私のゲームキャラクタの価値は何か？ —MMOGキャラクタの価値構成について—

トミ・クヤンポー[†] トニー・マニネン[‡] ラウラ・ヴァリウス^{†‡}

^{†,‡}, ^{†‡}オウル大学ゲームデザイン研究科, フィンランド

E-mail: [†] tomi.kujanpaa@oulu.fi, [‡] tony.manninen@oulu.fi, ^{†‡} laura.vallius@oulu.fi

翻訳 富安 晋介

東京大学大学院学際情報学府, 〒113-0033 文京区本郷7-3-1

E-Mail: qq076123@iii.u-tokyo.ac.jp

概要 マルチプレイヤオンラインゲームにおいて、ゲームキャラクタの価値はどのように形成されるのだろうか。プレイヤーの仮想自己全体に影響するような要素は何だろうか。大規模多人数オンラインゲーム(MMOGs)の歴史を通じて、ゲームキャラクタは全てのゲーム内でのインタラクションと価値認識における中心的役割を果たしている。近年では、MMOGは人のアイデンティティの少なくとも一部を売り物にするような段階へと発展してきている。本稿では、仮想自己の具体的な価値構造について分析するために動機づけに関するフレームワークを応用した。その結果、ゲームキャラクタにおける達成、社交性、没入の3つの要素が、どのようにプレイヤーがゲームキャラクタに与える個人的価値を形成しているのかを明らかにした。また、これらの要素がどのように将来のMMOGにおいて新たなビジネスの可能性を提供するのかについても論じた。

1. はじめに

MMOGの歴史を通して、ゲームキャラクタはゲームプレイの中心的な形態とされている。プレイヤーは今までも、そしてこれからも仮想のキャラクタの中に具現化される。社会的なネットワークはゲームキャラクタを通して構築され、ゲーム世界とのインタラクションは全てゲームキャラクタに媒介される。

社会がずっとMMOGを単なる空想上の遊び場と理解している一方で、これらの仮想世界はゆっくりとサイバースペースの境界から抜け出してきている。近年見られる仮想の資産を売ることによる儲けのいい商売の多数の例^{[1], [2]}、仮想の資源を集めて売ることのみを目的とした「ゴールドファーmer」企業の経営^{[3], [4]}、そしてもちろん一般に広がったゲームキャラクタの競

売^{[5], [6]}は、仮想と現実がシフトチェンジとクロスオーバーしていることの例証となっている。

今やゲームの世界は、ウィリアム・ギブスン^[7]が「サイバースペース」として、またニール・ステファenson^[8]が「メタバース」として、サイエンスフィクション作家が予言してきたようなものになっており、それ故、仮想資産の価値について考えることは重要である。ゲームキャラクタはプレイヤーの代理として行動と機能の中心に存在しているので、プレイヤーが自身のゲームキャラクタにどのように価値をおいているのかと、プレイヤーが仮想自己全体を作り上げるのにどのように投資しているのかを考えることは重要である。

本稿では、何がMMOGにおけるゲームキャラクタの価値なのか、という問いに取り組んだ。分析では、Yee^[9]が作成したプレイの動機づけのカテゴリーに基づいて動機づけのフレームワークを適用した。このフレームワークに基づいて、人の仮想自己の具体的な価値構造を分析した。その結果、ゲームキャラクタにお

原著: Kujanpää, T. Manninen, T. and Vallius, L. What's My Game Character Worth - The Value Components of MMOG Characters, Proc. 3rd International Conf. of Digital Games Research Association, pp. 327-334, Tokyo, Japan, Sept 2007.

ける達成、社交性、没入の3つの要素がどのようにプレイヤーがキャラクタに与える個人的な価値を形成しているのかが明らかになった。更に、これらの要素が未来のMMOGにおいてどのように新たなビジネスの可能性を提供するのかについても論じた。

2. 仮想自己の形成

MMOGはそのゲーム固有の魅力的な個性と特徴を持った広大な世界である。これらの世界とは、例えば、夢のような世界での冒険や、歴史的背景に基づいた戦争、デジタルな環境での社会的交流などについての世界である。ゲーム世界における活動に参加する時、プレイヤーは数多くの基本的な疑問に直面する。それは例えば、デジタルな世界にいる彼らは誰か、どのように彼らと一緒に遊ぶことを申し出ればいいのか、彼らは彼らがデジタルに具現化されたものを周囲の環境と関連してどのように見ているのか、などである。この章では、これらの問題について、ゲームキャラクタの価値の特徴を理解するための背景を与えるために議論する。

2.1 MMOG内での協同プレイ

共に遊ぶということは動物にも人間にも本性的なものである。マルチプレイヤーゲームは決して革新的なものではない。サッカー、アイスホッケー、その他数多くのゲームにおいて、同時に複数人数のプレイヤーがゲーム全体に参加することも考えられている。共に遊ぶということは、ゲームそれ自体と同じくらい古いことであり、人々（と動物も）は遊びの体験を仲間と共有することを、種の誕生からずっと行ってきた。ゲームと関連した社会的な機能は間違いなくある。ロジェ・カイヨワの言葉を引用すると、「遊びは単なる個人の気晴らしではない。しばしばそう思われているようにはそのようではないかもしれない」^[10]。実際、遊戯文化についてのヨハン・ホイジンガによってなされた影響力のある説明^[11]は、若い子犬が共に遊び、そうしているときに大きな楽しみと喜びを体験しているところの描写から始まる。

