

The Color Preference Research of Game User

Xuchen Liu, Lijun Wang

Beijing Jiaotong University, Beijing
Email: 873521647@qq.com, 77125393@qq.com

Received: Jul. 17th, 2018; accepted: Aug. 3rd, 2018; published: Aug. 14th, 2018

Abstract

As a visual sensory element, color is full of all aspects of our lives, bringing us unlimited charm. As individuals with independent thoughts, human beings have a subtle change in color perception preferences for objective reasons. Color research stems from the analysis of visual perception. Whether in the oriental or western, ancient or modern cultural background, people's understanding of color has their own understanding and treatment [1].

Keywords

Role Play, Color Preference, Color Quantization

游戏用户色彩偏好研究

刘旭辰, 王丽君

北京交通大学, 北京
Email: 873521647@qq.com, 77125393@qq.com

收稿日期: 2018年7月17日; 录用日期: 2018年8月3日; 发布日期: 2018年8月14日

摘要

色彩作为一种视觉感官元素充斥着我们生活中的方方面面, 带给我们无限魅力。人类作为拥有独立思想的个体对于色彩感知偏好会因为客观原因而造成千万种微妙的变化。色彩研究源于对视觉感受的分析, 无论在东方还是西方、古代或是现代的文化背景下, 人们对色彩的认识都有各自的理解和对待方式[1]。

关键词

角色扮演, 色彩偏好, 色彩量化

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

游戏产业的产生是一个由人类自我认知到创造再创新发展的过程, 它既是一个制造虚拟的过程, 也是一个探索本我的过程。在游戏过程中人们通过角色扮演来追寻自我个性的发展, 同时也使得自己在更多的虚拟体验中得到生理和心理的释放。笔者试图用设计社会学视角将色彩量化, 从多方面因素统筹不同角色扮演用户对类型性游戏的色彩偏好数据, 将色彩按照划分群体的客观条件分类量化 RGB 数值, 做出针对不同用户群体的系统色彩量化归纳, 为之后的游戏产业能更好的做到有目的的投放用户提供技术理论支持。

2. 类型性游戏的构架及其色彩运用

2.1. 类型性游戏及其平台分析

类型性游戏是指数字游戏中一种分辨游戏之间区别的方法。游戏类型主要分为 6 类: 动作、冒险、模拟、角色扮演、求生、休闲和其他, 他们各有几十种分支, 形成了庞大的“游戏类型树”。而不同种类的游戏机作为各类型性游戏的平台载体是本文归纳分析的主要依据。如今, 数字游戏已作为人们消遣娱乐的主流方式之一, 它继承了传统游戏的设计理念又结合了当代前沿的先进技术, 与传统游戏相比, 电子游戏的优点就更为突出在以下几点: 首先, 它极大拓展了游戏的外延性, 而不仅仅是停留在过去的游戏规模, 大型网络游戏可同时容纳上百万用户一起在线活动。其次, 用户并不需要直接参与游戏, 而是借助电子设备界面对游戏进行虚拟角色扮演的操控。第三, 高度逼真的虚拟环境代入感更能满足更多角色扮演用户的需求。一般意义上说的电子游戏是一种软件, 因此必须有相应的硬件环境作为游戏的平台载体, 两者是一种模组化的关系。游戏的平台为满足不同的游戏人群各有市场。因此不能单一的用一个标准来衡量各个平台, 并且跨平台游戏移植的方法已经日趋频繁。

2.1.1. 游戏主机(Console)

是常见的游戏平台如图 1 所示。第一款成功的专为游戏所设计的平台是任天堂的红白机。常见的主机类型有: Xbox One、WiiU、Famicom (红白机)、Super Famicom、Sega MegaDrive、PC-Engine、Nintendo64、SEGA Saturn、索尼的 Play Station 系列、Dreamcast、Gamecube 等。主机游戏的优缺点非常明显, 这个平台的优点是: 涵盖的游戏类型非常全面, 而且游戏的制作成本高效果质量好。主机游戏的另一个显著优点是沉浸式体验明显, 由于电视的视觉屏幕更大配合空间格局以及手柄的特殊剧情震动回馈, 玩家的更多感官会的参与到游戏当中, 尤其是当今刚推出不久的 VR (虚拟现实) 眼镜, 更是将主机游戏的沉浸式体验发挥到极致。

2.1.2. 掌上主机(Handheld)

