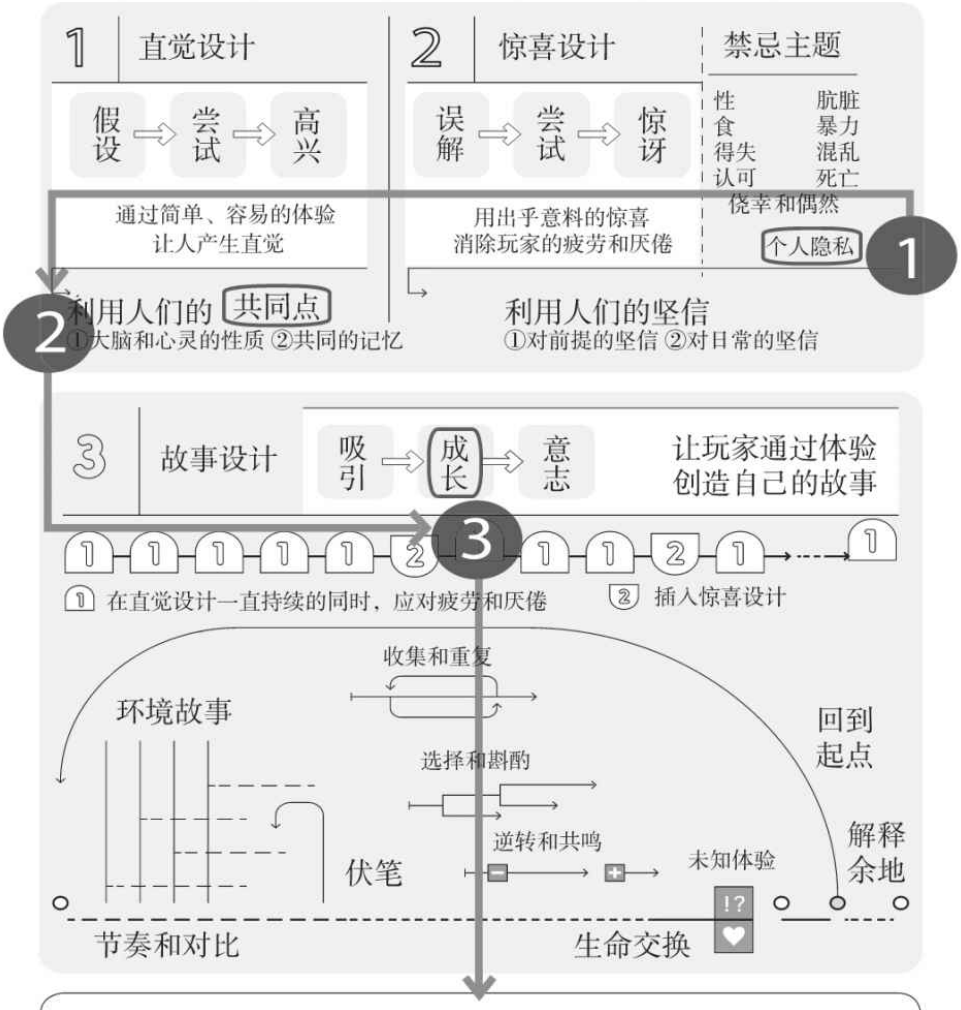
意，你的人生就能从危机中获得拯救……通过构建这样的脉络，把“思考/策划”等同于寻找自己的幸福。如果策划有这样的意义，那么你的大脑一定会继续认真思考。你想要的策划方案，也许就在眼前。

怎么样？通过设计“思考/策划”这一体验本身，来推动自己，你感受到这种体验设计的方法了吗？

如果可以的话，请你做个实验，问自己：我最害怕失去的东西是什么？

问题	什么时候才能想出好点子？不安……

1. 对所有人保密/思考你在别人面前不能说的话。
2. 从思考碎片的共同点中发现对你来说重要的事情。
3. 讲述一个你失去重要的东西、陷入危机的故事。



思考 / 策划 = 思考自己

应用2　讨论/引导

独自“思考/策划”之后，就是关于团队的讨论。接下来的主题是“讨论/引导”。

一边讨论一边打磨策划方案，在这种情况下必须统一团队不同成员的意见……大家应该有过这样的体验吧。

在这种情况下，通常需要具备引导讨论的能力。帮助成员参加讨论，以提问等方式引出意见、活跃气氛、整理讨论内容……使团队成员相互理解，达成共识。

话虽如此，这种能力，该如何学习呢？更进一步说，没有引导能力的人就不能进行讨论吗？

坦率地说，我不这么认为。因此，我想暂且放弃磨练并提高引导能力的想法。取而代之的是设计“讨论/引导”的体验，实现轻松的讨论。

以此为契机，试着想象一下几个团队成员挤在会议室里进行“思考/策划”的会议陷入僵局的状况。没有人发言，大家都抱着头，陷入沉重的气氛中。你想尽快逃离这种状况吧？这种状况让人不安、疲惫、厌倦。这时最先应该应用的是“惊喜设计”。

不过，为什么大家都沉默不语呢？在大多数情况下，人们不发言是因为想不出好点子。导致这种状况的根源在于人们“必须说出好点子”的想法，这才是问题的核心。

坚信……这是惊喜设计必需的东西，是产生能量的源泉，所以我们需要用到“坚信”。因此，我想采用这样的方法——

不谈“好的策划”，谈“没用的策划”。

在沉闷的气氛中继续讨论策划的话，自然会偏向于“性能好”“便宜”“销售路线”等保守而缺乏创造性的想法。但是，这种理所

当然的话题，并不是团队特意讨论的内容。打破“必须说积极的、有建设性的话”这一默认规则，可以让讨论重获自由。

在团队讨论中，最重要的是斩断制约团队的锁链，创造出一个让团队成员能够畅所欲言的氛围。

你不认为主动提出好意见、试图占据优势地位的引导者属于二流引导者吗？

如果能在自由的氛围中进行讨论，那么团队成员就会发现“我们是这样的团队”，发现这一团队自身的特征，并开始意识到作为团队一员的自己的个性。

这个流程与“应用1　思考/策划”相同。正因为能够持续讨论，所以能够产生直觉体验的素材才会齐全。这是直觉设计的机会。

把团队的自我认识当作“我们自己的事情”来谈。

简单来说，就是在团队中共享“这个团队的风格”。例如，需要这样的发言：

“这个团队，都是些××的成员啊！”

“这个便签的内容，感觉象征着这个团队。”

“如果要给我们的团队起个名字的话，感觉××这个词是绕不开的。”

以团队风格为基准设定，“像我们的风格！”“明白！”“确实！确实！”这样的发言更能让大家产生共鸣。

不知道说什么才能得到共鸣，说什么好呢？在这种担心的状态下，讨论是不会热烈的。反过来，说这样的话应该会让大家很高兴吧？

让对方抱着这样的假设，让对方发言，让对方猜测，让对方高兴，讨论就会热烈起来。这其中的关键是在现场进行“假设→尝试→高兴”这种直觉设计。

这样做的话，可能会让人担心会不会让人们的讨论变成只有内部话题的封闭讨论。确实如此，但可以这样反驳：在连内部话题都说不出来的状态下，如何让讨论活跃起来，引出真正有创造性的发言呢？

无论是摆脱“必须说出好点子”的固有成见，还是让对方意识到“我们团队的风格”，都不是直接产生好发言的有效方法。但是，只有舍弃这种对效率的追求，才能让团队变得和睦、活跃起来，出现创造性的发言。