この社会的遊び活動に向かう影響はMMOGの世界

を進化させる原動力の一つとしてみることが出来るだろう。チクセントミハイがコメントしたように^[12]、ほぼ全ての活動が周りの人が一緒にいることでより愉快的なものとなり、一人でそれをしているとつまらなく感じる。人は孤独を感じているときと比較して、他人がいる時はより幸せで、敏感で、元気付けられているようである。これに基づけば、社会的連帯感が貸そう世界の領域に振り替えられるようになるまでは、単に時間—それと技術的な発展—の問題でしかなかった。

デジタルゲームが他人と共に遊ばれるとき、社会的相互作用は現実世界での交流につきものの、数多くの慣わしによって増進される。これらのマルチプレイヤーゲーム最大の長所は、コンピュータゲームを真に社会的な経験に転換したことにある。人々がゲームを続けるのにもっとも重要な要素の一つになるほど、社会的結合は強くなっている^[13]。更に、他の人間の社会的存在は、プレイヤーから更なる技能を要求する。多くのマルチプレイヤーゲームにおいて、社会的スキルは必要とされるか、あるいはゲームを成功させるために発展させなければならない^[14]。これらの全てのスキルと行動はプレイヤーが投射できるプラットフォームが必要である。ここにおいて、アバタやゲームキャラクタが関わってくる。

2.2 ゲームキャラクタ - 交流のための身体

仮想世界と現実世界の主要な差異は、物理的な自己の表象として動かすためのアバタやゲームキャラクタの必要性である。ゲームキャラクタは概して、どんな外見にでもすることが出来る^[15]。アバタはプレイヤーが仮想世界内で行うほとんどのアクションの代理となるので、アバタなしではプレイヤーはMMOGの中で何ものでもない—プレイヤーは存在せず、それ故、そこには何の価値も算出できない。ゲームキャラクタの重要性は初期の紙と鉛筆で行うロールプレイングゲームを由来としており^[16]、そこでは主な目的は危険なクエストを行うことやあなたのゲームキャラクタのステータスを上昇させることであった。ゲームキャラクタはプレイヤーの行動のための道具となった。ロールプレイングや戦闘、小さな管理やその他のアクションはゲームキャ

ラクタを媒介して行われた。

また、MMOGにおけるゲームキャラクタは他のプレイヤーに対してのインタフェースでもある^[15]。ゲームキャラクタは常に読み取られ、解釈されている。プレイヤーによって行われた表現や行動はゲームキャラクタを通じてゲーム世界に伝わる。プレイヤーは自身の行動を調節し、他のゲームキャラクタから読み取ったものを手がかりとして、対応を決定する。加えて、個々のプレイヤー間またはプレイヤーとゲーム世界との間のインタフェースであるだけでなく、ゲームキャラクタを用いてプレイヤーは直接人間関係を築くことが出来る。ゲームキャラクタに人格や独特な行動、意思、スタイルを与えることによって、プレイヤーはゲームキャラクタを第二の自己、そして仮想のゲーム世界における一つの役割として、保護し、気にかけるべき存在として理解し始める^[15]。

ゲームは単にゲームキャラクタの集まりというよりも様々なもので構成されている一方で、多くの活動がこれらのバーチャルな代理物を中心に展開している。家を買ったり（ゲームキャラクタが住むために）、より良い武器や防具を集めたり（ゲームキャラクタを保護するために）、あるいは仲間のプレイヤーとチャットをしたり（ゲームキャラクタから飛び出す言葉）するかもしれない。それ故、ゲームキャラクタはバーチャルな領域において、焦点となる。過去30年間にゲームは進化してきたが、アバタの重要性はそのままである。

3. ゲームキャラクタの価値の様相

ゲームキャラクタはゲームに参加する際における本質的な役割を担っているため、プレイヤーに対してゲームキャラクタが持つ価値を構成している要素について調べた。様々なゲームキャラクタの価値の構成要素におけるフレームワークとして、Yee^[9]によるオンラインゲームをプレイする動機のカテゴリ化の知見を用いた。YeeのモデルはいくつかのMMOG（例えば、*Ever Quest*、*Dark Age of Camelot*、*Ultima Online*、*Star Wars Galaxies*などである）から3000人のプレイヤーを調査したデータに因子分析の手法を適応したものである。Yee^[9]はプレイする動機づけを3つの主要なカテ

ゴリに分割した。その3つは、達成、社交性、没入である。これらのカテゴリは更にそれぞれのカテゴリの性質をより詳細に表現したサブカテゴリに分けられる（表1）。本稿における調査では、議論の骨組みを作るために主要な3つのカテゴリを使用し、そしてサブカテゴリと関係する事例に注目した。

表 1: オンラインゲームをプレイする動機づけ^[9]

