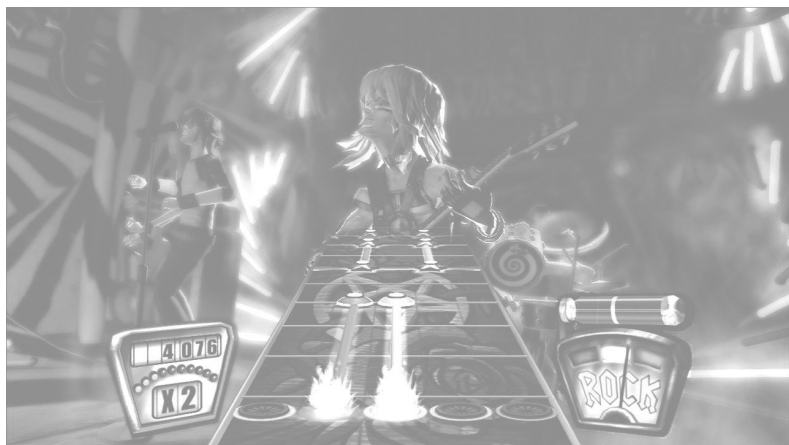


面向用户体验的音乐游戏设计关键要素分析

■ 倪浩



摘要:随着科学技术的不断发展,电子游戏行业不断壮大,并呈现出蓬勃发展之势。而在多种多样的游戏类别之中,音乐游戏大放异彩,凭借其复杂的技术性与高度的可玩性,收获了大批数目可观的游戏玩家。相较于日韩等国家较为成熟的音乐游戏行业,目前中国在音乐游戏的开发与运营上处于起步阶段,仍然存在许多的不足。文章通过总结国内外音乐游戏发展状况,尝试性提出中国音乐游戏发展之路上存在的障碍与瓶颈,提出音乐游戏设计的关键要素,完善国内音乐游戏设计理论,为国内音乐游戏的独立设计和制作提供思路。

关键词:电子游戏;音乐游戏;设计要素

一、引言

音乐游戏,属于电子游戏的一种,跟随着游戏中播放的音乐的节奏,通过按键(或键盘)使模拟器发出相应音效的一种游戏。随着科学技术的发展,当今游戏行业呈现多种类、全方位的发展,伴随着数字音乐接受度不断扩大,音乐游戏因此孕育而生。借由大到覆盖于各大游戏机厅的街机,小到我们日常使用的手机、游戏机,我们都能看到优质音乐游戏的身影。纵观音乐游戏发展现状,我们不难发现各国音乐游戏接受情况和发展状况存在明显的差异;相较于其他国家,日本韩国在音乐游戏上有着较为优秀的发展状况。两国均为发展街机端音乐游戏,并从街机端扩展至家用游戏机和移动端平

台,例如日本优秀的音乐游戏《太鼓达人》、《Jubeat》,韩国的《DJMAX》等。相较之下,中国并没有相对较为出色,并被全球人接受和喜爱的独立原创音乐游戏。我国目前的独立原创音乐游戏大多处于模仿和借鉴的状态,而游戏的推广与运营也主要集中在国内,因版权制度混乱,页面设计粗糙等问题难以走出国门走向世界,严重阻碍了中国音乐游戏行业的发展。

笔者结合自身的兴趣,通过对音乐游戏发展历史和国内外知名音乐游戏设计的研究,初步提出音乐游戏设计的几大关键要素,完善国内音乐游戏设计理论,为国内音乐游戏的独立设计和制作提供思路。

二、国内外音乐游戏发展历史和现状
自古以来,音乐便是艺术作品的重要组成部分,游戏也不例外。好的游戏设计要以用户为出发点。在游戏领域,音乐早已应用于游戏的背景之中,为营造氛围,培养情绪提供了不可磨灭的影响。1984年因尼克斯开发了一款名为《英雄智斗恶龙》的游戏,首次邀请专业作曲家为其创作音乐,在让玩家耳目一新的同时,给予玩家全新的游玩体验。随着电子游戏的飞速发展,背景音乐已经作为评价游戏好坏不可忽略的重要因素。同时,20世纪末,随着计算机技术和计算机音乐的高速发展,计算机音乐从软件代替硬件发生了技术转移,制作的音乐也从原来的单声道、低采样率向多声道、高采样率、高比特方