但是，如果我们重新回顾一下当时的情况，就会发现现在的团队成员都在挖掘大家的共同点。总之，还没有深入挖掘应该讨论的内容这一关键。无论是白板、便签还是笔记，记录的都是与主题无关的东西……这样下去不太好。

但是，不用担心。

在会议中，所有的事情乍一看都与讨论的主题无关。但是，如果后来发现其中包含对要讨论的主题至关重要的内容，你会怎样呢？

“原来是这样啊！其实在讨论中已经有了答案！”你不知不觉就想说出来。

应用故事设计第1步“吸引”中包含的“伏笔”手法，这样的方法是有针对性的。

回顾过去的发言，提出“深层含义是什么”。

从成员提过的意见，以及一度被忽略的主张中找出意义，将其作为伏笔，就是创作这样的故事的引导技巧。

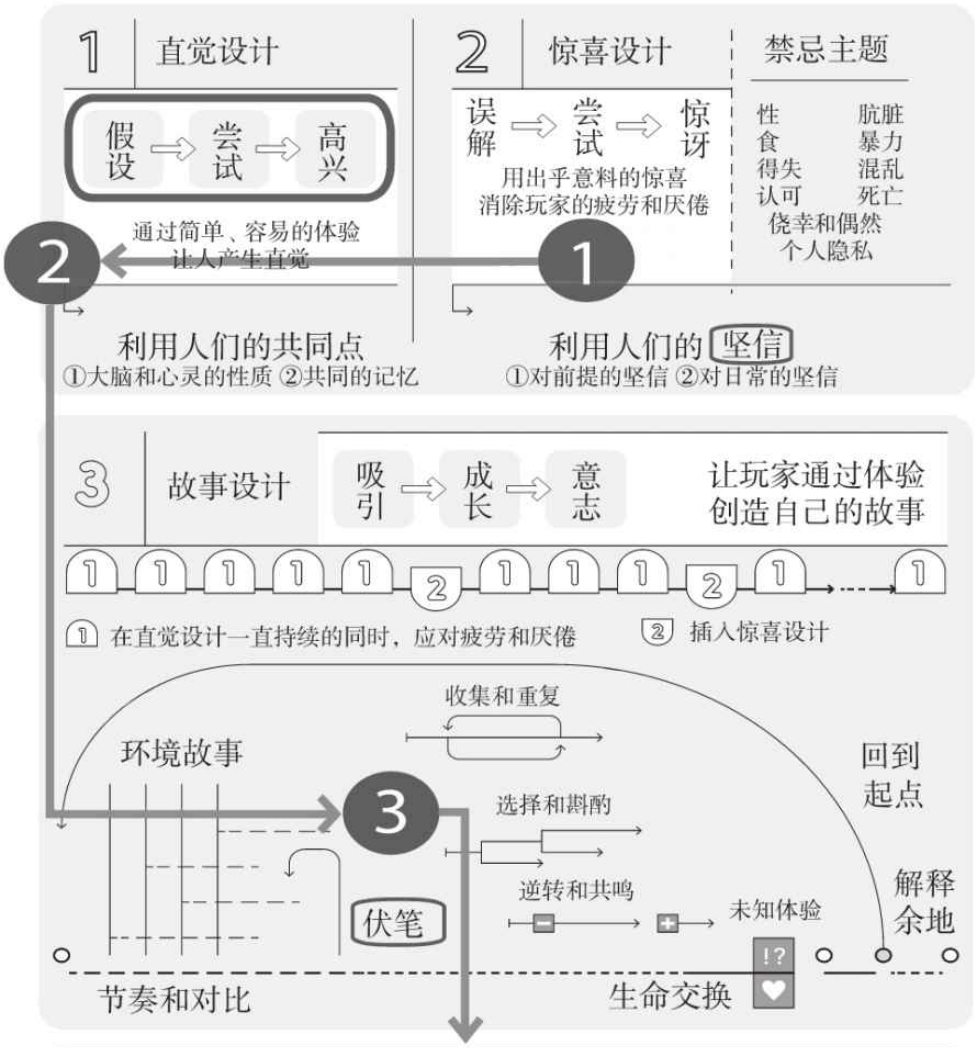
此外，这个方法还有一个非常重要的意义。从成员过去的意见中找出重要性，就能让那个成员成为英雄。当然，对引导者来说，重要的不是自己成为英雄，而是让团队成员成为英雄。

团队全体成员自由讨论，在团队的认同感下聚在一起，一边彼此奉为英雄，一边在困难局面中寻求突破。

这种强烈的意义原本就包含在“讨论/引导”这一体验中。为将意义转化为形式，体验设计是极其有效的。

问题	气氛沉重，谁也说不出来。

1.不谈“好的策划”，谈“没用的策划”。
2.把团队的自我认识当作“我们自己的事情”来谈。
3.回顾过去的发言，提出“深层含义是什么”。



让彼此成为英雄的创造性讨论

应用3　传达/演示

团队完成策划之后，就要向部门或整个公司进行演示。

从结论来说，演示是对体验设计的绝佳应用，因为听众不得不全身心地接受演示者提供的体验。这是体验设计的本色发挥。

不过，可悲的是，总有无聊的演示不断出现。听众一旦失去了兴趣，就再也无法把演示内容看完。

相反，作为演示者，如果在演示的过程中看到听众东张西望或者睡着了，也会感到难受吧？

这其中的关键在于如何在演示中保持专注。那么，在这里，让我们反过来思考一下：在演示的过程中，什么时候人的注意力最不集中呢？

无论内容多么充实，无聊的演示都是无聊的。换句话说，内容不是问题。引用第3章中介绍的关于故事的理论，重要的不是故事内容（说什么），而是故事叙述（怎么说）。

这里想让大家想起的是直觉设计。“会不会是向右前进？”如果建立这样的假设，在该假设被确认之前，玩家就会产生兴趣。

也就是说，在演示中注意力下降的时候，是“讲话的流程无法被预测的时候”。那么，在这里再次提出问题：什么时候演示变得不可预测？从这个想法中产生下面的方法。

用连接词预告下一张幻灯片的内容后再往下进行。

幻灯片的播放突然被中断，这是导致听众注意力下降的最大原因。在幻灯片之间如何连接呢？更具体地说，我们必须考虑如何“预告下一张幻灯片”。

以下是预告下一张幻灯片的方法。顺便说一下，下面介绍的方法是（也许你已经注意到了）本书第1～3章实际使用的方法。也许你会觉得“这是一本写法奇特的书”。

- 提出疑问。
- 故意把话说到一半。
- 说完后，告诉对方进入总结阶段。

还有一个最简单的预告手段，就是使用连接词。第270页的表格对连接词进行了分类，我们边看边说下去吧。

连接词虽然有很多，但除一个以外，都具有预告下一张幻灯片内容的力量。例如……

连接词分类		
逻辑	顺接	所以（归结） 因此（对应） 于是（过渡） 那么（假设）
	逆接	但是（转折） 尽管（抵抗） 虽然（限制）
整理	并列	或（增加） 进一步（累计） 和（共存）
	对比	对于（对立） 另一方面（另一边） 另一方面（反面） 或者（选择）
	列举	第一点（序号） 首先（顺序） 接下来（序列）
理解	换言	即（加工） 倒不如说（代替）
	示例	例如（举例） 实际上（例证） 特别是（特例）
	补充	因为（理由） 再者（附加）
展开	转换	顺便说一下（过渡） 那么（主题） 说起来（回归）
	结论	像这样（归结） 因此（终结） 不管怎样（不变） 总之（无效）

