

玩着玩着,他从“玩家”变成了“作家”

不过,创作剧本杀,写作只是工作的开始

■本报记者于远航 图片由受访者提供

剧本杀这一集知识属性、心理博弈属性、强社交属性于一体的角色扮演游戏,近年来深受年轻人的欢迎。作为剧本杀产业的源头,剧本杀作者在行业中发挥着毋庸置疑的重要作用。

“剧本杀虽然以‘剧本’为名,但作者想要完成一部剧本杀作品,绝不仅仅只包含剧本写作这一单一的工作内容。”常州剧本杀作者木更(笔名)介绍。



剧本杀《天道争锋》的剧本与道具



木更与玩家交流,了解玩家的游戏反馈。

3 好的游戏体验 需要多元努力

2022年9月28日,木更与肝肝的团队一起将《叁仟鸿蒙》带上剧本杀展会,在活动现场吸引了不少同行的关注。“一般业内举办展会,会在活动当天开放剧本杀试玩场次,给对剧本感兴趣的店家试玩。游戏名额需要抢,先到先得,没抢到名额但对剧本感兴趣的店家可以旁观。”木更介绍,《叁仟鸿蒙》在参与一系列业内展会宣传后,全网发售量达四百余部,于他而言是不错的成绩。

但在首批剧本发货之后,木更却在谜圈剧本杀等APP上看到了不少玩家的负面评价。“当时我和肝肝他们都是首次尝试发行剧本,因为没有相关经验,遭遇不少问题。先是合作的工作室没有如约交画稿,造成我们的剧本和道具没能如期印刷。而后发货时间又赶在了元旦前夕,许多预订的店家为了赶在假期开本吸引顾客,催我们发货,我们就没能做好店家和DM的考核。拿到剧本之后,一些店家的DM没有充分掌握剧本,就急着给玩家开本,导致玩家体验感不好。”木更说。

虽然随着DM对剧本的掌握程度不断提升,玩《叁仟鸿蒙》的玩家不断增加,作品的口碑发生逆转,但木更并未忘记因经验不足带来的教训。今年3月,新作《天道争锋》上展后,木更亲自盯起了成品制作和店家考核等环节。

“新剧本是城市限定本,我们会与各个城市有意向购买剧本的店家进行双向选择。与普通剧本相比,城市限定本的制作会更加精美,正式印刷之前,我们会挑选各类不同的材质试印,选择效果最好的一版。”这么说着,木更从装有剧本和道具的盒子里取出两张内容相同、材质不同的角色卡片,“像这两版,一版是铜版纸覆膜的纸质卡片,一版是PVC材质的卡片。剧本在店家经营过程中会被重复利用,考虑到店家的经营成本和玩家的使用体验,我们最后是确定了耐用防水易清洁的塑料卡片。”

除了做好剧本和道具的印刷品质把控,木更也对合作的店家进行了更为细致的考核。“剧本杀店家开本需要主持人手册,这次剧本发行,我们没有将主持人手册随剧本一并寄出,而是给购买剧本的店家拉了群,就剧剧情节、游戏机制对DM进行提问。对剧情和机制掌握透彻、能够流利回答的DM,我们视为通过考核,会邮寄主持人手册。不能做到的DM,就再重读剧本,直到通过考核。”木更表示,DM作为把控剧本杀游戏节奏的人,影响着剧情呈现与玩家体验的好坏。作为剧本作者,他自然希望自己与团队精心打磨过的作品,能以良好面貌呈现在玩家眼前。

2 反复测试打磨剧本, 兼顾多方用本需求

完成自己的第一部剧本杀作品《叁仟鸿蒙》的初稿,木更仅用了一个月的时间。他选择了自己最为喜爱和熟悉的玄幻修仙题材,设计了八个角色与角色相应的故事线。

木更介绍,市面上常见的小说,要么是以主角的视角进行叙事,呈现主角对事件发展的理解,要么是上帝视角进行叙事,呈现事件的全貌。而剧本杀的写作不同于上述两种写法,他在完成一个剧本时,既要建构一个完整的故事,又要将同一个故事拆分,以不同角色的视角重新解读同一个故事。