向发展,电子音乐与数字音乐发展呈现勃勃生机之势,音乐游戏也在这种条件下孕育而生。

1997年12月,知名日本电子游戏公司KONAMI发布了知名音乐游戏《Beatmania》,KONAMI凭借这种模拟型音游迅速占领市场,并推出了一系列模拟类音乐游戏,如《GITADORA》,《Dance Dance Revolution》等,均在市场上取得了巨大的成功。在国内市场成功的同时,KONAMI将自己的街机远销海外,并搭建游戏机平台与移动端平台,为世界范围内的音乐游戏的推广和发展作出了巨大的贡献。在市场一片大好的情况下,日本其他各大电子游戏厂商也不甘示弱,纷纷推出自己高质量、高可玩性的音乐游戏,比如NAMCO公司于2000年推出自己的乐器模拟演奏类游戏《太鼓达人》,在日本不仅是家喻户晓的存在,在海内外也有很高的人气。TAITO公司出品的《Groove Coaster》和SEGA公司出品的《Maimai》,《Chunithm》等音乐游戏,均在当今的音乐游戏市场上大放异彩。日本也成为音乐游戏发展最成熟的国家。

韩国是仅次于日本的第二大音乐游戏发展的成熟国家,韩国游戏厂商Amuse World于1999年发布的街机音乐游戏《EZ2DJ》,在《Beatmania》基础上加入了“长押”、“踏板”要素使之在韩国市场上颇具竞争力,尽管它最终在与KONAMI公司的版权竞争中被废弃。

2004年,游戏厂商PENTAVISION发布音游《DJMAX》,受到了国内外玩家的追捧,直到今日依旧是音乐游戏群体中一颗耀眼的明星。

相较于日韩国家音乐游戏蓬勃高速的发展,中国的音乐游戏发展较晚,而且整体水平较低。目前比较知名的国内原创游戏是由腾讯公司开发的《QQ炫舞》和《节奏大师》,以及由“水幻之音”开发的《载音 Zion》等。这些游戏代表了我国音乐游戏在电脑端和移动端的发展,但人气始终没办法和其他游戏抗衡。街机平台则更是惨不忍睹,由于国内对国外街机流入的严格限制,国外各大优秀的音乐游戏街机没办法在我国广泛的分布,一些音乐游戏厂商打算通过和我国公司合资创办企业的方式打开国内音乐游戏市场,但结果都不尽人意。街机音乐游戏的发展,大多靠许多国内厂商借鉴模拟已经成形的国外音乐游戏街机,制作出类似的框体,收录曲目艰难发展。而这类音乐游戏,大多都存在着曲目版权所属不明晰,页面设计粗糙无美感,游玩体验糟糕等问题,严重阻碍了我国街机音乐游戏市场的良性发展。我国目前相对而言发展较好的是移动端音游,通过游戏授权代理的方式,由国内公司代理和运营国外发展较为成熟的移动端音乐游戏,构建并发展国内音乐游戏玩家社群,形成移动端音乐游戏的良性发展。总体而言,国内音乐游戏市场尚未完全开发,原创音乐游戏开发商整体水平较低,无法与国外音乐游戏竞争,街机领域缺少优秀的原创音乐游戏,国内需要音乐游戏设计理论,来推进国内音乐游戏的发展。

三、音乐游戏设计的关键要素

从我国音乐游戏与他国音乐游戏的对比中不难看出,我国音乐游戏确实存在不少问题:发展较晚、主要以模仿和借鉴为主、页面设计粗糙、版权制度混乱等,这些问题在各种层面上阻碍了我国音乐游戏的发展。笔者通过研究,总结了音乐游戏设计和运营过程中的几个关键因素,帮助设计团队准确定位音乐游戏设计的关键点,更好的制作音乐游戏。