摘自《“连接词”技术》（石黑圭，2016）

大家在看到“例如”这个连接词的瞬间，会无意识地想：“接下来是具体的例子吧？”在切换幻灯片之前，先说出与下一张幻灯片上

下文关联的连接词。在说完连接词后，切换幻灯片。只要做到这一点，演示就会一下子变得有吸引力。

但是，请注意，有一个连接词不具备让听众想象未来的能力。这个连接词就是“接下来”（序列）。接下来……

你看。果然“接下来”这个连接词，让人无法想象接下来的内容吧。只要演示中不说“接下来”这个连接词，演示就会变得容易让人看下去。

通过使听众进行预想和猜测来保持听众的兴趣。这就是本书第1章论述的“直觉设计”。

但是，正如本书第2章论述的那样，重复终究会让人产生疲劳和厌倦。

所以，我想推荐的是惊喜设计。为吸引听众的注意，让人们出乎意料，这样的方法是有效的。

定期插入禁忌主题/沉默。

演示者有责任让听众看完演示内容。为此，吸引听众的注意力也是工作之一。这里请带着专业意识，试着插入禁忌主题。

为帮助想尽量看演示的听众，请有意识地将以下主题插入话语的每个角落。

性/饮食/得失/认可

肮脏/暴力/混乱/死亡

侥幸与偶然/个人隐私

特别有效果的是沉默。推翻演示的前提——“演示者是说话者”，一下子就能吸引听众注意。

话虽如此，突然被要求加入“禁忌主题”“沉默”，也有人不太乐意吧。如果是不乐意的人，可以一边回顾禁忌主题和“意料之中/意

料之外”这一体验设计的基本结构，一边看看著名演讲者的演示。这样一来，演示者的意图就容易被人了解，你会觉得可以去模仿。

让对方猜对了，让对方猜错了，想办法把听众引导到演示的最后阶段，终点就近在眼前了。

在此，我想再做一个体验设计。通过关于演示的体验，让听众切实感受到自己的成长。

最后再展示一次演示开始放的幻灯片

在看演示之前无法了解的事情，在看了演示之后就能了解了。我们要给听众那种成长的实在感。

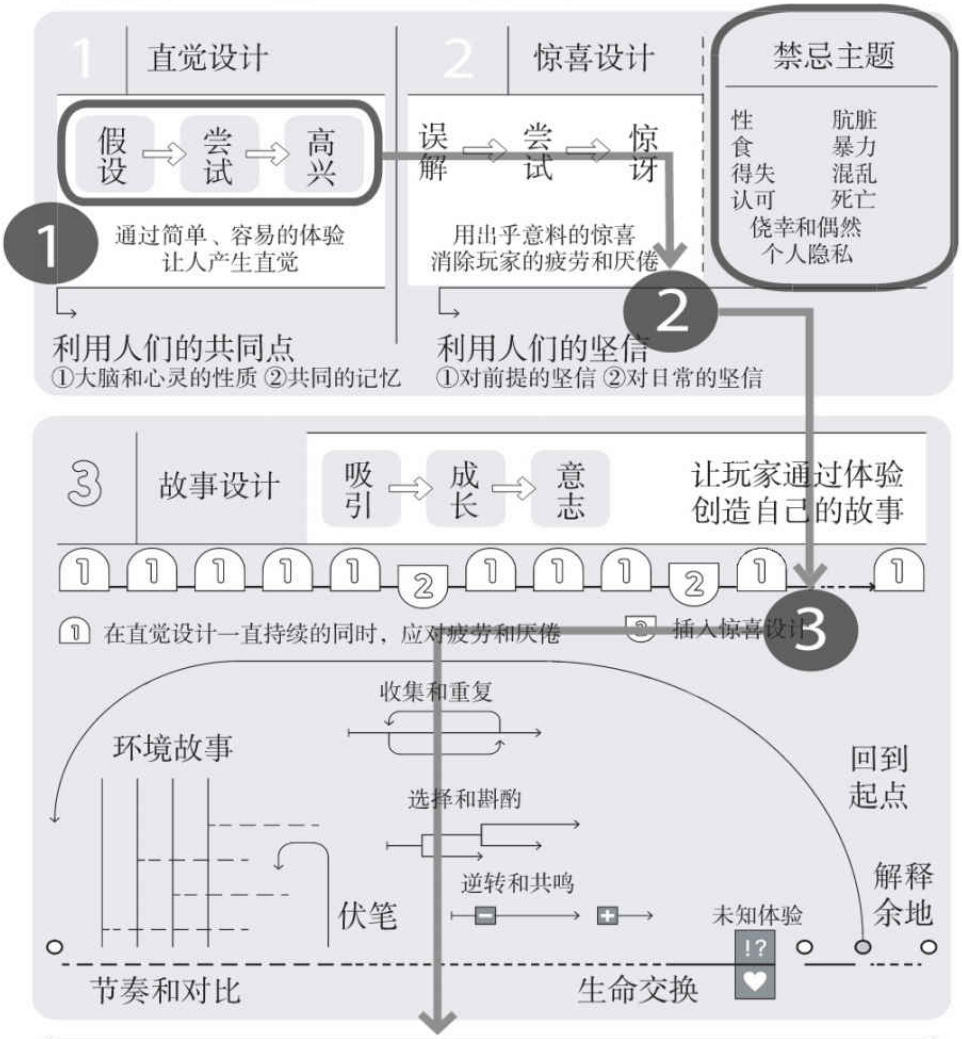
在开始时展示主要的观点、问题、总结等，通过演示让对方了解内容，再进行提示即可。

能够听懂演讲内容的来龙去脉，听众就不会感到疲劳和厌倦，一直听到最后，就会有成长的实在感。

演示最适合作为体验设计的使用对象，如果能稍微理解这一点的话，那就太好了。

问题	听众的注意力下降

1. 用连接词预告下一张幻灯片的内容后再往下进行。
2. 定期插入禁忌主题 / 沉默。
3. 最后再展示一次演示开始放的幻灯片。



在听的过程中让听众发生变化的演示

应用4　设计/产品设计

如果演示成功的话，接下来就是实际的产品设计了。

产品设计面向的不是企业内部的人，而是分散在全国、全世界的无数普通用户。设计师需要充分利用经验设计方式产生可以供不同用户使用的产品。

在本书第1章中，我们讨论了《超级马里奥》开始的画面设计，讨论了向全国、全世界的用户传达游戏规则的巧妙设计……

敏锐的读者可能会发出疑问：“这只有在第一次玩的时候才有效吧？”

《超级马里奥》开始的设计，确实成功地传达了“向右前进”这一游戏规则。这可以说是针对第一次使用产品的用户做的设计。

对于已经知道“向右前进”这一游戏规则的第二次玩的用户来说，这个设计已经没有效果了。

在这里，我向大家提问：第一次使用某产品的用户和第二次使用的用户，哪一个更重要呢？我的结论是：

优先考虑第一次使用的用户，一定要让其觉得产品简单、易用。

因“初始效应”的存在，在一系列体验开始的时候，人的学习能力会得到最大的提升。总之，越是第一次使用，信息传达的效率就越高。“第一次”是人生只有一次的最有效的学习机会，体验设计师绝对不能错过。

如果用户第一次不能顺利使用产品，就不会有第二次了。而且，在第二次使用产品的时候，也确实存在“用户忘记第一次使用时学到的东西”的情况。

无论何时，设计师都应该意识到存在“对产品不熟悉，也没有热情的普通用户”。

所谓开发者，就是对产品有感情的人。如果这样的想法过于强烈，设计师就会为深入了解并热爱产品的用户进行设计，结果就容易将普通用户抛在一边。这样的话，产品就不会被很多人使用。

