

## ゲームプレイ動画を取り巻くコミュニティと消費行動について —Taylorの視聴動機から—

松崎 秋桜

2019年にWHOによりゲーム障害が国際疾病として認定された。日本国内でも2020年に香川県ネット・ゲーム依存症対策条例が施行され、中国でも政府が未成年を対象としてオンラインゲームのプレイ時間を制限するなど、ゲームを社会的に抑制する動きがある。一方で、プロゲーマーの認知度の高まりや、SNSとデジタルゲームの相性の良さなどから、ゲームプレイを推進するような動きもみられる。単にゲームをプレイするだけでなく、ゲームプレイ動画市場も拡大傾向にある。ゲームへの社会的関心の高まりとともに、単純なプレイに留まらない、多様な関わり方が確立し始めているのである。

先行研究では、主にゲームプレイ動画の配信者や、ゲーム関連イベントの企画者など、コンテンツを発信する側へのインタビューから、ゲームプレイ動画を取り巻くコミュニティを考察しているが、それらを受容する視点からの研究はあまり進んでいない。また、プレイ動画の共有に際して生じるコミュニティや関係性の研究には、個人の語りからより深く消費体験の共有のあり方を探る必要があると考えた。したがって、本研究では、ゲームプレイ動画が市場として、またコミュニティとして成長する中で、プレイ動画による消費体験の共有に着目し、質的調査を通じた個人の経験や語りからゲームと消費者の関係、コミュニティ、文化を明らかにすることを目的とする。

本研究では、ゲームプレイ動画の視聴習慣がある方を対象に、半構造化インタビューを実施した。新型コロナウイルス感染症流行の影響で対面での調査が難しいため、今回はすべてzoomもしくはLINE通話を用いた。

本研究ではTaylorの先行研究で示されている視聴動機をもとに、視聴理由、視聴とプレイの関係、コミュニティについて分析を行い、主に以下4点のことがわかった。①先行研究の枠組みにとどまらない様々な視聴スタイルが見られた。また、それらはゲーム自体のジャンル、ゲームプレイ動画のジャンル、動画のシーンによってその時々に変化していた。②実体験とプレイ動画の視聴による追体験の差異は、プレイに伴う感覚のみならず、“ゲームはプレイするものである”という固定観念から、視聴のみであたかもゲームそれ自体を消費したような気になることを良しとしない感覚が生まれていた。③視聴者から見た配信者の立場やインターネット文化、特有のマナーの存在が明らかになった。④配信者中心の文化が成り立ちつつあり、アイドル文化として浸透している「推し」にも通じるようなコミュニティが存在している。

(指導教員 照山絢子)