(一)对音乐游戏玩家的精准定位

对于企业而言,新产品设计思路的一大核心便是准确定位目标客户,音乐游戏设计上也不例外。笔者认为,在进行音乐游戏设计和制作前,应结合市场营

销知识,通过目标市场定位和客户选择,准确定位本款音乐游戏所针对的目标人群:比如KONAMI公司在街机平台所制作的音乐《BEATSTEAM》的目标客户定位主要是刚刚接触音乐游戏的新人,即吸引“路人玩家”,所以此音乐游戏上手简单,并配置了大量耳熟能详的流行音乐与动漫音乐。但是此款游戏并没有针对对于长期游玩的“核心玩家”提供足够难度的曲目及配置,最终因经济效益问题停止运营;相较之下,NAMCO公司出的《太鼓达人》,玩法简单,上手极易,给了新人玩家快速上手和快乐游戏的条件,同时不断强化核心玩家能力的提升,通过“2000系列”、“幽玄之乱”、“双龙之乱”等曲目,不断给予核心太鼓玩家障碍和瓶颈,以此留住太鼓玩家并保证玩家突破障碍的热情与积极性。因此,对于国内音乐游戏制作企业而言,结合企业自身的发展情况和音乐游戏设计预想,定位目标消费者非常重要,这将在产品运营效益上极大的影响本款音乐游戏的生存与发展。

(二)符合美学的界面设计

在准确定位好目标客户的基础上,进行产品构思与设计。音乐游戏界面设计,包括音乐游戏待机界面、歌曲选择界面、设置调整界面、游戏进行界面与分数评价界面。笔者认为,界面设计应针对目标客户普遍的审美需求,参考国内外优质的音乐游戏界面设计的基础上独立设计。比如国内独立原创音乐游戏《喵塞克》,将目标客户定位于初级下落式音游接触者与ACG(Anime Comic Game)爱好者,在完成最基本的无轨下落式界面设计的同时,结合曲目融入水墨风、科技风、8bit风等元素,体现于轨道、轨道背景及判定标识上,强化了用户的视觉体验效果,给予用户更强的代入感和演奏感。不过目前大多数音乐游戏还是固定的游戏界面,在这种情况下对界面的设计便需要经过一定的考量。目前,大多数日本的音乐游戏采用版本更新和主题更新的形式在一段时间内,不改变作为核心的游戏进行界面和分数评价界面,改变待机界面和选曲界面也是一种不错的选择。比如KONAMI知名音乐游戏《Beatmania IIDX》,从1999年产品上市起已经历了25代的更新,这种通过主题的改变改造界面,将各种不同的主题元素与音乐本体的有机结合的方式,降低了玩家的审美疲劳,让音游不断焕发新

的活力,值得被音游设计的组织机构学习和借鉴。

(三)丰富多样的曲库构建

一款优秀的音乐游戏,离不开悦耳动听,种类丰富的曲库构建。然而纵观国内音乐游戏,大多数国内音乐游戏存在着原创曲目团队缺乏甚至不存在、曲目被直接收录、版权问题层出不穷、曲目多缺乏多元化等问题。游戏设计制作团队不重视曲库构建,特别是音游原创曲制作对于音乐游戏的发展是致命的。笔者结合国内外音游的曲库构成和曲目质量,提供以下几种方法,对于提高曲目质量,构建音乐游戏完整而丰富的曲库提供一定的思路。

1. 采用曲目公募方式扩展曲库容量与质量。公募,意指公开发售,原指发行人通过中介机构向不特定的社会公众广泛发售证券,通过公开营销等方式向没有特定限制的对象募集资金的业务模式。而作为音乐游戏制作团队而言,公募的定义是通过公开征集曲目收录,募集来自全世界的作曲人自己原创的曲目,而后经过筛选和录用,将合格的曲目作为版权曲的形式,在一定时间内收录进游戏中,并给予作曲人相应报酬的一种模式。这种模式更接近于现代商业模式中的“众包”,即将把一个公司的一定的工作任务,以自由自愿的形式外包给大众网络的行为,这种模式相对于传统的“外包”行为更多体现了在个体层面上的独立性与自由性。音乐游戏制作团队前期需要一定数量的曲目,保证自身的音乐游戏本身的音乐有一定的吸引力;同时,更大范围内的曲目收录可以保证难度的多级分层,也让游戏更具可玩性。而制作团队在前期,在音乐制作上的投入是十分有限的,因此公募曲目变成了一个非常好的途径。通过开放公募及投入合理的奖励机制,制作团队能快速获得作曲人可能已完成的优质曲目的授权与投稿,快速建立自己的曲库,并可以集中资源投入游戏的开发与运营测试中,节约了时间与人力成本。同时,公募的曲子也会作为一个吸引玩家的要素,部分玩家会因为特定的作曲人作的比较喜欢的曲子而接触音乐游戏,而这类玩家更容易建立长期忠诚,渐渐成为核心玩家群。