如何让产品保持简单、易用的特点，让初次使用的用户也能直观地使用呢？这是需要始终牢记的。

还有一个开发者不由自主就会陷入其中的心理状况。那就是对产品过于执着，希望“这个产品能一直被使用下去”。

其结果就是功能太多、剧情复杂……最终出来的产品充满开发者主观的喜好，内容乱七八糟，难度很高，让玩家望而却步。

对用户来说，重要的不是产品，而是用户自己的人生。用户的人生才是主角，产品只是衬托主角的配角。

本书第2章论述了从体验中消除疲劳和厌倦，实现长时间体验的“惊喜设计”。就像玩家会沉迷于游戏一样，可以将“惊喜设计”作为让人沉浸于对产品的体验中而活用的内容。

但是，在“不影响用户人生”的要求下，惊喜设计有时反而成为问题。不能因为用户的时间被产品抢夺，而降低其人生质量。

这里需要的是，在了解惊喜设计原理和效果的基础上，刻意让体验停止的体验设计。

通过回归日常的情节设计，将用户从产品中抽离。

在忙碌的日常生活中，对某种产品长时间进行体验是不可能的，人们反而开始追求利用零散时间得到充分满足的体验。正因为如此，特别是在智能手机的应用程序、游戏、服务设计领域，人们迫切需要让用户体验停止的设计。

话虽如此，我并不主张“技术发达了，就需要将用户从产品中抽离出来的体验设计”。相反，不管技术如何，任何时代的内容，都一定会有“让用户体验停止的设计”。

例如，在很久以前，动画片的结尾会播放轻松的主题曲，描绘主人公在夕阳下的堤坝上走回家这种充满宁静氛围的结局。这是为什么呢？

答案是，设计师“想表达这个体验结束了”。热衷看动画片的孩子们，希望继续看动画片。为让孩子心情愉快地看完动画片，设计师才设计了这种动画片结尾。

具体来说，就是设计师在用户对产品的体验停止的前后不想使用惊喜设计。因为使用惊喜设计，可以延长体验……而我们需要停止体验。

到此为止，我们一直在说“让用户体验停止”，但作为设计师，或许担心用户不会回来。

但是，这种不安只是设计师的自我焦虑。产品只不过是让用户的人生变得更加美好的配角，使用或不使用产品，都是用户的自由。

尽管如此，设计师也可以对用户体验暗中传递信息。只要让用户的基本自由得到满足，设计师就可以暗中策划让用户满意的体验。

最后的方法是更直接地让用户自由选择。

提供作弊选项，让用户自由选择。

例如，《超级马里奥》有一种游戏功能，叫作“移动区域”，可以在游戏中跳过某一区域。直白地说，这就是作弊。这种设计是给用户提供作弊或不作弊选项的体验。

这种体验设计让用户每次体验时都能感受到“现在自己会选择哪一个”，用户每次按照自己的想法进行选择时都能感受到自身的成长。

正因为让用户自由选择，用户越用越能感到自身的成长。正是这样的自由，让用户拥有重新使用产品的力量。

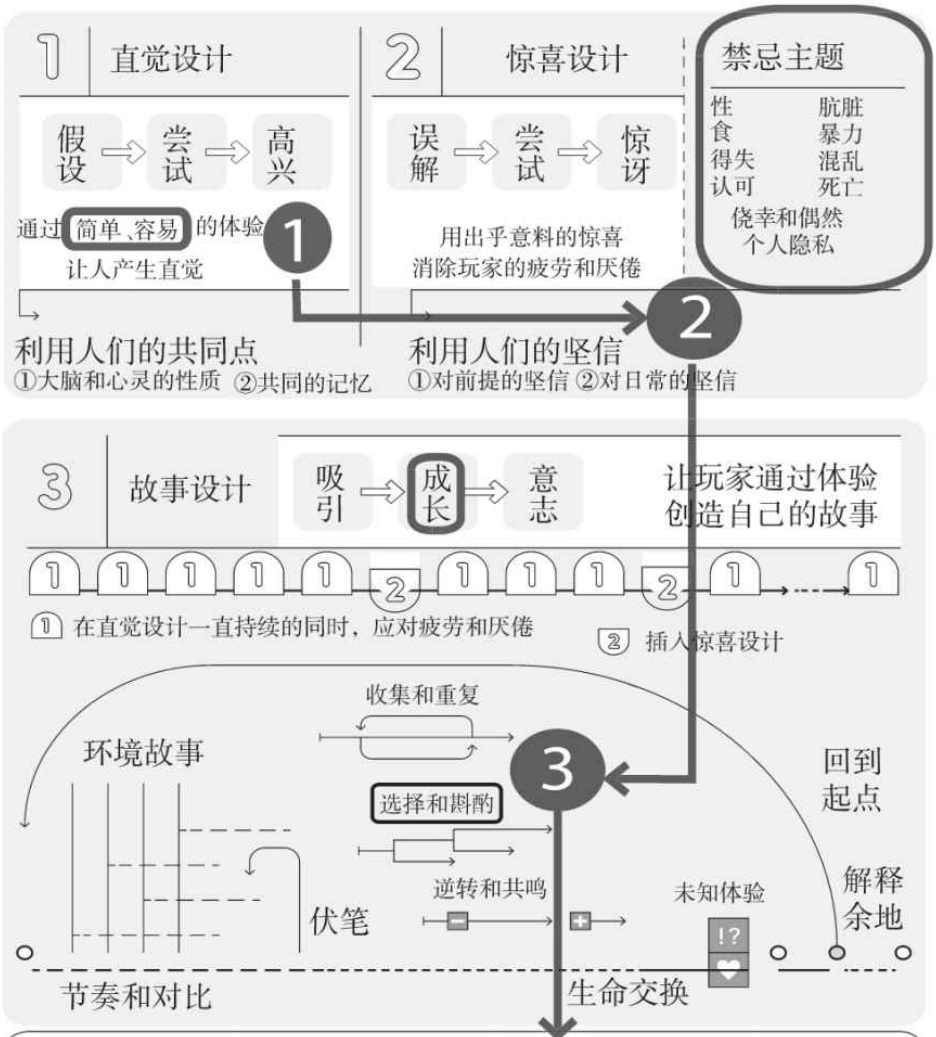
无论使用什么产品，用户都能凭直觉知道使用方法，可以随时停止，甚至可以作弊。所谓产品设计，或许就是设计出用户的使用自由。

问题	产品可以给不同类型的用户使用吗？

1.优先考虑第一次使用的用户，一定要让其觉得产品简单、易用。

2.通过回归日常的情节设计，将用户从产品中抽离。

3.提供作弊选项，让用户自由选择。



用户可以自由体验的产品

应用5　培养/管理

思考、讨论、演示、设计产品……为用户提供良好的体验，这一项艰苦的工作。为克服无数的困难，团队管理是必不可少的。为让团队成员各自成长，管理者应该怎么做？在本书最后，让我们来思考一下这个问题。

在此，请允许我从另一个切入点展开讨论。我想说的是关于育儿的话题。

我有两个上幼儿园的孩子，非常可爱。但是，养育孩子是一件很难的事，孩子总是不听话。

例如，像这样：

不收拾玩具

不刷牙

不爱阅读

也许因为她们是孩子，所以没有办法，但又不能放任不管，这就是从事体验设计的人的天性。

因为她们是我的孩子，所以我可以百分之百地相信她们并没有恶意。这样想的话，有问题的就是我的命令和指示了。

“收拾一下玩具。”

“去刷牙。”

“好好听我读书。”

用一个命令就让孩子动起来，这种想法本身就太天真了。要想让孩子按照父母的意志行动起来，父母就必须改变自己的做法，而体验

设计一定能派上用场。我一边思考一边进行尝试。结果，在我采取以下对策后，孩子们开始行动了。

我一边用牙刷柄刷牙一边问：“这个放在哪里好呢？”