是最方便携带且用户群体使用最频繁的平台如图 2 所示。近些年来, 手机游戏平台和掌上游戏平台的电子产品使用成为了一种新潮流。最早的一款掌上主机是 GAME&WATCH 因为技术的局限性它无法替换游戏。随后第一款成功的商业化主机 Game Boy 由任天堂成功开发上市。常见的掌上主机: 手机、Ipad、PlayStation Portable (PSP)、Nintendo DS (NDS) 等。由于掌机的体积和重量的约束它的性能也会相较于于其他平台弱一些内存小一些, 对处理器和硬件环境要求较高的大作不会出现在掌机平台上销售, 与此同时

带来的就是操作方便的中小型游戏在这一平台上大放异彩。随着技术的进步,掌上主机的性能愈发强大用户的游戏体验也将全面提升。

2.1.3. 街机(Arcade)

常用于公共场所的较大型娱乐设施如图 3 所示。街机主要由游戏机版和游戏机箱体两部分组成,箱体通常配备荧屏、操作按键等元件,机版则是由专业的游戏厂商制造的电子基板。常见机板:Capcom CPS-1 与 CPS-2、SNK Neo-Geo、Sega Naomi。常见的街机制造公司:Namco、ATARI、Konami、Iren、Midway 等。街机是所有游戏平台中,游戏沉浸感和氛围最好的体验平台,它的主要发展是对每个类型街机游戏的外设进行更新和提升。现在的世嘉公司(SEGA Corporation)更是推出了外设华丽丰富的赛虚拟现实机体,头文字 D 中的汽车原型以及变形金刚中的大黄蜂机体都深受世嘉乐园游戏厅的玩家喜爱。街机平台生命的根本价值就是日益精彩的硬件外设。

2.1.4. 电脑计算机(Computer)

电脑游戏是指在电子计算机上运行的游戏软件如图 4 所示。是大型网络游戏运行的主要平台。电脑游戏产业与其硬件、软件和互联网的发展联系紧密。为了使电脑游戏给用户提供一个体验更好的独立虚



Figure 1. XBOX and PS4 prototype
图 1. XBOX 与 PS4 样机



PSP

Figure 2. Palm PSP prototype
图 2. 掌机 PSP 样机



Arcade

Figure 3. Arcade prototype
图 3. 街机样机



Figure 4. Computer prototype

图 4. 电脑样机

拟空间, 在虚拟的游戏世界中享受扮演真实世界中无法演义的角色, 其技术也在不停地更替发展。电脑是所有游戏平台中性能和兼容性最好的游戏平台, 它可以包揽所有类型游戏, 以及最大程度上的线上娱乐互动。主机游戏也可以移植到电脑上体验, 手机游戏和街机游戏也可以通过在电脑上安装模拟器来进行体验。

2.1.5. 小结

游戏平台的差异是为了契合不同需求的类型性游戏而孵化的产物, 虽然每个平台几乎都可以涵盖各个类型的游戏, 但不同的体验理念是促使游戏产业进步的核心关键。用户在享受游戏角色扮演的过程中会因为游戏类型的不同而产生不同的体验效果, 因此为了满足不同用户对于游戏体验的需求, 详细的类型性游戏分别为: 角色扮演游戏、动作角色扮演游戏、模拟角色扮演游戏、冒险游戏、动作冒险游戏、动作游戏、第一人称设计游戏、格斗游戏、射击游戏、策略游戏、即时战略游戏、即时战术游戏、回合制策略游戏、半回合制策略游戏、赛车游戏、模拟游戏、养成游戏、体育游戏、益智游戏[2]。这些类型性游戏的本质发展是不断地提高作品质量和画面水平, 因此把握好用户的体验偏好是增强游戏体验质量的重中之重, 也是推进数字游戏产业发展的重要基础。

2.2. 色彩在游戏中的应用

在带给玩家高娱乐性的体验的背后, 各种类型性游戏的制作工程是十分复杂且缜密的。游戏的构架主要是由游戏角色、游戏场景、界面设计、动画特效等部分组成一个完整的虚拟空间视觉效果, 最终将这些美术素材给程序人员加以编程以实现最终的交互动态游戏。在视觉效果构成方面, 色彩的基调引导在各个组成部分都起到决定性的重要作用。

色彩在游戏场景的主导作用: 游戏场景是指虚拟游戏情景中的环境、互动道具、建筑物、机械物等等。在场景的设计阶段设计师会根据需要最先处理好画面环境的整体色调, 理性思考场景中的颜色关系, 使游戏场景中的各部分色彩关系和谐搭配, 由此将能更好的引导角色扮演用户在游戏里的体验。主观色彩在游戏场景设计中的作用是将“目标”范围对应体验虚拟游戏场景上, 是重要的环境感官因素。