達成	社交性	没入
前進 進展、成長、蓄積、ステータス	交際 平常のチャット、他者への援助、友人作り	発見 探検、伝承、隠されたものの発見
メカニズム 数値、最適化、分析	関係 個人性、自己開示、支援を求める・与えること	ロールプレイング 物語、キャラクタの経歴、役割、空想
競争 他人への挑戦、挑発、支配	チームワーク コラボレーション、グループ作り、グループ活動	カスタマイズ 外見、アクセサリ、スタイル、色彩
		現実逃避 リラックス、現実世界からの離脱、現実世界にある問題の回避

注：翻訳者が日本語に翻訳・改変

3.1 ゲームキャラクタにおける達成価値

Salen and Zimmerman^[17]はゲームを、「プレイヤーが関与する人工的に作られた戦いであり、それはルールによって定義され、その結果は定量化される」ものとして定義している。ロールプレイングゲームは最終的なゲームの終わり（すなわち、定量化できる最終的な結果）がないゲームだと批判されたとしても、それぞれのミッションやクエストは定量化可能な結果を有していることは確かだろう。クエストに加えて、ゲームキャラクタの成長には段階があり、それは定量化可能な結果としてみることが出来るだろう。MMOGでは、プレイヤーはゲームキャラクタの動かし方について

学ぶために時間を費やす必要がある。クエストに挑戦するために十分に有能なゲームキャラクタを作ることには長い時間を費やすプロセスである。初めのうち、ゲームキャラクタは鍛錬しなければならないちょっとした技能しか有していない。クエストを達成すること、怪物を退治すること、工芸品を制作すること、鉱物を採集することなどによって経験値を獲得し、それは時々レベルアップという結果に結びつく。このようにゲームキャラクタは定期的を選んで方向へと進んでいく(例えば、より有能な戦士や、盗賊や、詩人になることである)。

クエストの達成とゲームキャラクタのレベルが上がる(つまり、定量化可能な結果)はゲームキャラクタをコントロールするプレイヤーにとってもはっきりとわかる達成したことである。Yee^[9]によれば、達成はオンラインゲームをプレイさせる強い力の一つであるとされている。プレイヤーは進展することや、競争すること、ゲームにおいて自己充足することなどから満足を得る。プレイヤーは選択した目標を達成しようとする(つまり)とプレイヤー同士が互いに勝とうとすることを楽しんでいる。

それ故、ゲームキャラクタの達成価値は以下の2つの主要な様相で覆われているように見える。それは、1)ゲーム世界におけるゲームキャラクタの数字的な有能さ全体を構成している要素と、2)社会的な関係を通して、あるいは他のプレイヤーや強大なノンプレイヤーキャラクタとの競争での勝利などを通して得られた地位、の2つである。ゲームキャラクタの数字的な有能さ全体を構成している要素とは、ゲームキャラクタのために獲得した道具や富のこと(武器や防具、薬や貴重品、そしてバーチャルな資産など)の他に、ゲームキャラクタの技能の上達(つまり、数値データ)もある。地位の側面については、測定するのが難しい。しかし、それはつまり、プレイヤーやそのゲームキャラクタが仲間のプレイヤーから受けている賞賛のことである。オンラインの友人の中で賞賛を受けるほど、気分が良くなるのである。

3.2 ゲームキャラクタの社交性価値

ほとんどのMMOGにおいて純粋なゲームプレイ以上の活動を考慮に入れている。このことはプレイヤーに自分の好みの目標を選ぶことや、ゲーム環境の中でただ単にぶらぶらすることを出来るようにする。その自由さはプレイヤーにゲームについての経験を分かち合うことが出来るようにするだけでなく、より長期的な遊びコミュニティを生み出すことの増加に繋がる。ヨハン・ホイジンガ^[11]は以下のように論じている。「遊びコミュニティは一般にゲームが終わった後でさえも恒常的に続くものになりやすい。もちろん、全てのゲームにおいて、(中略)、クラブが作られるわけではない。しかし、例外的な状況における『離れて共にいる』という感情、何か重要なことを分かち合っているという感情、世界の残りの部分から互いに離れ、日常の労働を断っているという感情は個々の遊びの時間を越えてもその魔法を保ち続けさせる」。それ故、ゲームキャラクタの価値はゲームに関してどれほど有能かということだけではなく、ゲームプレイの最中と後で形成された社会的関係と経験の領域においても存在する。

MMOGにおけるクエストの多くはチームワークを促進するように作られている。適切に形成されたグループ(つまり、補完された技能を持っているゲームキャラクタのグループ)との協力なしでは、クエストを達成することは難しく、不可能でさえある^[18]。加えて、ゲームキャラクタが死ぬことはしばしばは経験値を失うなどのペナルティを受けることになる。これらの仕掛けはプレイヤーがお互いに信じあうことを必要とする。あなたのゲームキャラクタの生命はしばしばチームメイトの手中にある。もし上手くコミュニケーションが取れなかったならば、あるいはグループメンバーが激しい戦いの最中に逃げることを決めたのならば、あなたのゲームキャラクタはきっと死ぬことになるだろう。同じグループと共にいくつかのクエスト行ったり、ギルドの活動に参加したりしたのち、プレイヤーとそのゲームキャラクタは良い評判を得るようになる。あるプレイヤーはトラブルメーカーとして知られる一方で、あるプレイヤーは彼らの振る舞いやプレイスキルによさで知られるようになる^[18]。