我拿着书一边读一边感叹：“这个我也没读过啊！”

道理是这样的。

被要求“收拾一下”的孩子们，绝对不会因为心有恶意而觉得“收拾起来很麻烦”。他们觉得“收拾起来很麻烦”也是有理由的。

他们的理由就是不知道把玩具收拾到哪里。观察孩子收拾玩具，在大人看来一样的玩具也会被分成两组：“最先放到规定地方的玩具”和“永远也收拾不好的玩具”。

总之，最重要的一点是，孩子是否记得把玩具放到哪里。关键是，孩子能不能具体想到“把购物游戏玩具放在房间入口旁边木架子的第二层，这样父母就会满意了”。

孩子不会收拾玩具的原因，绝对不是因为他们本身没有干劲，而是“因为他们对场所没有记忆”。

正因如此，身为父母的我们应该做的，就是向孩子提示玩具应该被放到的地方。

如果知道地方，就可以告诉孩子是将玩具放到哪里，如“木架子的第二层”，让孩子帮忙收拾。

如果想不起地方，就这样问孩子：“玩过家家的其他玩具，都放在木架子上了吧？”这样就好了。

被要求刷牙的孩子，已经知道怎么刷牙，实际有干劲的时候，就会主动去做。

但是，每天做同样的事情，孩子感觉不到任何效果，就会产生厌倦。

问题在于“感觉不到任何效果”和“厌倦”。为解决这些问题，我认为有必要用错误的方法刷牙，以体验平时刷牙的效果。

于是，我尝试了一种方法，就是反过来用牙刷柄刷牙。

孩子们高兴地把牙膏沾在牙刷柄上，牙刷柄在嘴里发出“咔嗒咔嗒”的声音。“错了！这样不行！”高兴一阵之后，她们开始认真刷牙了。

孩子被要求“听我读书”，但听不进去。无论怎么说，她们也不会改变，所以我就放弃了。后来，我再次向她们询问原因，得到了令人吃惊的回答：

“爸爸，你已经完全知道了那本书的内容，真无聊。”

面对如此尖锐的指责，我沉默了。孩子们知道我第三次读这本书，所以才会觉得无聊。

反过来说，对让我开心的事，孩子们自己也感到开心。直到现在，我仍然痛苦地回想起，自己当时连这一点都没有注意到，为此感到震惊。

从那天开始，我准备了自己没读过的书和包含我不知道的东西的图画书。

“哦！”“真有趣！”我一边感叹一边阅读。

结果，孩子们都乐意听我读书、讲故事，我自己也能乐在其中了。

因此，我家几乎每周都去图书馆，只要孩子们愿意听我读书，那就很轻松了。

确认能否用具体的固有名词想起任务。

故意试错/体验错误。

教的一方和被教的一方一起体验未知的事情。

在育儿这个项目中，我曾经完全陷入混乱，疲惫不堪，觉得失去了意义。现在回想起来，我也许从一开始就错了。作为父母，我只追求“孩子出色地做出正确的行为”这样的结果。

其实，在做父母的同时，我们也应该学习父母的正确行为方式。孩子作为孩子，父母作为父母，各自成长，正因如此，亲子共同生活的一系列体验才会变得丰富多彩。

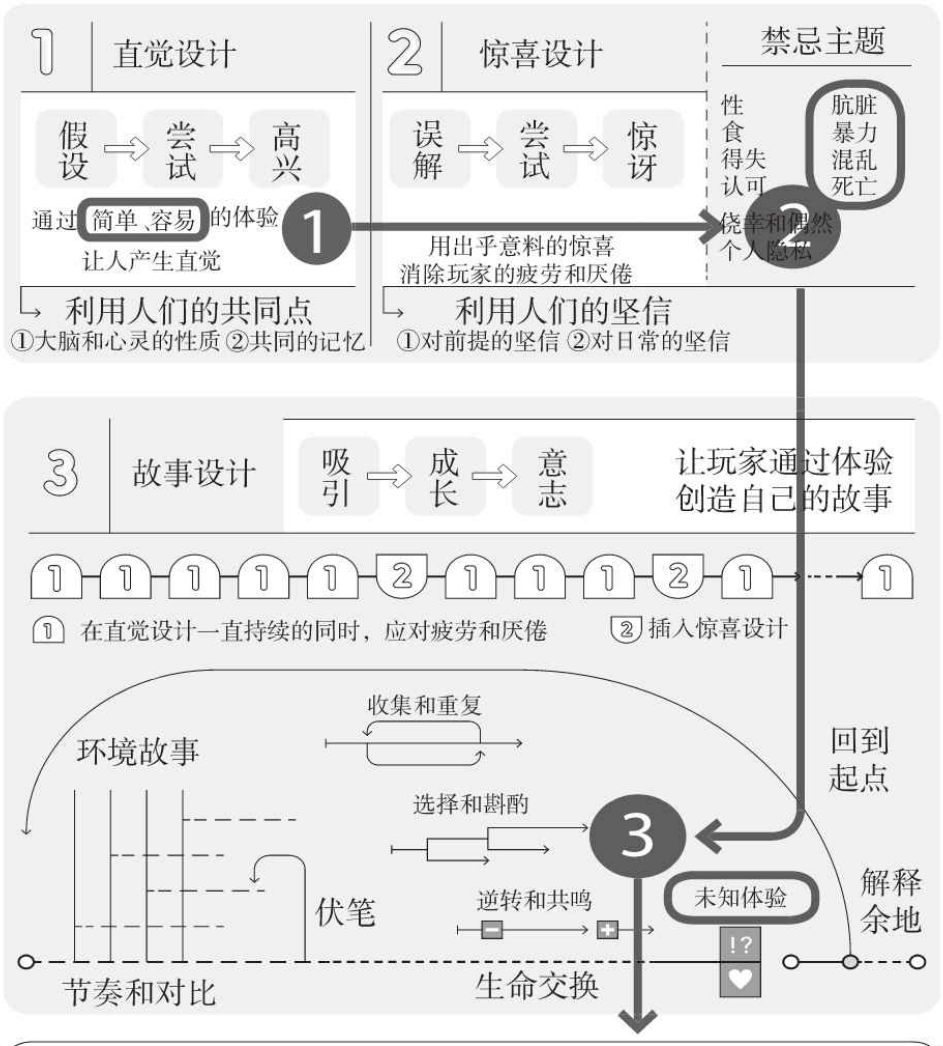
管理也是同样的道理。孩子也好，父母也好，被管理的一方也好，都是在发现、得到惊喜、寻找意义的同时体验人生的主体，这一点没有任何变化。

问题	如何让团队成长？

1.确认能否用具体的固有名词想起任务。

2.故意试错 / 体验错误。

3.教的一方和被教的一方一起体验未知的事情。



相互成长的团队管理

结语

感谢你阅读到这里，真的非常感谢！

本书收录的内容，仅仅是关于游戏体验设计的智慧的极小部分。剩下的部分，请你务必亲自去玩游戏，观察、感受、发现“自己觉得什么有趣，是什么样的体验让我产生了这种感觉”。

感谢鼓励我写作的各位：吉泽康弘、山口高广、桥本咲子、樱井亮、香川笃史、高桥巧、森佳正、森花子、石村尚也、坂西优。

感谢任天堂的各位同事向我传授有关体验设计的基础知识。特别要感谢任天堂前技术研究员竹田玄洋先生和任天堂前总裁岩田聪先生。我至今仍记得他们通过游戏来看人的那种锐利目光。