色彩在游戏角色中的个性作用: 角色设计在游戏中是最重要的一个部分, 是构成游戏主线任务的基本单元也是用户直接体验角色扮演的转化媒介。因此, 角色造型的色彩的关系将代表用户的个性表现。设计一个角色首先要根据游戏的故事背景来确定角色的特点需求, 再确定肤色、服装配色、配饰和道具搭配等。角色的色彩设计应注重在理性色彩和感性色彩这两点上。理性色彩是指角色的表面服饰道具等色彩应按照游戏背景符合逻辑的设计, 而感性色彩则是以注重角色的形象性格为出发点考虑如发色、肤色、眼睛颜色等方面的色彩搭配。

色彩在游戏特效中的提示作用: 特效部分是游戏动态表达, 它的作用在于给予用户最直接的打击感效果体现。例如游戏中的角色发动特殊技能的绚丽动感画面、直接回馈给用户的胜利失败动画特效画面、场景中特殊道具的提示动画, 这类特效的色彩会是最快和用户产生共鸣的部分。举例说明不同颜色的不

同交互效果: 红色, 有着高度提示作用和感情倾向的色彩。它一般象征着一股强烈的感情基调如: 胜利、暴力、危险、激动、热情、积极、太阳、火焰、流血等原始感觉。多用于醒目的战争提示和战斗胜利界面的特效提示。橙色, 作为比红色次一级的警醒色有着类似的提醒作用, 但更为柔和一些。象征着一种: 温和、积极、阳光、成就感的色彩感觉。多用于游戏特效中的正面消息和特殊次级消息的提醒色。绿色, 作为比较中性的颜色存在于游戏之中。它一般象征着: 生命、中毒、青春、植物、和平等。在游戏特效中常用于有恢复生命效果的技能特效或者带有中毒效果的技能特效。紫色, 一般象征着: 神秘、高贵、优雅、邪恶、妖魔等特点。在游戏中常用于邪恶魅惑感的技能特效表现[3]。

色彩在游戏界面中的引导作用: 界面作为游戏的窗口, 它的色彩在游戏界面中合理的运用, 是用户进入游戏的第一步体验。它赋予游戏最直接的交互性, 既要保证游戏信息的有效传达, 又要提升了游戏界面的表现力提高用户体验。在游戏界面的设计过程中, 色彩搭配的适度运用无论是从用户的理性心里还是从用户的感性心理上都起着十分重要的作用。失败的色彩搭配会直接影响用户对信息的读取和对游戏的整体感受。通过对手机游戏市场的普遍调查反馈, 玩家对于色彩使用过多且过于杂乱的游戏往往有着严重的抵制情绪。复杂的色彩导致游戏界面色调不统一, 并且无法提取有效的主次信息。例如在游戏中, 设计师增添了过多的图标、多种色彩文字、导航等信息, 杂乱的信息充斥着整个游戏, 使得游戏界面显得混沌不堪, 不仅无法有效地突出想要传达的重点信息, 过于杂乱的数据信息还会成为玩家的一种视觉负担, 降低了用户的游戏体验。因此在色彩的运用和搭配上要注意适度, 对使用的色彩数量进行有目的的搭配, 以促进游戏界面的和谐, 使得界面色彩对比鲜明, 重点信息突出[4]。

3. 问卷调查

3.1. 问卷的设计开发

游戏的普及已经渗入到社会各年龄层次人群之中, 而由于不同人群的文化背景和生活环境不同导致其对色彩的选择也有所差异。因此本次调查问卷首先拟定了八组常用固定 RGB 色值, 再选择利用“问卷星”网站随机向社会各层次人群发放 400 份调查问卷, 在问卷中细分出人群类型, 采用交叉分析的方法进行数据总结。在问卷的内容方面: 第一部分是向参与者简单介绍一下调研意图, 让感兴趣的参与者了解问卷的目的和价值。第二部分是游戏用户的调查问卷, 问卷会分别根据每位参与者的性别、年龄、工作、等详细个人信息进行类型划分, 在问题设置上以结合用户最实际的问题为标准, 最终让其选择自己偏好的色值组。第三部分是总结汇总调查问卷的各项数据进行交叉分析, 分析个人的生活背景对其色彩偏好选择的影响原因。