ゲームキャラクタの社交性価値は他のプレイヤーと関連する側面に関わっている。この価値は、少なくとも以下の2つの観点から考察できる。それは、1)他のプレイヤーとの意味のある社会的なやり取りと、2)仲間のプレイヤーの目に映る形成されたプレイヤーのイメージの2つである。それ故、社交性価値は、基本的な段階において、カジュアルなコミュニケーションやチームワークの可能性を備えた意味ある関係を築くための資源である。より深い段階では、カジュアルな関係は友情や恋愛関係にさえ変わることがあり、そのときに社交性価値は単なるゲームの境界を超えるかもしれない。

プレイヤーのイメージはまとまった、ギルドや他の継続的なグループのような、社交的なグループのときに特に重要になってくる。中毒を引き起こすのは必ずしも他のプレイヤーであるわけではなく、引き起こすのは他のプレイヤーから得られる自分自身のイメージである^[19]。さらに、ギルド活動において信頼や称賛のような概念は、プレイヤーのイメージにおいて本質的な部分となる^[18]。あるギルドでは一定のプレイ時間やギルド活動、会議や襲撃など、への一定の割合での参加を求められる。与えられた責務に喜んで応じるならば、ギルドの中での地位の向上に繋がるだろう。要求に応えることが出来なければ、追放されるかもしれない。それ故、他の誰かにゲームキャラクタをプレイさせることは悲惨な結末となる可能性をはらんでいる。

3.3 ゲームキャラクタの没入価値

MMOGに没入することは数多くの異なった要素を通して達成される。Yee^[9]のサブカテゴリでは、発見やロールプレイング、カスタマイズや逃避などの要素が挙げられている。しかし、ゲームキャラクタという視点に置いて何が基本的であり、何がプレイヤーにとってゲームキャラクタを自分と同一であるとみなすのに必要なものなのだろうか。社会学者のGary Alan Fine^[20]はゲームキャラクタを自分と同一であるとみなすことの重要性を議論し、そして以下のようにコメントしている。「プレイヤーはゲームキャラクタに意味を付与しなければならない。(中略)自己と同一であることを確認するためには、キャラクタはプレイヤーが高

く評価できる人格を特性として持っていなければならない」。とてもよく似ているが、しかし少し異なった観点から、Friedl^[15]は以下のように論じている。「もしプレイヤーがアバタに人格を与える可能性があり、そしてプレイヤーの独自の振る舞いや意思、ゲーム世界に対するスタイルに貢献するのならば、キャラクタと個人的な関係を結ぶことになるだろう」。

普通のMMOGは独特の外見や、望んだプレイスタイルを表す、変更可能な服装や防具や武器といった属性を持ったゲームキャラクタを提供する。更に、他のプレイヤーとゲーム世界とのインタラクションは、独自の人格やストーリー、ゲームキャラクタの歴史を発展や共有させる可能性を与える。この形のやり取りがゲームキャラクタの役割を演じること(ロールプレイング)を出来るようにする。役割を演じすることは仮想人格を作り上げて表現することかもしれないし、あるいは現実の自己から選んだ一部の実験であるだけかもしれない^[21]。しかし、ゲームキャラクタの人格はすぐに形成されるものではない。長い時間あるゲームキャラクタを遊んでいるときに、プレイヤーはそのキャラクタを自己と同一視し始め、ゲームキャラクタが「感じていること」を感じるようになる^[20]。

前述の理論によれば、ゲームキャラクタの没入価値は、次々に可能な個人関係の体系を生み出していくゲームキャラクタのイメージを作り上げるような状況と関係している。プレイヤーはゲームキャラクタのロールプレイを積極的に行っていないかもしれない。しかし、世界を理解し、クエストに参加し、他のプレイヤーと交際していくうちにゲームキャラクタのイメージは現れ始める。このイメージは、ゲームキャラクタのスタイルや外見をカスタマイズすることによって、更に変化しうる。プレイヤーは時間を費やし、ゲームキャラクタと共に記憶に残るような冒険を共有する。もしプレイヤーがゲームキャラクタに共感するのならば、ゲームキャラクタに没頭することも出来る。時間の投資や感情移入のようなやり方は、作り上げたゲームキャラクタの質やゲームキャラクタと分かち合ったイベントなどについてプレイヤーに振り返って思い起こさせるようになるかも知れない。このような方法で、ゲームキャラク

タは感情的価値を得る。

3.4 価値要素の重ね合わせ

プレイヤーは明確で一番強い遊ぶための動機づけを持っているかもしれないが、だとしても全体的な動機づけは複数の要素にアーチをかけているのが普通である^[9]。ほとんどのMMOGが、ゲームを進めるために、複数の動機づけが達成されるように作られている。それは例えば、あるエリアでは低レベルのゲームキャラクターが生き残れないくらい強い敵がいるために、ゲームキャラクターを成長させる（達成）ことなく、世界を探検する（没入）のは難しい、といったことである。同様に、既に前で述べたとおり、クエストの多くがチームワークを促進するように作られているので、それ故ゲームキャラクターの成長とコミュニケーションは同様に重要なのである。なので、ゲームキャラクターの価値全体は、単一の価値構成からでは測ることが出来ないのである。