感谢钻石出版社和田史子女士接受将游戏的体验设计应用于商业这一奇妙的主题。还要特别感谢我的妻子成为这本书的第一位读者，以及我的两个女儿成为我的最初实践对象。

最后，感谢每个设计了为我的人生增色的所有游戏、内容、产品的人。

大家给我的回忆，让我的人生充满意义。

玉树真一郎

“前言”中讲到的“鼻子和剪刀”的回答例子：①表示“手指好像能伸进去”的陈述句；②把手指伸到鼻子里是禁忌；③无意识地说出鼻子和剪刀所处状况的大脑本能。

这本书的内容原先比现在多6倍，所以不得不删减部分内容，那些内容会在作者的主页等（可能的话，在下一本书中）公开，敬请期待。

附录
有助于深入学习体验设计的参考资料

直觉设计

设计师宫本茂（任天堂株式会社常务董事）在制作《超级马里奥》的时候，曾考虑过“要做最容易理解的游戏”（摘自*DIGITAL CONTENT EXPO 2009*中的演讲“宫本茂的工作史”。https://nlab.itmedia.co.jp/games/articles/0910/27/news082_2.html）。

心理学、认知科学、脑神经科学、行为经济学、设计等学科领域，为“理解”提供了无数线索。以下是我推荐的书籍和读物，以及在考虑体验设计时有效的游戏案例。

（选择容易理解的东西）

书籍『誰のためのデザイン？増補・改訂版 ―認知科学者のデザイン原論』

（新曜社、D・A・ノーマン、岡本明［訳］、安村通晃［訳］、伊賀聡一郎［訳］、野島久雄［訳］、2015）

这是将认知心理学的专业术语“Affordance”推广到设计领域的一本书。既易阅读，又有趣，有大量的事例，读者可以从书中学习到

设计与“Affordance”的关系。我希望大家阅读增补、修订版，该版包括“Affordance”这一概念在社会上普及后产生的新的讨论内容。

书籍『新版 アフォーダンス』（岩波書店、佐々木正人、2015）

这是一本可以从基础开始学习吉布森倡导的“Affordance”概念的书。它简明扼要总结了人的认知如何随着视觉触发大脑和心灵的发展。作者佐佐木正人是日本“Affordance”研究第一人。如果阅读了几本佐佐木先生的书，你将能够从多个角度理解“Affordance”。如果你想阅读原始文本，还可以阅读吉布森本人所著的『生態学的視覚論――ヒトの知覚 世界を探る』（J.J.ギブソン、古崎敬 ほか［訳］、1986）。

书籍『ファスト＆スロー』（早川書房、ダニエル・カーネマン、村井章子［訳］、2014）

这本书浓缩了获得诺贝尔经济学奖的作者关于行为经济学理论的精华（分上下册）。读了这本书，你就能清楚地知道人类是如何不合理地思考和判断事物的。在学习行为经济学和认知科学的时候，这本书是不能避开的。顺便说一下，如果要我再推荐一本书的话，我会举出『予想どおりに不合理』（早川書房、ダン・アリエリー、熊谷淳子［訳］、2013）。这本书不分上下册，只看一册就能体会到行为经济学的乐趣。

书籍『「わかる」とはどういうことか－認識の脳科学』（筑摩書房、山鳥重、2002）

作为脑神经学家和临床医生的作者，就“理解”这一体验进行了论述。通过对“理解”这一体验进行具体的整理和分类，告诉我们对“理解”的体验是生命的根本。同一作者的『「気づく」とはどういうことか－こころと神経の科学』（筑摩書房、山鳥重、2018）也值得推荐。

书籍『記号論への招待』（岩波書店、池上嘉彦、1984）

所谓“符号论”，就是思考用别的东西来表现某一事物的学问。作者是东京大学文理学院名誉教授、符号论大师，他将符号论写成了

新书。这本书有助于思考为什么能传达和传达不了的问题，也可以作为学习众多学科领域涉及符号论的入门书籍。

书籍『グラフィック学習心理学 ー行動と認知』（サイエンス社、山内光哉、春木豊、2001）

这是学习心理学的标准教材。从学习心理学的基础“经典条件”和“操作条件”展开，以图表形式简明扼要地进行总结。我们可以从书中了解到许多关于学习心理学的理论。另外，书中第1章中提到的“初始效应”与“新近性效应”（在一系列体验接近尾声的部分记忆力提高）合称为“系列位置效应”。

书籍『ノンデザイナーズ・デザインブック 第4版』

（マイナビ出版、ロビン・ウィリアムス、吉川典秀［訳］、小原司・米谷テツヤ［日本語版解説］、2016）

此书讲述了设计的基本知识。读者可以学会对比、重复、对齐、接近“设计的4个基本原则”。这是一本非常适合用来掌握设计基本原则的书，它是体验设计的有力武器。设计绝不仅是创造美丽事物的程序。顺便说一下，想要深入了解设计的人，推荐阅读『意味論的転回』（エスアイビー・アクセス、クラウス・クリッペンドルフ、2009）。该书不仅在设计领域，在设计思考和以人为中心的设计等商业和设计重叠的领域也是极其重要的一本书。

读物『社長が訊く』

https://www.nintendo.co.jp/corporate/links/index.html

从2006年Wii游戏机发布到2015年，当时的任天堂董事长岩田聪（已故）对公司内外的创作者进行了采访。在关于设计游戏体验时的心理准备和具体手法的内容中，提到了《超级马里奥》开发时的情况。体验设计师是这样考虑的吗？……书中内容丰富多彩。*有点不好意思，在任天堂时期的我也会偶尔在此登场。

游戏『スーパーマリオ64』（任天堂、1996）

随着技术的进步，电子游戏从2D平面向3D立体过渡。此时最大的问题是让用户直观地感受到“深度”。跳入平面的画中，立体空间就会扩大，这样的呈现方式都是解决这类问题的最佳设计例子。游戏开始的动画也巧妙地解决了在游戏中存在的用于捕捉3D空间的“相机”的本质问题。这是一部精彩纷呈的大师级作品。

游戏『Wii Sports』（任天堂、2006）

这部作品从《超级马里奥》手中夺走了“家用游戏机最畅销游戏”的称号，其设计非常厉害，不仅软件，还有对“Wii”这个硬件的设计。把Wii控制器当成球拍挥动就好了吗？在这样的假设阶段，Wii控制器的形状已经发挥了极其重要的作用。并且，挥动的话，Wii控制器会发出声音，心情愉快地告诉你操作是正确的。能做到这一点，也是因为Wii控制器配备了扬声器。软件和硬件一起上阵，不仅让玩家在事前提出了假设，而且在事后“告诉玩家假设是正确的”，直觉设计在这里取得了成功。

惊喜设计

《勇者斗恶龙》系列的设计师堀井雄二（ArmaProject有限公司董事长）为将RPG（角色扮演游戏）以任何人都能玩的形式引入日本，采取了令人意想不到的措施。第一个措施是在他当时担任编辑的《周刊少年JUMP》杂志上解说RPG。第二个措施是，为适应玩RPG时无法避免的指令输入问题，制作了名为『ポートピア連続殺人事件』的冒险游戏（『ファミコン神拳奥義大全書 復刻の巻』スクウェア・エニックス、2011［非売品］）。这是一个充满激情的巧妙设计。