3.2. 角色扮演视角下的类型性用户的色彩偏好分析

3.2.1. 参与者类型统计分析

此次调查问卷旨在统计, 角色扮演视角下的类型性游戏用户色彩偏好, 力图分析出不同偏好用户的社会背景和其影响原因。调查问卷抽样随机向社会投放 400 份, 以保证调研数据的准确性和普及性, 最终实际参与人员为 322 人, 其中 78 份问卷作废。男性参与者为 160 人, 女性参与者为 162 人; 18~22 岁 34 人, 22~26 岁 85 人, 26~30 岁 106 人, 30 岁以上 93 人, 18 岁以下 4 人; 在校学生 43 人, 党政机关事业单位职员/干部 25 人, 企业/公司管理者 59 人, 企业/公司一般职员 96 人, 专业技术人员 36 人, 商业服务业职员 8 人, 制造生产型企业工人 1 人, 个体户/自由职业者 27 人, 农林牧渔业劳动者 1 人, 退休人员 4 人, 无业/下岗/失业人员 4 人, 其他 18 人。

3.2.2. 从性别视角进行色彩偏好交叉分析

此次调研中男性参与者 160 人; 其中男性用户色彩偏好选择 A 组的有 18 人, B 组 22 人, C 组 61 人,

D组7人, E组10人, F组6人, G组26人, H组10人。此次调研中的女性参与者163人; 其中女性用户色彩偏好选择A组的有11人, B组15人, C组47人, D组33E组10人, F组6人, G组17人, H组24人。相对应的色值偏好分析如图5、图6所示。

3.2.3. 从职业视角进行色彩偏好交叉分析

此次调研中的职业分布情况: 在校学生43人, 其中选择A组的5人, B组的4人, C组的12人, D组的4人, E组的2人, F组的2人, G组的11人, H组的4人; 党政机关事业单位职员/干部25人, 其中选择A组的3人, B组的4人, C组的9人, D组的3人, E组的1人, F组的0人, G组的1人, H组的4人; 企业/公司管理者59人, 其中选择A组的6人, B组的6人, C组的18人, D组的6人, E组的5人, F组的3人, G组的11人, H组的4人; 企业/公司一般职员96人, 其中选择A组的7人, B组的11人, C组的42人, D组的9人, E组的2人, F组的2人, G组的11人, H组的12人; 专业