ゲームキャラクターの価値全体は、達成、社交性、没入の要素の和とみなすことが出来る（図1）。事例によると、一つかあるいは複数の価値要素が強調されている。このモデルを用いて、ゲーム活動とプレイヤーの好みが分析でき、ゲームコミュニティにおける価値の効果を潜在的なビジネスとして考えることが出来る。つまり、プレイヤーはゲームキャラクターのレベルを上げるのを嫌がっているかもしれないが、没入や社交性の動機づけのために達成の要素を満たさなければいけないとする。この場合、プレイヤーは退屈な達成の過程を通り過ぎる必要がないように、より高いレベルのゲームキャラクターを購入したいと思っているかもしれない。しかし、このような類いのチャンスは、他の価値要素がどのように見られているかということの反映であるかもしれない。ゲームキャラクターの価値はプレイヤーとゲームキャラクターのやり取りを通して形作られる個人的な関係を通してのみ、明らかになる。

プレイヤーとゲームキャラクターの関係は、多くのプレイヤーにとって、かなりの長い時間をかけて形成される。プレイヤーは通常多くの動機づけを体験し、少なくともこれらの動機づけを試してみようとする。ゲームキャラクターのある部分はプレイヤーにとっておおよそ取るに

図1 異なる価値要素のオーバーラップと全体の価値の統合（図は翻訳者が翻訳・改変）

足らないことであるかもしれないが、それでもなおゲームキャラクター全体のイメージに貢献している。例えば、あるプレイヤーはゲームキャラクターのためにキャラクターのレベルアップを購入するかもしれないが、このことは必ずしもゲームキャラクターのアイデンティティを異なったものにするわけではない。プレイヤーが他の価値要素に費やした時間全体こそがプレイヤーにとって重要なのである。プレイヤーとゲームキャラクターのやり取りは役割を形成し、その役割は、ゲーム世界の中に存在している間にプレイヤーが前提とする仮想自己となる。オンラインゲーム世界におけるゲームキャラクターの価値を維持しているのは、仮想自己なのである。

4. 価値の認識と構築の事例

この章では、MMOGにおいて様々な価値が作り上げられていくことについて、一連の事例を説明する。これらの事例は前述のプレイヤーの動機づけモデルに沿って整理されており、それぞれのケースはゲームキャラクターの価値を把握するために異なったアプローチを説明している。

4.1 達成価値

達成はゲームキャラクターの中に見出せるだろう。高いレベルのゲームキャラクターの武器と防具は変わっていき、そのゲームキャラクターが持っているアイテムは低いレベルのキャラクターは聞いたことがないようなものであり、強大な敵と戦える体力をゲームキャラクターは持っている。しかし、レベルの価値とはいったいなんだろうか？基本的には、全員が高いレベルになることが出来る。MMOGは、どちらかといえば容易にプレイできるが、その代わりに多くの時間と忍耐強さが要求される（少なくともゲームキャラクターを高レベルにすることに専念しているならば）。このことは、バーチャルな道具を売る機会を与えている。*Gamepal.com*のような会社はゲーム内で使用されるゲームキャラクターや金貨、その他の貴重品などを売買している。そのサービスは、*World of Warcraft*、*Everquest 2*、*Star Wars Galaxies*のような数多くの現行のMMOG、を対象としている。例えば、*World of Warcraft*の50から60レベルのゲームキャラクターを有したアカウントの値段は200ドルから400ドルの間であり、今のゲームキャラクターのレベルを上げたい場合には、望むレベルに応じておおよそ20ドルから300ドルの値段がつけられている。このように、プレイヤーがレベル上げを退屈な作業と思った場合は、プレイヤーはゲームキャラクターを成長させる時間を切り詰めることが出来るし、高いレベルのゲームキャラクターを必要とする行動への近道を作ることが出来る。

しかし、達成価値は得たレベルのみで測られるわけではない。その価値には、ゲームキャラクターそれ自身の成長によってもたどり着くことが出来る。プレイヤーは次のような成長からも純粋な楽しさを受け取ることが出来るだろう。「それは、成長したような幻想を与えてくれるんだ。分かっている。現実世界でのレベルアップのイライラする過程が嫌で、だから代わりにゲームをプレイしてレベルを上げてるんだ。頭の中の達成中枢にひびが入って、コカインみたいに快楽中枢に響いてるんだ」（男、34）^[22]。しかし、成長はまた、以下のように、他のプレイヤーからの認知度を高めるようになる。「基本的には、こういうゲームはゲームでの限

界まで強くなるために遊んでるんだ。一番いいアイテムが欲しいし、他の人たちには本当に自分のプレイスタイルを尊敬して欲しい。バーチャルなMMORPGの世界で、伝説になりたいんだ！」（男、25）^[22]。しかし、ゲームキャラクターのステータスをより良くチューニングする時間の代わりに、店でプレイヤーが買い物をしているときに、ゲームキャラクターの価値には何が生じているのだろうか？プレイヤーはそれでもゲームキャラクターを誇りに思っているのだろうか？あるいは、もっと重要なことだが、プレイヤーは楽しんでいるのだろうか？