本书提到的“惊喜刺激”也是如此。下面，我们将介绍来自神经科学、心理学、哲学、文学和商业科学等学术领域的推荐书籍，其主题是令人惊喜和感动的情感。

书籍『感情とはそもそも何なのか 現代科学で読み解く感情のしくみと障害』

（ミネルヴァ書房、2018、乾敏郎）

作者是日本具有代表性的心理学家、脑科学家，提出“感情是什么”这一本质性疑问。其主张是这样的：无论是通过感觉来理解世界的“知觉”，还是调动肌肉和内脏器官的“运动”，大脑都不是在发出指示或命令，只是在预测未来，修正误差。感情是由预测误差产生的。这本书在脑神经科学的基础上，运用概率论和信息论，探索大脑的统一理论。该书有些难度，但毫无疑问是非常有趣的名著。

书籍『ヒトはなぜ笑うのか ユーモアが存在する理由』（勁草書房、2015、マシュー・M・ハーレー、ダニエル・C・デネット、レジナルド・B・アダムズJr、片岡宏仁［訳］）

这本书从哲学和心理学的角度，全面总结了人类笑的理由。这本书探讨了笑也是惊奇的一种，讲述了惊奇理论、分歧解决理论、优势理论、游戏理论等关于笑的根本原理。如果读了这本书，你看搞笑内容的眼光一定会一下子有所改变。

书籍『恐怖の哲学　ホラーで人間を読む』（NHK出版、戸田山和久、2016）

专攻科学哲学的作者这样说：“人类可以享受恐怖，有恐怖电影这种娱乐产品就是证据。那么，为什么只有人类才能享受恐怖呢？”这实在是非常吸引人的主题。该书横跨生物学、脑神经科学、认知科学、心理学等无数学科，以恐惧为起点审视人类本身，进行哲学思考。

书籍『あなたの人生の科学』（早川書房、デイヴィッド・ブルックス、夏目大［訳］、2015）

我们的人生是如何被无意识产生的感情支配的呢？在《纽约时报》担任专栏作家的作者，对两位主人公的人生进行了细致的描述和解说。该书原名*The Social Animal*。我们人类是有肉体、有感情，而且是社会性的动物。也许正因为我们是这样的人，才不得不携手生活。这是一本既有科学知识又让人感到温暖的书。

书籍『子どもの宇宙』（岩波書店、河合隼雄、1987）

作者曾将“荣格心理学”引入日本，还担任过日本文化局局长，在其笔下，孩子们的心中充满了希望与苦涩，充满了秘密与幻想。特

别值得注意的是，在世界各国的神话、故事、传说中登场的恶作剧者“Trickster”。我认为体验设计师必须具备破坏和创造两方面的特质，不断让周围的人感到惊喜，这也可以说是足智多谋的特质。

书籍『パラダイムの魔力』（日経BP社、ジョエル・バーカー、内田和成［序文］、仁平和夫［訳］、2014）

所谓范式，就是“认为生活和商业应该是这样的”。另外，破坏某种范式也被称为范式转换。作者既是一名研究人员，又是一名咨询师，通过大量的事例，介绍了人类进步不可或缺的范式转换的原理和方法。无论是范式转换还是创新，一言以蔽之，就是为了让人惊喜。

游戏『バイオハザード』（カプコン、1996）

该游戏是现在世界上最有名的恐怖游戏系列，本系列的第一部作品是把震惊和恐怖都考虑完全的设计金字塔。为什么僵尸会慢慢回头呢？为什么“狗从窗户飞进来的场景”会留在人们的记忆里呢？为什么要采用遥控系统呢？为什么不仅限制武器的子弹数，还要限制保存的数目呢？该游戏独特的设计自不必说，其直觉设计和惊喜设计的细致配置也引人注目。

游戏『メタルギア』シリーズ（コナミ、1987～）

说到游戏业界最足智多谋的明星，那就是世界著名的游戏设计师小岛秀夫。该游戏是小岛先生的代表作，确立了一边采取秘密行动一边达成目标的“隐形游戏”这一类型。该游戏时而搞笑，时而荒诞，甚至超越游戏框架，不断背叛玩家的预想（例如“纸箱”“频率”等）。

游戏『桃太郎電鉄』シリーズ（コナミ、1988～）

该游戏内容为，为成为日本第一的社长，人们互相争夺金钱。虽然这是一款很容易引发争论的游戏，但能让玩家玩得开心的设计要点就是采用禁忌主题。该游戏随机性高，贫穷之神、性感场景，甚至连大便都会登场。有趣的是，设计师佐久间晃先生和《勇者斗恶龙》系列的设计师堀井雄二先生同样是编辑出身。他找到漫画家鸟山明先生、带领《少年jump》大获成功的鸟岛和彦先生，“编辑”的技术中充满了优秀的体验设计。

故事设计

随着游戏行业的发展和成熟，过去被人们隐藏的游戏设计技巧也开始被公开。不仅对于游戏粉丝，对设计师来说也是极其宝贵的信息。在本书中提到的《最后生还者》和《风之旅人》也有很多公开于网络的信息，读者可以去网络上查看。

如果在网上遇到下面介绍的神话学、脚本艺术、故事理论、脑神经科学等方面的知识，就可以将其与设计师的发言进行对照。这样一来，你就会理解得更深刻。

书籍『千の顔をもつ英雄 新訳版』

（早川書房、ジョーゼフ・キャンベル、倉田真木［訳］、斎藤静代［訳］、関根光宏［訳］、2015）

这是作为神话学者的作者的代表作，也是古典名著。该书具体解说“英雄之旅”的结构。从远古到现代，人类追求什么，被什么打动？如此巨大的主题现在有了一个答案。虽然有些部分很难理解，有些事例很难想象，但读者可以先跳着读，把握整体结构，然后重读也没关系。该书值得重读，因为是一本非常有内涵的书。

书籍『ストーリー』（フィルムアート社、ロバート・マッキー、越前敏弥［訳］、堺三保［解説］、2018）

该书作者被称为世界上最有名的剧本讲师，详细论述了创作打动人心的故事的方法。这是一本备受期待的“圣经”，不仅得到影视界编剧的压倒性支持，而且还被商务人士广泛阅读，这证明了设计打动人心的体验是任何人都需要的。该书讲述了故事的结构和具体的剧本写法，是必读名著。

书籍『ナラトロジー入門』（水声社、橋本陽介、2014）

非常适合作为故事理论的入门书。因为作者是日本作家，所以该书易于阅读，在掌握故事内容和故事叙述等基础知识的同时，还用无数事例进行有趣的解说。同一作者的『物語論 基礎と応用』（講談社、橋本陽介、2017）中的事例进一步增加，更加有趣。故事理论乍一看似乎高大上，但读了这本书，你一定会忍不住想深入学习。

书籍『ミラーニューロンの発見「物まね細胞」が明かす驚きの脳科学』

（早川書房、マルコ・イアコボーニ、塩原通緒［訳］森山和道［解説］、2011）

作者是神经科学领域的权威，他将被称为“与DNA匹敌”的镜像神经元的惊人性质进行了简单的总结。从镜像神经元的“被他人的行为激发，就像自己在行为时一样兴奋”这一基本性质到镜像神经元决定人类社会的形态这一主张，该书从各种各样的视角带领我们思考人类的状况。

游戏『INSIDE』（Playdead、2016）

游戏的主人公是在发生了什么奇怪的事情的世界里，逃离了什么人的少年。笑和恐怖、性感和怪诞、解谜和动作都被设计成一系列精彩的体验，玩家会在脑中叙述“这是一个怎样的故事”（具体内容请一定要玩游戏体验）。在叙述故事的意义上，还有更强烈的*The Witness*（Thekla，2016）游戏。这是一款完全无法说明规则的游戏，同时也是一款完全无法说明价值观的冒险游戏。这部作品给整个业界带来了强烈的冲击，让人们认识到游戏还有无限的可能性。