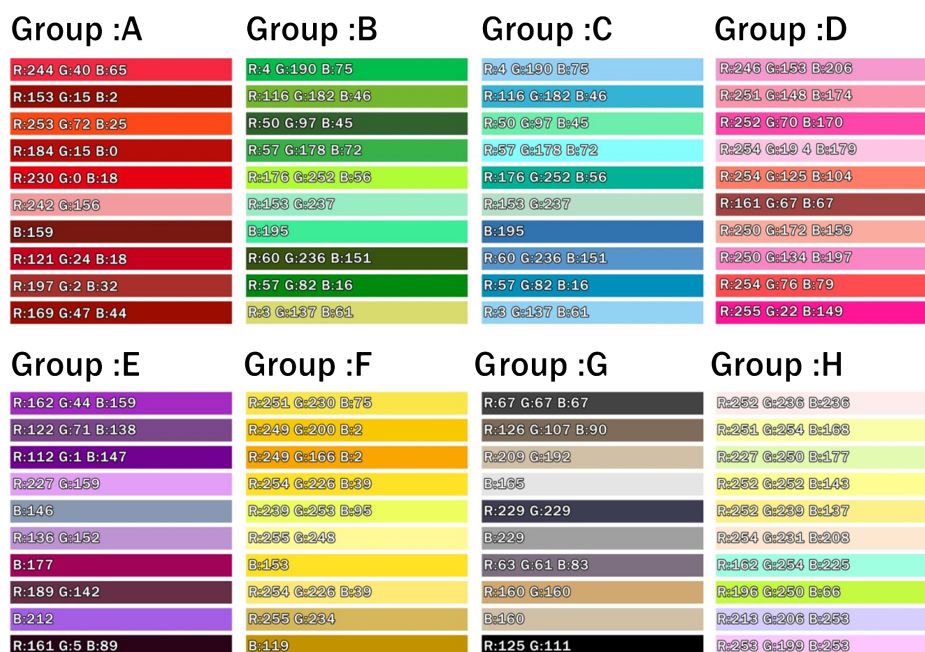


Figure 5. RGB color value group diagram

图 5. RGB 色值组图

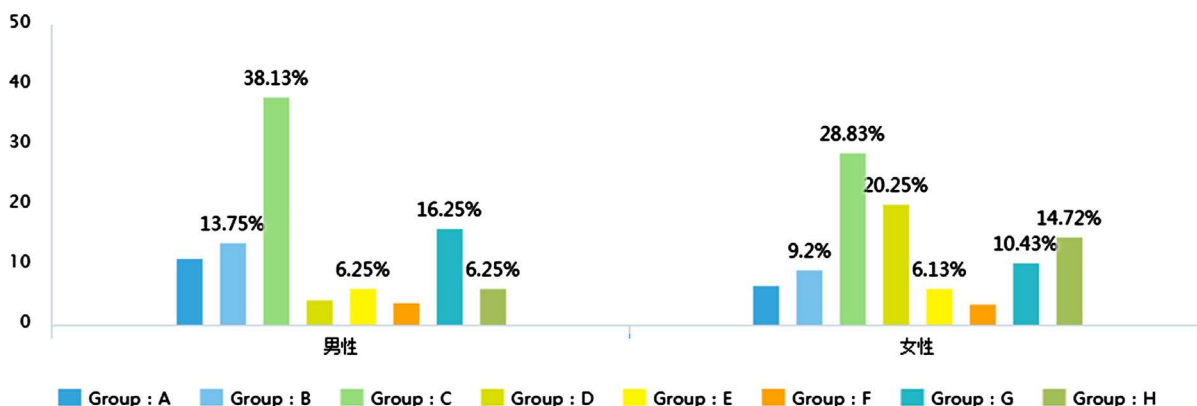


Figure 6. Male and female user color value group selection histogram

图 6. 男性和女性用户色值组选择柱状图

技术人员 36 人, 其中选择 A 组的 2 人, B 组的 7 人, C 组的 13 人, D 组的 2 人, E 组的 3 人, F 组的 2 人, G 组的 5 人, H 组的 2 人; 商业服务业职员 8 人, 其中选择 A 组的 1 人, B 组的 0 人, C 组的 1 人, D 组的 2 人, E 组的 1 人, F 组的 0 人, G 组的 1 人, H 组的 2 人; 制造生产型企业工人 1 人, D 组 1 人; 个体户/自由职业者 27 人, 其中选择 A 组的 3 人, B 组的 2 人, C 组的 8 人, D 组的 6 人, E 组的 3 人, F 组的 1 人, G 组的 2 人, H 组的 3 人; 农林牧渔业劳动者 1 人, E 组 1 人; 退休人员 4 人, A 组 2 人, D 组 1 人, G 组 1 人; 无业/下岗/失业人员 4 人, C 组 1 人, D 组 1 人, E 组 2 人; 其他 18 人; 其中选择 A 组的 1 人, B 组的 3 人, C 组的 4 人, D 组的 5 人, E 组的 0 人, F 组的 2 人, G 组的 0 人, H 组的 3 人, 相对应的色值偏好分析如图 7 所示。

3.2.4. 从游戏类型视角进行色彩偏好交叉分析

此次调研中的用户游戏类型分布情况: 休闲益智类游戏 149 人, 其中选择 A 组的 11 人, B 组的 14 人, C 组的 47 人, D 组的 26 人, E 组的 10 人, F 组的 6 人, G 组的 19 人, H 组的 16 人; 模拟经营类游戏 62 人, 其中选择 A 组的 5 人, B 组的 8 人, C 组的 17 人, D 组的 11 人, E 组的 4 人, F 组的 1 人, G 组的 6 人, H 组的 10 人; 策略类游戏 82 人, 其中选择 A 组的 9 人, B 组的 10 人, C 组的 30 人, D 组的 5 人, E 组的 1 人, F 组的 2 人, G 组的 16 人, H 组的 9 人; 卡牌类游戏 47 人, 其中选择 A 组的 5 人, B 组的 6 人, C 组的 20 人, D 组的 3 人, E 组的 2 人, F 组的 2 人, G 组的 7 人, H 组的 2 人; 大型多人在线游戏(竞技类)125 人, 其中选择 A 组的 11 人, B 组的 11 人, C 组的 47 人, D 组的 14 人, E 组的 10 人, F 组的 6 人, G 组的 16 人, H 组的 10 人。相对应的色值偏好分析如图 8 所示。