2. 建立由知名有能力的作曲家构成的游戏原创音乐制作团队。除了通过公募的方式收集优质歌曲外,每一个音

乐游戏制作团队都必须建立一个独立的,由作曲家们共同构成的原创音乐团队参与音乐游戏创作,主要创作仅被该音游收录,版权牢牢把握于本音游设计团队的曲目。这类曲库一般由贴近该音乐游戏创作风格与世界观,强烈反应作曲人独特个性的,具有核心竞争力的优质曲目构成。目前国内大多数音乐游戏都缺乏强有力的原创音乐曲库参与市场竞争,这主要是因为我国电子音乐与数字音乐的发展较全球整体发展而言相对落后,同时音乐游戏曲目对于节奏感和韵律感的要求相对于一般的电子音乐而言较高,而能胜任音乐游戏创作的作曲家相对较少,能够招聘参与音乐游戏制作的作曲人更是寥寥无几。相比之下,日本的原创游戏音乐制作便方便了很多。因为日本高度发达和具有一定历史的音乐游戏产业,早期的音乐游戏玩家因为音乐游戏的感染而学习数字音乐制作,而后作为新鲜血液投入到音乐游戏新一轮的曲目制作中。同时,日本相对较多的音乐游戏带来了较多的曲子公募机会,作曲家被选中公募曲后与相关音乐游戏的联系也将更加紧密,音乐游戏制作公司通过这种方式建立自己的作曲团队,为音乐游戏更好的发展提供正向推动作用。

3. 积极与其他平台和游戏合作。除了通过公募及原创曲目的方式,和其他游戏,动漫合作也是一个重要的曲目募集方式。比如 KONAMI 公司知名音乐游戏《Sound Voltex》便是与日本 YAMAHA 公司旗下 VOCALOID 项目中的“GUMI”音源与角色形象进行合作,原创了一批优质的以“GUMI”为音源的 VOCALOID 曲目,吸引了“GUMI”爱好者前来游玩这款游戏。雷亚公司出品的知名音乐游戏《Deemo》中,则有和《AD.Piano》联动的曲包可供音乐游戏玩家们购买。我国的《喵塞克》也积极与中国的 VOCALOID 项目合作,收录了《万神纪》、《末日 DISCO》等优质国产 VOCALOID 曲目,同时《喵塞克》还与韩国知名的音乐游戏作曲团队“Lunatic Sounds”合作,吸纳了一批高质量的原创音游曲目,对于音游爱好者们而言是巨大的福音。音乐游戏设计团队在保证游戏高质量的基础上,可以积极的与相关的平台和游戏进行合作,以拓展自己本身曲子的数量和质量,也可以作为音乐游戏的推广方式被更多的音游玩家所

了解。

4. 人性化的玩法设计和严格科学的判定与评分机制。作为一款优秀的音乐游戏,人性化的玩法设计和科学的评价体系是至关重要的。伽达默尔的理论指出,游戏是一种存在方式,玩游戏即执行一次游戏规则,游戏形式的执行。音乐游戏是音乐的一种可视化表现,玩家游玩音乐游戏,即相当于通过游戏既定的规则简化的演奏音乐的行为。因此音乐游戏的规则,即玩法设计,判定与评分体系是音乐游戏的核心要素。目前音乐游戏的玩法设计国内尚无明确的分类,笔者根据游戏操作方法的不同,大致进行以下分类。