游戏『ワンダと巨像』（Sony Interactive Entertainment、2005）

这是在世界上得到压倒性支持的游戏设计师上田文人的作品。不可思议的是，在玩这个游戏之后，所有玩家都喜欢上了阿古罗这匹马的同行者。在游戏历史上，该作品让人产生共鸣的力量是非常出色的。引起共鸣的游戏还有『MOTHER』シリーズ（任天堂、1989～）、『ゼルダの伝説 夢をみる島』（任天堂、1993）、『ピクミン』シリーズ（任天堂、2001～）、『Bioshock』（2K Boston/2K Australia、2007）等。在活用游戏这一媒体特性的同时，作为实现普遍体验设计的名作，该作品也会被传承下去。

游戏『ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド』（任天堂、2017）

这是一款具有历史意义的杰作，完美融合了引导所有用户体验任天堂式设计以及给予用户高度自由的开放世界类游戏设计。在游戏开始，在“出发的高原”，用户的行动范围被逐渐扩展到整个世界，重

要设计是每次都重复出现指南教程和自发性冒险，让玩家成长为英雄。通过指南教程和自发性冒险，主人公在各个场景中移动，只要一边观察一边仔细分析，就会对游戏的缜密程度感到惊讶。另外，宿敌加农多罗夫在世界中心等待着玩家。为让玩家能够以自己的意志踏入世界中心，设计师也在等待着玩家成长。

挖掘游戏并进行体验

书籍『遊びと発達の心理学』（黎明書房、J.ピアジェほか、森楙［監訳］、2013）

作者被认为是20世纪最有影响力的心理学家之一，作为发展心理学的大家而闻名，他以游戏为主题论述了发展心理学。孩子会分阶段发展，从他律性到自律性，道德观也有发展阶段……诸如此类的论述，在体验设计中也能发挥很大作用。因为，无论是大人还是小孩，在经历中成长是共同的。

书籍『遊びと人間』（講談社、ロジェ・カイヨワ、多田道太郎・塚崎幹夫［訳］、1990）

作为社会学家、哲学家的作者对“游戏”进行了定义、分类，并考察了其意义。特别是“游戏的四种分类”在游戏业界被认为是必备的思考方法，所有的游戏都可以分为四类：Agon（竞争），Alea（运气），Mimicary（模拟）和Elinks（眩晕）。想把无聊的体验变得有趣的时候，请试着应用对游戏的四种分类，对游戏的体验将发生巨大变化。

书籍『ホモ・ルーデンス』（中央公論新社、ホイジンガ、高橋英夫［訳］、2019）

作者是一位历史学家，从正面思考了以前在学术上不被重视的“游戏”。人类在成为“智人”（思考的人）或“创造的人”之前，首先是“玩耍的人”。人类通过玩耍而获得能力并发展了文明。这是一本让人意识到自己正站在悠久历史的前沿、让人以玩耍为荣的书。

书籍『ゲームする人類』（明治大学出版会、中沢新一、遠藤雅伸、中川大地、2018）

文化人类学家、游戏设计师、游戏评论家从各自的视角论述了游戏的可能性。你现在正在阅读的“指南”中介绍的思考方法和书籍，大部分都是借鉴于此。该书也回顾了迄今为止游戏业界的重要变迁。该书既能成为学习游戏的入口，也能成为深入分析、评论、研究游戏的开端……我认为它是非常珍贵的一本书。

书籍『3Dゲームをおもしろくする技術 実例から解き明かすゲームメカニクス・レベルデザイン・カメラのノウハウ』（SBクリエイティブ、大野功二、2014）

这是一本非常具体地解说游戏中出现的优秀设计的独一无二的书。游戏的规则设定、画面设计、相机的移动方式等都包含着游戏设计师的意图，你会一边阅读一边感叹：“真的是这么深思熟虑做出来的吗？难以置信！”很多人都有这样的疑问（设计师是一边深入思考一边制作游戏的，这确实是真的）。

书籍『ハーフリアル 虚実のあいだのビデオゲーム』（ニューゲームズオーダー、イェスパー・ユール、松永伸司［訳］、2016）

作者是视频游戏研究第一人，这是一部对视频游戏的根本构造进行学术解说的名著。游戏是现实的，也是虚构的。作者对电子游戏的结构进行了详细的解说。另外，译者松永伸司也是游戏研究者，著有『ビデオゲー ムの美学』（慶應義塾大学出版会、松永伸司、2018）一书，以美学为基础，论述了作为艺术的游戏。没错，游戏也是一种艺术。

书籍『フロー体験 喜びの現象学』（世界思想社、M・チクセントミハイ、今村浩明［訳］、1996）

世界著名心理学家总结了一句话，那就是“专注的方法”。这本书定义了能够发挥高度专注力的“心流状态”，并论述了达到心流状态的方法。在追求专注的意义上，无论是商人还是运动员、教育者还是工匠，都是一样的。正因为如此，这本书不侧重于特定领域，在各个领域的读者中都得到了压倒性的支持。

书籍『入門・倫理学』（勁草書房、赤林朗［編］、児玉聡［編］、2018）

伦理学的两大支柱——规范伦理学和元伦理学，再加上政治哲学，本书对这三个领域进行了全面的解说，让我们了解了伦理学这门庞大学问的全貌。两位作者都是伦理学大家。在这样的伦理学大家的帮助下，让我们一起烦恼，一起思考吧。感情与理性、权利与义务、道德与法律、实际存在与不存在……烦恼的根源数不胜数。

书籍『アイデアのつくり方』

（CCCメディアハウス、ジェームス・W・ヤング、竹内均［解説］、今井茂雄［訳］、1988）

这是一本关于策划术的权威作品，是被追求创造性的人们广泛阅读的名著。“创意，就是现有要素的新组合”这句话被引用了无数次。这本书既薄又小，内容简单易懂，却散发出奇妙的魅力和神秘感，我想这一定是因为这本书触及了创造性这一人类的核心主题。

上述最后三本书的主题“专注、伦理、创造性”等内容，将成为我的第二本关于体验设计的书的主题。“不知不觉就变得有创意的体验设计”……敬请期待！

游戏、游戏机插图（出处）

《超级马里奥兄弟》（任天堂，1985）

《塞尔达传说·时之笛》（任天堂，1998）

《勇者斗恶龙》（ENIX，1986）

《勇者斗恶龙III》（ENIX，1988）

《勇者斗恶龙Ⅴ》（ENIX，1992）

《最后生还者》（索尼电脑娱乐，2014）

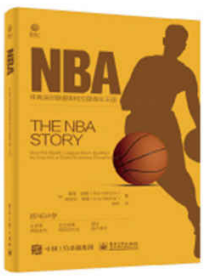
《风之旅人》（索尼电脑娱乐，2012）

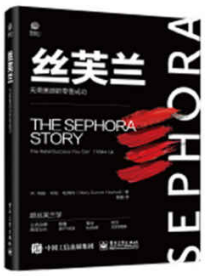
《精灵宝可梦》（任天堂，1996）

《俄罗斯方块》（任天堂，1989）

Family Computer（任天堂，1983）

结束





团购用书请联系：
010-88254618

谁是你想打动的对象呢?

客户? 同事? 家人还是朋友?

在本书中，我们从“直觉 · 惊喜 · 故事”的结构向你展示如何打动他人。比如这样：

① 让人不由自主地行动

② 让人不由自主地沉迷

③ 让人不由自主地叙述

这个“不由自主”才是体验设计的力量。

那么，就让我们开始打动人心的体验设计的旅程吧!

影响力官方微信

责任编辑：张振宇

上架建议：设计/营销

ISBN 978-7-121-21309-0

定价：68.00元