3.2.5. 从游戏题材视角进行色彩偏好交叉分析

此次调研中的游戏题材分布情况: 战争题材 108 人, 其中选择 A 组的 13 人, B 组的 14 人, C 组的 32 人, D 组的 8 人, E 组的 5 人, F 组的 6 人, G 组的 23 人, H 组的 7 人; 仙侠题材 84 人, 其中选择 A 组的 6 人, B 组的 9 人, C 组的 30 人, D 组的 16 人, E 组的 4 人, F 组的 4 人, G 组的 7 人, H 组的 8 人; 武侠题材 56 人, 其中选择 A 组的 5 人, B 组的 5 人, C 组的 19 人, D 组的 7 人, E 组的 7 人, F 组的 36 人, G 组的 7 人, H 组的 3 人; 魔幻题材 103 人, 其中选择 A 组的 14 人, B 组的 13 人, C 组的 35 人, D 组的 11 人, E 组的 6 人, F 组的 2 人, G 组的 13 人, H 组的 9 人; 二次元题材 79 人, 其中选择 A 组的 4 人, B 组的 4 人, C 组的 33 人, D 组的 13 人, E 组的 2 人, F 组的 2 人, G 组的 9 人, H 组的 12 人; 科幻题材 70 人, 其中选择 A 组的 5 人, B 组的 9 人, C 组的 26 人, D 组的 6 人, E 组的 4 人, F 组的 3 人, G 组的 12 人, H 组的 5 人。相对应的色值偏好分析如图 9 所示。

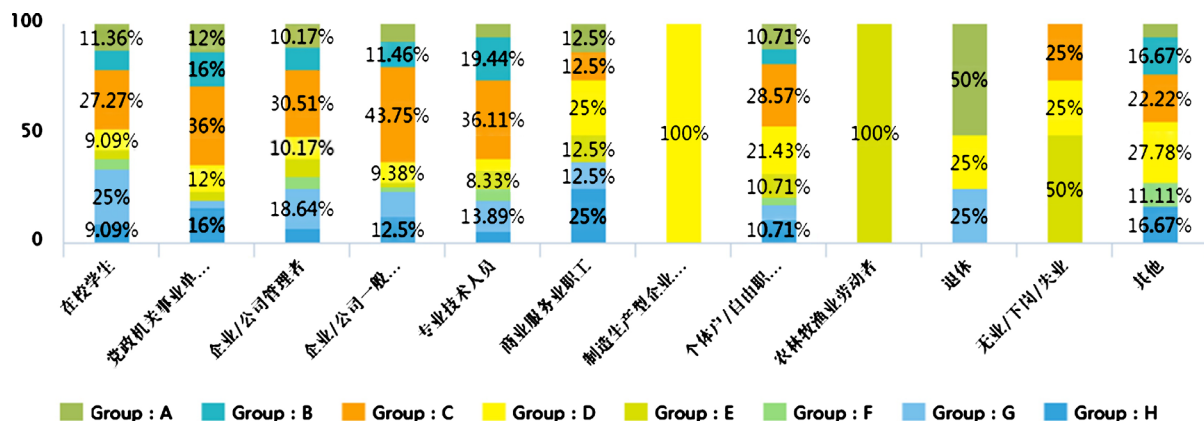


Figure 7. Histogram selection for color value groups of different occupational users
图 7. 不同职业用户色值组选择柱状图

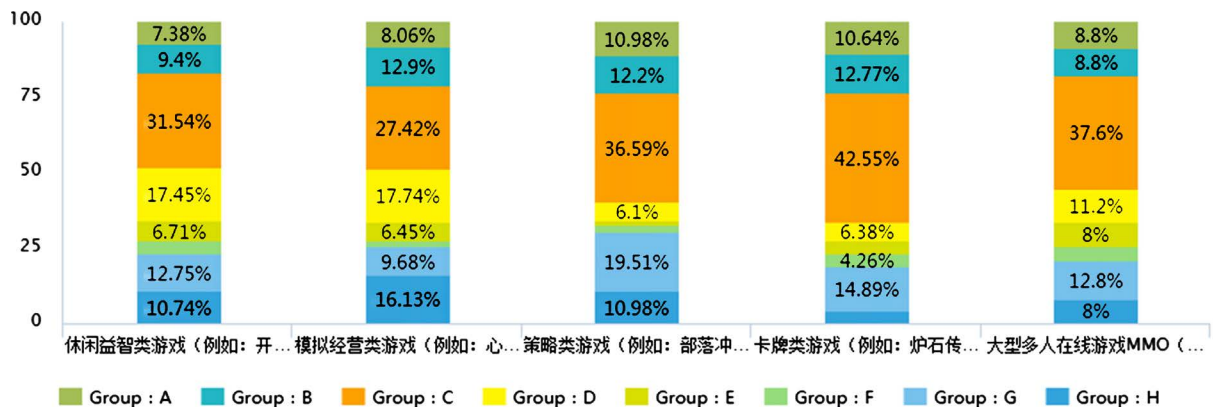


Figure 8. User histogram group selection histogram for different game types
图 8. 不同游戏类型用户色值组选择柱状图