(1) 乐器模拟类音乐游戏:通过模拟乐器演奏游玩的音乐游戏,比如《太鼓达人》、《GITADORA》等。

(2) DJ 模拟类音乐游戏:通过模拟 DJ 行为游玩的音乐游戏,比如《Beatmania IIDX》、《Sound Voltex》、《EZ2DJ》等。

(3) 键鼠输入式音乐游戏:通过键盘鼠标或类键鼠设备输入信号完成演奏过程的游戏,比如《OSU》、《QQ 炫舞》;街机端中《Pop'n Music》一类的类键盘输入式音乐游戏也可以归入键鼠输入类。

(4) 体感类音乐游戏:不仅需要指部运动,而且需要动用全身的肢体活动才能游玩的音乐游戏,比如《Maimai》、《Dance Dance Revolution》、《Dance Evolution》等。

(5) 触摸指令输入式音乐游戏:通过触摸屏幕直接可以将信号输入游戏游玩的音乐游戏。当今,智能手机和平板电脑高速发展,带来的便是移动端音乐游戏的高速发展,我国音乐游戏主要也是以这种形式发展,比如《载音 Zion》、《喵塞克》、《节奏大师》等,国外比较有名的音乐游戏有《Cytus》、《Deemo》等。街机端的触摸式指令输入音乐游戏我们不妨也归在此类,比如《Jubeat》、《Reflec Beat》等。

制作团队根据定位的目标客户和产品开发预想选择合适的玩法设计雏形,加以设计,改良和优化,逐步形成本游戏独特的核心玩法。或者,设计团队可以尝试原创一种全新的玩法,不过全新的玩法设计也许会带来一定的风险;高投入,高失败可能和需要一定时间才能建立起来的客户忠诚。制作团队应根据自己定位的目标客户,自己的产品设计计划,团队素质

及资金预算理性决策。

除了玩法设计以外,严格的判定和评价机制也是音乐游戏不可缺少的重要组成部分。目前大多数音乐游戏对于判定都有比较合理的区间,KONAMI 出品的音乐游戏《Beatmania IIDX》的判定分成 GREAT、GREAT、GOOD、BAD 和 POOR,闪 GREAT 与 GREAT 的判定之间存在 20ms 的误差区间,即在完美判定的 20ms 以内,均为最佳判定。大部分音乐游戏的完美判定时间为 33ms,如《Jubeat》、《Sound Voltex》等。相较于国内大多数音乐游戏,国外较为成熟的音乐游戏大多判定较为严格。笔者认为,严格的判定机制结合最后的总体评价,不仅是一种玩家能力的重要体现,而且是一种不断强化核心玩家游玩积极性的重要方式。核心音乐游戏玩家往往有更强的积极性和能动性,在难度上不断冲击更高难度的曲目,不断挑战一个游戏设置的瓶颈,并享受攻克瓶颈的巨大成就感。对于他们而言,音乐游戏不仅仅只是过关(比如演奏结束达成 80% 血槽)那么单纯,而是在过关的基础上达成更高的分数,甚至以理论上全完美判定所能达成的满分为最终目标。在阻碍满分达成的过程中,判定无疑成了一个重要的障碍。过于松散的判定,会使玩家过于轻松的达成目标,从而失去持续游戏的积极性,这个游戏本身也会失去一定的挑战性。因此,严格控制判定区间,也是国内音乐游戏制作团队应该注意的重要问题。

四、总结

本文以音乐游戏为对象,结合国内外音乐游戏发展的历史和现状,总结了我国目前在原创音乐游戏设计上存在严重不足。并针对目前音乐游戏设计上存在的不足之处,提出了音乐游戏设计的四大关键要素,完善国内音乐游戏设计理论,为国内音乐游戏的独立设计和制作提供思路。

参考文献:

- [1] 夏禹.音乐游戏的设计策略及用户体验研究[D].哈尔滨工业大学,2012.
- [2] Boyle W. Guitar Hero: The inspirational Story of an “Overnight” Success [J]. Interactions, 2007(05).
- [3] 杨琴.超越与重建——伽达默尔游戏观的阐释及其意义[J].现代教育科学, 2015(10).

(作者单位:江苏大学管理学院)