

58. 「ゲーム化」する日常生活(1)： 反復→自動化

| | |
|---|--------------------------------|
| In 2020, it was reported | 2020年、それが報じられた |
| that the video game industry had grown bigger | ビデオゲーム産業は大きくなったことが |
| than both the music and movie industries combined. | 音楽産業と映画産業を合わせたよりも |
| In the 1980s and 1990s, | 1980年代や1990年代は |
| video games were typically considered a minor pastime, | ビデオゲームは概してマイナーな娯楽だと考えられていた |
| enjoyed mostly by children, teenagers, | 主に楽しんでいたのは、子供や10代の若者や |
| and a small group of dedicated fans. | 一部の少数の熱心なファンだった |
| Back then, the idea | 当時は、考えは |
| that games might one day exceed movies or music in popularity | ゲームがいつか人気の点で映画や音楽を超えるかもしれないという |
| was unthinkable. | 考えられなかった |
| But now, video games form a central part | だが今、ビデオゲームは中心的な部分となっているのである |
| of mainstream entertainment and culture. | 主流の娯楽と文化の |
| As video games have risen in popularity | ビデオゲームの人気の上昇するにつれて |
| over the past few decades, | 最近20～30年で |
| certain aspects of games have begun to be applied | ゲームのある側面が応用され始めた |
| to other areas of society. | 社会の他の分野にも |
| One might even say | …とさえ言う人もいるかもしれない |
| that our lives have become “gamified” to some extent. | 私たちの暮らしはある程度まで「ゲーム化されて」きたと |
| What this means is that … | このことが意味するのは…ということだ |
| features we associate with gaming | 私たちがゲームから連想する特徴は |
| – challenges, reaching goals, competition, rewards – | つまり、難題、目標達成、競争、報酬など |
| have been introduced and applied to various areas | さまざまな分野に導入され、応用されている |
| of work and our personal lives. | 仕事や私たちの私生活の |