遊びと仕事の境界は、達成の価値について考え始めたときにすぐに壊れてしまうようにみえる。プレイヤーがゲームキャラクターを成長させるために時間を費やすと決めたとき、そこで遊びが仕事になる可能性が高い。あるいは、以下のように競争心の強いプレイヤーが述べるようになるだろう。「強いままでありたいという欲求が、速く倒して、ミニマックスなやり方で、レアアイテムを手に入れたいと思わせてるんだ。そういうことは、それ自体は自分にとって重要なことじゃないし、本当はゲームにとっても重要じゃないって思うけど、強いままでいたいなら、楽しさを得るためには仕事をする必要があるんだ」（男、19）^[22]。この場合、ゲームの中での時折の楽しみという見返りを得るために自発的に仕事をするほどに、達成の価値は高いということになる。当然、プレイヤーはただ資源集めの骨の折れる部分を購入して、自分の時間をもっと楽しい活動に費やしただけである。これら全ての場合において、価値は見る人の目の中にあるのである。

4.2 社交性価値

MMOGのプレイヤーはゲーム内の関係に異なったアプローチをしている。ある人はそれをうわべだけのものと考えている一方で、他の人はそれらを現実世界での関係に類似したものと捉えている^[23]。プレイヤーがゲームで行ったアプローチは関係の築き方に影響する。あるプレイヤーはMMOGにおける関係の意義について以下のように述べている。「多くの点で共通点があり、同じレベルで、友情に同じものを探していて、クリックするだけだったので、ゲームの外でも友人になった

ような多くの友人をゲーム内で作った。私は、これはすごい意味があることだと言いたい。でも、ゲーム内で、ただ遊んでいる時間を過ごすだけの友人も沢山いて、彼らはチャットをするにはたわいなくて、楽しいけれど、でもゲームの外で彼らと付き合いたいという気にはならないな。そういう関係は、上辺だけの関係という風に分類してる。」(女, 22)^[23]。Yee^[23]によると、長期的なオンラインの友情を築くのは一般的であるとされている。調査結果によるとプレイヤーの40%が彼らのオンラインの友人を現実の友人に匹敵するか、あるいはそれ以上である、ということが分かっている。これは、バーチャルコミュニティにおいて与えられている社会的役割はゲームキャラクタの価値全体に非常に大きく加わっているということを明確に示唆している。多くのプレイヤーがよい友人を作り、あるものはオンラインの関係を通して恋愛関係を築いてさえいるようだ^[24]。

ギルドはMMOGにおいて組織的なプレイをするための構造としてかなり一般的なものである。ギルドはゲームコミュニティに慣れるための仲立ちとなる。ギルドを通じて、プレイヤーは様々なクエストに挑戦するための、普段の仲間を探すことが出来る。しかし、ギルドでの活動を通じて形成された普段の友人や、友情だけがギルドが提供すべき社交性価値なのではない。ギルドは調整されていくアクティブなコミュニティであり、様々な課題をこなすプレイヤーを必要としている。ギルド組織で活動的であることによって、プレイヤーは社会的スキルに磨きをかけることが出来るだけでなく組織をまとめることや、リーダーシップのようなスキルを学ぶことも出来る。あるプレイヤーがこのことを以下のように表現している。「昨年、前のリーダー（それは自分の現実世界での良い友人である）が去ったときに、自分が参加するギルドのリーダーに選ばれました。最初は、私は世界中から集まった100人ちょっとの人間を組織する能力について少し心配がありましたが、やってみたら、自分で思っていたよりも上手く組織できるということが分かりました。そして自分が交渉術とリーダーシップに長けているということも分かりました。この経験は私に能力を持っているように感

じさせ、自分についてのいいイメージを感じるようになりました。」(女, 34)^[25]。これは、MMOGが人生を変える効果を持ちうるということが示唆している。

恐らく、最も面白い事例は社交性価値の激しく、広く影響力のある効果を視野に入れたものだろう。例えば、ラフコスターの「*A Story About a Tree*」はMMOGは「単なるゲーム」ではないということの表れである^[26]。この事例では、Karynという名のプレイヤーがLegendMUDから失踪していることが分かり、彼女個人のウェブサイトが早急に確認されたのち、コミュニティは彼女が2ヶ月前に死んだということを理解した。このことはLegendMUDの中に深い悲しみを生み出した。無数のEメールがあり、追悼会があり、「In memory of Karyn」という銘を下げた木のある追悼のための公園さえもあった^[26]。実話か都市伝説かどうかに関わらず、実際には現実世界では全くプレイヤーにとって面識のない誰かがいなくなったという本当の切ない気持ちは、最大の個人的な価値である。プレイヤーの価値はコミュニティの価値となり、逆もまた同じである。

4.3 没入価値

動機づけモデルの没入要素の一部であるカスタマイズに関して、現在の価値構造はおおよそ単純なものとなっている。個人的な道具を集めるのに費やした時間や、追加で支払った金額のどちらでも、より個人的になる。アイテム課金の仕組みは、RuneScapeやHabbo Hotelのように、実際に確かなビジネスモデルとなっている。基本の会員登録は無料になっている一方で、追加で何かアイテムを現金で購入することが可能で、それによって皆とは異なったものになれる。たとえば、セカンドライフにおいては、アバタをカスタマイズするために（現実の）お金を払うことがある。ステファンソン^[8]のメタバースというサイエンスフィクションの考えは、アバタに割かれた予算を考えるに、年毎に現実化してきている。

