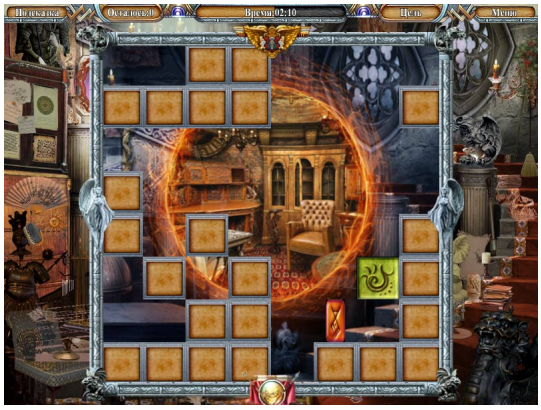
Автор: Administrator
03.09.2010 15:00 -



Любая социальная игра предполагает взаимодействие.

Гейм-дизайнеры в самом начале разработки тратят много времени на формирование различных эмоций у игроков, главные из которых: зависть и любопытство. Пользователь может задержаться в игре на большое количество времени и начать вкладывать в нее деньги, только по причине желания выделиться среди своих друзей. Опережение в таких маленьких моментах, как, например, более высокий уровень или необычное оформление дает игроку возможность самоактуализации.

Кроме проработанного механизма расширения количества пользователей, приглашение друзей игроком становится толчком к стремлению быть впереди них.

Приглашенный пользователь, прошедший стадию первоначального увлечения, будет стремиться стать лучше своего друга с более высоким уровнем.

Именно зависть – главный способ заработать деньги для компаний, а для игрока – стимул их потратить.

Для более сильной реализации эмоций соперничества вводятся списки друзей на видном месте. Такие списки – это постоянное напоминание о том, что кто-то лучше или о том, что игрок может потерять свое лидирующее положение.