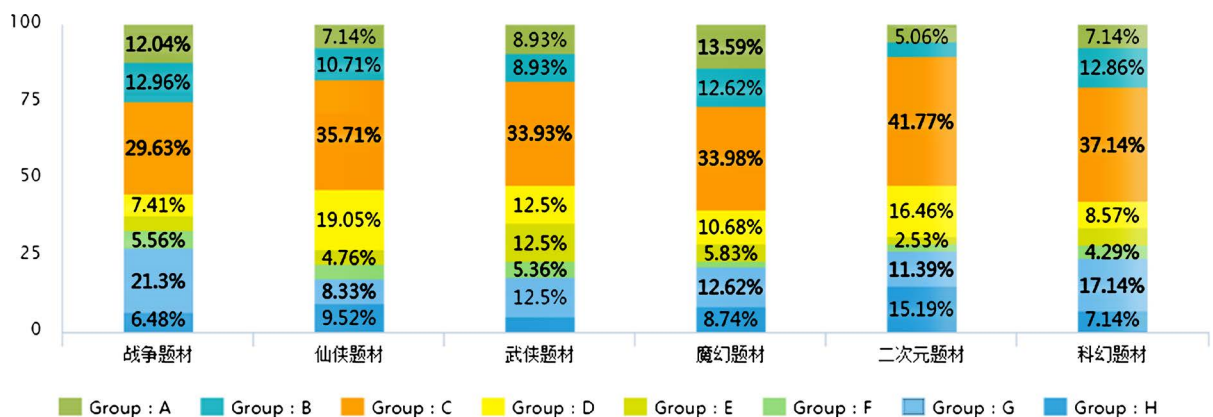


Figure 9. User histogram group selection histogram for different game themes
图 9. 不同游戏题材用户色值组选择柱状图

3.3. 调研数据分析与总结

在回收的 322 分调查问卷中, 系统针对不同分类的用户做出的色彩偏好进行了详细的对比, 细致的统计图更能直接有效的反馈给我们色彩偏好的分布比例。以下是对各类视角下的数据分析作出分析总结:

3.3.1. 从性别视角进行色彩偏好数据分析

根据图 6 数据图分析, 大多数男性游戏玩家更偏向于 C 组色值, 其 RGB 色值组为(R:4 G:190 B:75/R:116 G:182 B:46/R:50 G:97 B:45/R:57 G:178 B:72/R:176 G:252 B:56/R:153 G:237 B:195/R:60 G:236 B:151/R:57 G:82 B:16/R:3 G:137 B:61/R:217 G:219 B:110), 而其他组色值选择率同 C 组相比较起来相差甚远。说明大多数男性玩家更偏向于蓝色系为主的理性冷静色彩搭配。同时根据图 2 显示, 女性游戏玩家的色彩偏向就稍显丰富一点。除了同样偏好 C 组色值以外, D 组色值的投票率紧随第二, 其 RGB 色值组为(R:246 G:153 B:206/R:251 G:148 B:174/R:252 G:70 B:170/R:254 G:194B:179/R:254 G:125 B:104/R:161 G:67 B:67/R:250 G:172 B:159/R:250 G:134 B:197/R:254 G:76 B:79/R:255 G:22 B:149), 由于性别原因所产生的差异, H 组的色值会吸引女性玩家多而 G 组的色值会吸引男性玩家, 是由于女性因为性格原因更偏爱柔和一些的颜色, 而男性则更喜欢严肃理性一些的颜色。