“演员在演戏时,除了阅读导演和编剧给的剧本,一般还需要依据剧本,完成自己饰演的角色的人物小传。剧本杀的写作,就类似于作者要同时完成剧本写作与人物小传的写作。”木更说。

剧本初稿虽然顺利完成,但进入游戏测试阶段,木更才真正迎来剧本杀作者的创作挑战。剧本杀作为一种游戏,和大家熟知的电子游戏一样,在作品面世供玩家使用之前,需要进行多轮试玩、调整,包含了发行团队内部测试和抽选玩家测试。

木更把剧本带到肝肝的发行团队进行内测,首轮测试由8个经验丰富的剧本杀DM(剧本杀主持人)参与,从下午一点持续至次日凌晨一点,耗时十余个小时,却未能将剧本打完。

“在测试中发现自己设计的很多剧情情节和游戏环节,真正落地的时候,玩家的思路和自己预设的不一样。”通过这轮测试,木更发现自己设计的

游戏剧情存在逻辑不够顺畅、高潮情节间隔不恰当等问题,与此同时,更加棘手的是自己设计的角色间,技能强度并不平衡,玩家在游戏时会出现个别角色太过强劲,影响其他玩家游戏体验的情况。

木更介绍,不同题材的剧本杀在创作时有不同的重点,剧本文本的长度也不同,“像情感本就比较重视角色间的感情线是否感人、顺畅,文字体量比较大,一般在六七万字,部分情感本也可能写到十万字的长度,这类剧本在修改时更偏重剧情的修改。而我创作的机制阵营本则更加重视剧本的可玩性,文字体量相对较短,一般在一两万字。根据测试结果调整剧本时,主要精力都投注在了优化游戏可玩性、提升玩家游戏体验感上”。

从2022年4月完成剧本初稿,到9月28日初次上展,木更与肝肝的团队对作品进行了三十多轮的测试、修改,从最初的一周一测,到后期的一周两到三测,可谓将剧本的每个环节都进行了细致打磨。

“沿产业链顺序看,我们作为A端的发行方,在剧本创作之初,就应该统观B端店家方和C端用户方的需求。作者设计剧本,除了要有好的剧情、角色、玩法,也要考虑到店家使用剧本时需要配备几名DM,这关乎店家运营的成本,还要考虑到玩家对剧本杀这一游戏形式的熟悉程度,调节游戏难度,玩家间的互动设计等提升游戏体验感的内容也需要纳入前期考量。”在实操中积累了经验,木更也总结出不少剧本杀创作的方法论。

1 从“玩家”到“作家”的身份转变

2022年3月初次尝试创作剧本杀以前,木更是一名资深剧本杀玩家,“我在2019年左右接触到剧本杀,觉得特别好玩,从那之后几乎每周都玩一到两场”。

木更回忆,他接触剧本杀时正赶上剧本杀在国内大火,线下门店骤增,各色剧本涌入市场。高强度游戏过程中,木更找到了自己最为喜欢的剧本杀类型——“机制阵营本”,这类剧本将玩家扮演的角色分作不同的阵营,不同角色拥有不同的技能。游戏时,玩家依照剧本设计的游戏规则,运用角色的技能和策略应对剧情中的挑战和危机,玩家间相互猜身份、猜阵营,或

配合或对抗,同一阵营的玩家凭借共同完成本阵营目标取胜。

“玩得多了以后,也就慢慢分辨出剧本质量的高低。对于我这种喜欢玩机制阵营本的玩家来说,比较追求玩法上的趣味性。”木更在玩游戏的同时,逐渐在脑海中搭建了一个他心目中理想的机制阵营本的框架,并将自己愿意尝试创作的想法告诉了熟识的剧本杀门店老板肝肝(业内艺名)。

彼时肝肝带领的运营团队正处于剧本杀门店端向剧本杀发行端拓展转型的阶段,听闻木更有创作剧本的想法,双方一拍即合,开启了第一次剧本杀创作。



木更创作的剧本杀作品