最後の事例は恐らく具体化するのが一番難しく、それは没入という概念が、そもそも非常に心理学的であるからだ。しかし、MMOGにおいて潜在的な価値構

造の手がかりを与えてくれる幾つかの典型的な動向がある。筆者らの、*Gopher Tail Minstrels*（あるいはGTM）という、個人的な探検から議論を始めさせて頂く。GTMとは*Asheron's Call 2*の世界において、純粋に好奇心と、楽しみのためにパーティーを結成した吟遊詩人である、冒険者たちの集まりである。主な目的は、大抵は熱心な群集と一緒に生じるのだが、興行にあるのではなく、純粋な経験値稼ぎのための戦闘の外側で、何らかのロールプレイングをすることである。演奏を数ヶ月行ったのち、遠くにあり荒れ果てた土地に向かって数多くの探検を行い。そしてデータ（すなわち、スクリーンショット）をずっと集め、遊ぶ動機は褪せていった。しかし、GTMの記憶は決して消えなかった。悲劇的なサーバークラッシュののち、唯一生き残ったスクリーンショットは遠い昔の日々の証拠品として残っている。追加する映像があれば、その値段は驚異的なものになるだろう。なぜなら、他にGTMの日々のしっかりとした証拠になるものがないからである。

実のところ、*Gopher Tail Minstrels*の事例は全く特殊なものではない。自分のゲームキャラクタを失うということは多分単なるバーチャルな人工物を失ったこと以上の出来事なのである。そして、人はこのような状況に対して強い反応を示す。「2006年の12月25日、びっくりするようなことに気がついたんだ。山積みのプレゼントなんかじゃない。自分のWorld of Warcraftのキャラクタがもういないってことに気がついたんだ。こう言われるかもしれない。『たかがテレビゲームでしょ、何が大変なんだ？』って。でも、一つのキャラクタに286日もかけたとしたら、これは大変なことだよ」^[27]。このプレイヤーは、彼自身の証拠に照らし合わせて、加害者のグループを訴える準備をしていた。彼は次のように続ける。「今は楽しくなってきた。この件を扱ってくれる法律事務所を探しているんだ。286日間の人生を盗んだことでこの男を訴えるんだ。彼についての全てがわかるのに、2000ドルかかったよ。」この場合、価値は単なる思い出ではない。お金では買えない何かにまで育っている。

5. 考察

前述の事例は、ビジネスと、プレイヤーがゲームキャラクタを通じて個人的な価値を作ることによって、ある程度の実用的な予見を与える。ビジネスの面では、MMOGはバーチャルなアイテムを売ることの新たな扉が開かれている。副次的なビジネス（例えば、オークションや、ゴールドファームや、レベルアップなど）はMMOGの元々の経済モデルに全て追加されている。仮想世界は、もはや既存のコンピュータシステムの中には縛られない。現実世界とのクロスオーバーは定着している。

ゲームキャラクタの面では、MMOGはプレイヤーに個人的に作られるアイテムを提供している。一定のやり方で遊ぶ必要はなく、予め定まったゲームキャラクタの育て方に従う必要もない。プレイヤーはそういったものを自分自身で選ぶことが出来る。プレイヤーは、外見、振る舞い、技能、その世界での好きな相手との社会的なネットワークを作ることが出来る。その世界はバーチャルな領域での単なる遊び場ではなく、今や新たな生活を作る可能性を与えてくれる世界である。

それ故、MMOGは、MMOGの領域において、急速にゲーム内の社会へ我々が移行することを急速に進める。人々はゲームと遊び方を修得しなければならないので、基礎的な情報通信技術とインターネットスキルでは十分ではなくなるだろう。ゲームキャラクタが価値を得るにつれて、ゲームキャラクタの日常生活における役割の重要性が増してくる。加えて、人々は仮想経済の構造とビジネスモデルについても修得する必要があるかもしれない。それは、現実の経済から受け、そして現実の経済に与える波及効果についてと共に修得しなければならない。MMOGの外側でバーチャルな資産のやり取りのなされている流通市場と、目新しいが役立てるのが難しい価値の連鎖は、研究者にも実践者にも興味深い課題を与えている。同様に、仮想自己についての問題も、仮想世界において遊びと仕事がどのように並存しているのかという課題を与えてくれる。

だが、もっとも強力なMMOGの進化の結果は、仮想世界が有している持続性の度合いであろう。しかし、

実質的な時間としてMMOGは現在のところ5年から15年という制限された寿命がある。MMOGのキャラクタを集積するものや、毎年最新のゲームキャラクタを保存できるようなシステムをもし持っていたとすれば、何が結果として起こるのだろうか？プレイヤーは自分のキャラクタをさらに大事にしやすいかもしれない。同時に、ゲームキャラクタはもっと洗練されたバーチャルな存在に進化するだろう。プレイヤーはコミュニケーションのための表現手段というだけではなく、自己表現にも関わる仮想的な肉体を容易に手に入れるようになる。