3.3.2. 从职业视角进行色彩偏好数据分析

根据图 7 数据图分析, 在校学生 44 人, 其中多数用户群体 C 组色值, 其次偏好 G 组色值, 这一现

象也与从年龄层视角分析情况一样色彩偏好相同;党政机关事业单位职员/干部共 25 人,多数用户偏好 C 组色彩,而其他色值组的选择非常之少;企业/公司管理者其中用多数用户群体最偏好 C 组色值,其次是 H 组人数排第二,然后是紧随其后的 B 组和 G 组;企业/公司一般职员,多数人偏好于 C 组,其次是 H 组 B 组和 G 组,通过这两组企业用户的数据反馈,他们偏好的色彩方向是最多的说明用户群体的色彩接受度很高;专业技术人员,多数人员偏好 C 组色值;商业服务业职工,多数人员偏好 D 组和 H 组色值;制造生产型企业工人,偏好 D 组色值;个体户/自由职业者,多数人员偏好 C 组色值,其次是 D 组色值;农林牧渔业劳动者,偏好 E 组色值;退休,多数偏好 A 组色值;无业/下岗/失业,多数偏好 E 组色值;其他人员,偏多数好 D 组色值,其次是 C 组。从上述信息中能直接分析出用户的色彩偏好选择会收到职业的性质影响,例如事业单位和技术专职人员多是以理性为主的工作性质,这类大多数用户普遍单独偏好 C 组蓝色系,代表冷静理智的色值组。而企业人员的偏好就会有三四种不同的分支,说明这类用户的接受范围更广泛一些。

3.3.3. 从游戏类型视角进行色彩偏好数据分析

根据图 8 数据图分析,休闲益智类游戏 149 人,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 D 组,紧随其后是 G 组 H 组,由此可以看出常玩此类游戏的玩家数量较多且偏好的色彩种类丰富,以蓝色系为主流色值多种色彩的搭配都可以博得用户的喜爱;模拟经营类游戏 62 人,多数用户偏好 C 组色彩,其次是 D 组和 H 组;策略类游戏 82 人,其中多数用户偏好 C 组其他组色值选择与之相差甚远;卡牌类游戏 47 人,其中多数用户偏好 C;大型多人在线游戏 MMO 125 人,其中多数人偏好 C 组色值。从游戏类型视角来看,用户在角色扮演时色彩偏好会根据游戏的类型不同而产生差异。多数人在选择完益智休闲游戏的时候会偏好轻松明朗的色彩,而在策略性强和竞技性强的游戏类型中多会选择理性的蓝色为主。

3.3.4. 从游戏题材视角进行色彩偏好数据分析

根据图 9 数据图分析,战争题材 108 人,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 G 组色值;仙侠题材 84 人,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 D 组色值;武侠题材 56 人,其中多数用户偏好 C 组色值;魔幻题材 103,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 A 组 B 组 G 组色值;二次元题材 79 人,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 D 组和 H 组色值;科幻题材 70 人,其中多数用户偏好 C 组色值,其次是 G 组色值。由此可见在多数选择现实类型(如战争、武侠等)题材的游戏用户会更偏好 C 组色值,蓝色作为最受大众偏好的颜色代表理性、智慧、温和等特点,而这些特质是人们性格的重要构成元素。

4. 总结

纵观人类活动的历史,游戏始终伴随着人类的进化成长,并对自我意识、自我调节、自我塑造的形成发展具有重要意义。而构成虚拟世界的色彩是决定人们体验的最直接感官因素,从感官认知出发的视觉色彩研究就显得尤为重要。在现阶段我国对于数字游戏领域的研究较为匮乏,处于起步阶段,而由色彩学课程启发的我对该领域的色彩研究也是一次全新的尝试。

色彩量化通过不断的积累数据将更加详细的分类用户的色彩偏好,而后做到有目的的针对用户群体投放游戏项目,节省开发成本提高制作效率。系统的归纳类型性游戏用户的色彩偏好,也会在往后的游戏制作过程中作为重要的技术借鉴,以便于制作出更能和用户产生共鸣的高质量游戏作品。

本文主要基于游戏用户的角色扮演视角,通过调研数据分析用户对于类型性游戏的不同色彩偏好。在此基础之上,游戏制作在过程中可以借鉴用户的意愿反馈。然而此次调研的内容尚存在不足之处如:色彩体系庞大深远,本文只基于游戏中主流 RGB 的单色系值偏好进行调研。而在今后的调研实践中应更深入色彩搭配体系,进一步准确细腻的抓住用户的心理偏好,提升技术和艺术的交汇融合,作出更能提

高用户代入感的高质量游戏作品。由于游戏的交叉学科众多且资料收集数量的局限, 论述的深度还有待提高。在今后的研究中应不断深入挖掘人机互动的亮点, 使游戏产业持续进步做到良性发展。

参考文献

- [1] 鲍丽娟, 黄佩. 自我认同与化身的文化分析——基于网络角色扮演游戏[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2012, 14(1): 16-20.
- [2] 王波. 游戏设计中的心理因素研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉理工大学, 2006.
- [3] 吴翔. 色彩在游戏美术中的运用[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北工业大学, 2012.
- [4] 蒋鑫. 色彩在手机游戏界面中的应用策略研究[J]. 包装工程, 2014(24): 115-118.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2326-3474, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: arl@hanspub.org