最後に、何がオンラインゲームコミュニティにおける仮想自己の価値なのかという疑問が多面的な問題として残っている。価値の感じ方はプレイヤーによって大きく異なっているので、この問題に対して明確な解決法はない。しかし、動機づけのフレームワークを通して、またMMOGの中で操作する中心的なツールとしてのゲームキャラクタの役割を説明することによって、立ち表れるはっきりとした価値の構造を示すことが出来る。将来のビジネスモデルとゲームデザインがこれらの基本的な価値の要素を利用することが出来るのなら、MMOGが進展する余地はあるだろう。変化にとんだ別の価値構造と投資の個人的なやり方を選ぶための明瞭なオプションがあることによって、オンラインゲームは本当に将来のサイバースペースやメタバースとなるだろう。その場所で、プレイヤーは仮想的な身体を容易にすることが可能であり、自己表現などを介する必要がある自分の願望を、その身体をツールとして用いて達成するのだ。

謝辞

本研究はEU IST Presence 2 Project IPCityの援助を受けている。

文 献

- [1] Anshe Chung Studios (2006) Anshe Chung Becomes First Virtual World Millionaire. (Referenced 27th of January, 2007). Online: <http://www.anshechung.com>
- [2] (BusinessWeek online (2006) My Virtual Life -Virtual World, Real Money.(Referenced 17th January, 2007) Online: http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982002.htm
- [3] BBC News (2006) China's full-time computer gamers. (Referenced 27th January, 2007). Online: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/5151916.stm>
- [4] TheObserver (2005). They play games for 10 hours - and earn £ 2.80 in a 'virtual sweat-shop'. (Referenced 27th January, 2007). Online: <http://observer.guardian.co.uk/international/story/0,6903,1436411,00.html>
- [5] Washington Post Online (2005). Virtual Gaming Economy. (Referenced 27th January, 2007). Online: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/discussion/2005/09/13/DI2005091301150.html>
- [6] BBC News (2005) Fantasy fuels games with finances. (Referenced 27th January, 2007). Online: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4543212.stm>
- [7] Gibson, W. (1984) *Neuromancer*. Victor Gollancz Ltd.
- [8] Stephenson, N. (1992) *Snow Crash*. Bantam Books, New York, NY.
- [9] Yee, N. (2006). Motivations of Play in Online Games. *CyberPsychology and Behavior*, Vol. 9, No. 6: 772-775.
- [10] Caillois, R. (1961) *Man, Play and Games*. University of Illinois Press, USA.
- [11] Huizinga, Johan (1955) *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. Beacon Press.
- [12] Csikszentmihalyi, M. (2002) *FLOW. The Classic Work of How to Achieve Happiness*. Mackays of Chatham, plc, Chatham, Kent, England.
- [13] Rouse, R. (2000) *Game Design: Theory & Practice*. Wordware Publishing, Inc., Plano, Texas.
- [14] Aarseth, E. (2001) Computer Game Studies, Year One. *The International Journal of Computer Game Research(online)* 1(1).
- [15] Friedl, M. (2003) *Online Game Interactivity Theory*. Charles River Media, Inc, USA.
- [16] Gygax, G. & Arneson, D.L. (1974) *Dungeons and Dragons [role playing game rulebooks]*. TSR, Lake Geneva, WI.
- [17] Salen, K. and Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play-Game Design Fundamentals*. Massachusetts Institute of Technology.
- [18] Jakobson, M. and Taylor, T.L. (2003). The Sopranos Meets EverQuest: Social Networking in Massively Multiplayer Online Games. *In Proceedings of the 2003 Digital Arts and Culture (DAC) conference*, Melbourne, Australia, 81-90.

-
- [19] Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E., and Moore, R. (2006) "Alone Together?" Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games. In *Proceedings of CHI 2006- Games and Performances*. April 22-27, Montréal, Québec, Canada, pp. 407-416.
- [20] Fine, G. (1983) *Shared Fantasy - RolePlaying Games as Social Worlds*. The University of Chicago Press, USA.
- [21] Turkle, S. (1999). Cyberspace and Identity. *Contemporary Sociology*, Vol. 28, No. 6: 643-648.
- [22] Yee, N. (2005). "In Their Own Words: The Achievement Component" from "The Daedalus Project" by Nick Yee. (Referenced 29th January, 2007). Online: <http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001300.php>
- [23] Yee, N. (2003a). "Are MMORPG Relationships Meaningless?" from "The Daedalus Project" by Nick Yee. (Referenced 29th January, 2007). Online: <http://www.nickyee.com/daedalus/archives/000632.php>
- [24] Yee, N. (2003b). "Inside Out" from "The Daedalus Project" by Nick Yee. (Referenced 24th January, 2007). Online: <http://www.nickyee.com/daedalus/archives/000523.php>
- [25] Yee, N. (2002). "Growth and Transfer: Through the Looking Glass" from "Mosaic: Stories of Digital Lives and Identities" by Nick Yee. (Referenced 29th January, 2007). Online: <http://www.nickyee.com/mosaic/growth.html>
- [26] Bartle, R. (2003) *Designing Virtual Worlds*. Prentice Hall, p. 741.
- [27] My Crazy Blog (2006) Some Bastard Hacked My World of Warcraft Account. (Referenced 29th of January, 2007). Online: <http://www.fundular.com>