

Damian Gałuszka
(Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie)

Gold farming – wstępna rozprawa na podstawie studium przypadku polskiego gold farmera

STRESZCZENIE

W niniejszym tekście omówione zostało zjawisko gold farmingu. Gold farming to praktyka polegająca na zarabianiu realnych pieniędzy w przestrzeni wirtualnej. Podejmują ją najczęściej gracze gier MMORPG, czyli komputerowych gier fabularnych rozgrywanych w trybie wieloosobowym. Gromadząc wirtualną walutę lub cyfrowe przedmioty, nabywają oni dobra, których wartość może być mierzona w prawdziwych pieniądzach. Poprzez komercjalizację własnej zabawy, gold farmerzy łączą praktyki ludyczne z pracą. Rozważania pogłębia studium przypadku polskiego gold farmera.

SŁOWA KLUCZOWE: gold farming, wirtualne światy, gry sieciowe, MMORPG, World of Warcraft, gospodarka cyfrowa

SUMMARY

Gold farming – preliminary dissertation on the basis of Polish gold farmer case study

In this text there will be discussed the phenomenon of gold farming. It is the practice of earning real money in virtual space, most frequently

taken by MMORPG players, that is computer role-playing games played in multiplayer mode. By collecting a virtual currency or digital items, they acquire goods, which value can be measured in real money. Through the commercialization of their own play, gold farmers combine ludic practices with work. Considerations are deepened by the case study of Polish gold farmer.

KEYWORDS: gold farming, virtual worlds, online games, MMORPG, World of Warcraft, digital economy

Technologia może być katalizatorem zmiany społecznej. Jej odpowiednie wykorzystanie, połączone z innymi czynnikami, otwiera szereg nowych możliwości i stanowi podstawę dla zaistnienia niespotykanych wcześniej fenomenów¹. Niezwykle ciekawym zjawiskiem, mocno łączącym świat ludzkich praktyk, technologii i dwóch – jak może się wydawać – przeciwstawnych rzeczywistości (fizycznej i wirtualnej), jest zjawisko gold-farmingu, które przedstawię w niniejszym artykule. Moją analizę rozszerzy studium przypadku gold farmera, które przygotowałem na podstawie wywiadu pogłębionego, jaki zrealizowałem z osobą, która przez wiele lat trudniła się farmingiem w grze MMORPG *World of Warcraft* (Blizzard, 2004).

Czym jest gold farming?

Swoje rozważania chciałbym rozpocząć od wyjaśnienia podstawowego pojęcia, jakim dla tego tekstu jest termin *gold farming*. W tym celu odwołam się do dwóch definicji znanych badaczy gier komputerowych, Radosława Bomby i Mirosława Filiciaka. Bomba definiuje *gold farming* jako zjawisko

zarabiania realnych pieniędzy przez graczy MMORPG poprzez handel wirtualnymi przedmiotami i/lub świadczenie przez nich komercyjnych usług w świecie gier za realne pieniądze².

1 Por. P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli Historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006, s. 24.

2 R. Bomba, *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*, Toruń 2014, s. 301.

Z kolei Filiciak przedstawia definicję, która mówi nam nieco więcej o samym procesie handlu wirtualnymi przedmiotami. Badacz uważa, że *farmienie* jest określeniem dla:

procederu polegającego na wielokrotnym powtarzaniu przez gracza takich samych czynności w celu uzyskania korzyści. Z reguły polega to na powielaniu przynoszącego korzyści schematu, np. ciągłym zdobywaniu w tym samym miejscu takich samych przedmiotów i późniejszego odsprzedawania ich innym graczom³.

Wymienione definicje wskazują na kluczowe cechy *gold farming*u. Jest to aktywność, w której ramach dochodzi do wymieszania kategorii pracy i zabawy, a także nasycenia przestrzeni gry wideo stosunkami typowymi dla życia codziennego (a konkretnie działalnością handlową). W praktyce *farmienie* cyfrowych dóbr jest czynnością wysoce schematyczną i powtarzalną, a efektywność działań danego *farmera* (czyli gracza, który trudni się *gold farming*iem) zależy od posiadanych przez niego umiejętności – co w zasadzie sprowadza się do kwestii opanowania pewnego schematu rozgrywki w konkretnej grze sieciowej. W jaki sposób *farming* jest urzeczywistniany? Zdaniem Radosława Bomby *gold farming* może być realizowany poprzez⁴:

- Sprzedawanie bogactw pochodzących ze świata gry – metoda najstarsza, polega głównie na sprzedawaniu cyfrowej waluty, stanowiącej podstawowy środek płatniczy w wirtualnym świecie.
- *Power-leveling* – proces, w którego ramach *farmer* gra czyjąś postacią w celu zdobycia określonego poziomu rozwoju. Po osiągnięciu umówionego poziomu postać wraca do pierwotnego właściciela, a *farmer* otrzymuje ustaloną zapłatę (w formie wirtualnej waluty lub w pieniądzu rzeczywistym). *Power-leveling* wiąże się z zagrożeniem utraty postaci, ponieważż jej właściciel musi udostępnić dane konta (login, hasło).
- Sprzedawanie przedmiotów – cyfrowe przedmioty pozwalają na minimalizowanie ograniczeń wpisanych w wirtualny świat, przykładowo umożliwiają⁵: zmianę wyglądu i współczynników awatara (postaci, którą kieruje gracz) czy uzyskanie prawa do zarządzania fragmentem świata przedstawionego, na przykład wirtualną posiadłością.

3 M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, Warszawa 2006, s. 126.

4 R. Bomba, dz. cyt., s. 312.

5 M. Codogni, *Wirtualizacja życia społecznego a produkty wirtualne*, „Zagadnienia Techniczno-Ekonomiczne” tom 50 (2-3/2005), s. 224, <<http://journals.bg.agh.edu.pl/ZAGADNIENIA/50-2/50-2-02.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).

- Sprzedaż postaci – farmer rozwija postać do wysokiego poziomu, a następnie sprzedaje dostęp do konta, z którym jest powiązany dany bohater. Cena za konto bywa uzależniana od poziomu postaci oraz posiadanych przez tę postać przedmiotów i dodatków (waluty, ekwipunku)⁶.
- Najemnictwo – grupa farmerów eskortuje gorzej rozwiniętą postać do wyjątkowo wymagającej lokacji w grze, dzięki czemu postać ta zbiera duże ilości punktów doświadczenia (zazwyczaj niezbędnych do rozwoju postaci) oraz pojawiających się tam – najczęściej cennych – przedmiotów.

Powyższa lista ilustruje poziom skomplikowania i specjalizacji omawianej działalności. W zależności od samej gry i jej zasad, gold farmerzy mogą realizować kilka strategii postępowania.

W przedstawionej typologii pojawia się pojęcie wirtualnego świata, warto je wyjaśnić. W tym celu odniosę się do słów Edwarda Castronovy – jednego z bardziej znanych badaczy wirtualnych ekonomii. W jednym ze swoich artykułów, Castronova pisze o świecie syntetycznym, znanym „szerzej jako MMORPG (ang. *Massively Multiplayer Online Role-playing Games* – masowe wieloosobowe gry sieciowe *role-playing*)”⁷, których przykładem jest wspomniany we wstępie artykułu *World of Warcraft*. Badacz kontynuuje, że są to

środowiska, które pozwalają ludziom na podjęcie pewnych działań – na polowanie, socjalizację, eksplorację, produkowanie i konsumowanie dóbr oraz prowadzenie mniej lub bardziej pełnego, bogatego i urozmaiconego życia. (...) [Niektórzy gracze – DG] podchodzą do świata wirtualnego jak do alternatywnej rzeczywistości i przeznaczają znaczącą część swojego czasu na przebywanie w nim⁸.

Powyższy opis wskazuje, iż wirtualne światy mogą z powodzeniem zastępować czy też uzupełniać – przynajmniej w pewnych aspektach – rzeczywistość fizyczną, a poziom ich skomplikowania, w połączeniu z populacją graczy szacowaną na przynajmniej kilkanaście milionów osób⁹, gwarantuje warunki do powstania rynku cyfrowych dóbr.

6 E. Dziwok, *Rynek gier wirtualnych MMO i jego wpływ na bank centralny*, „Nauki o Finansach = Financial Sciences” nr 2 (19/2014), s. 118, <http://www.dbc.wroc.pl/Content/26143/Dziwok_Rynek_gier_wirtualnych_MMO.pdf> (dostęp: 13.09.2015).

7 E. Castronova, *O wirtualnych ekonomiach*, [w:] *Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi*, pod red. M. Filiciaka, Warszawa 2010, s. 272.

8 Tamże.

9 Por. S. Hill, *MMO Subscriber Populations*, 2012, <<http://www.alteredgamer.com/pg-gaming/35992-mmo-subscriber-populations/>> (dostęp: 13.09.2015) oraz MMOData.net,

Dlaczego gracze handlują dobrami cyfrowymi?

Dlaczego część graczy decyduje się na sprzedaż generowanych zasobów? Jaki typ motywacji może kryć się za taką decyzją? Osobiście chciałbym zwrócić uwagę na takie kwestie jak: chęć monetyzacji wysiłku, jaki gracz wkłada w daną grę, możliwość wymiany posiadanej nadwyżki wirtualnych dóbr (np. na kartę prepaid, która umożliwia przedłużenie subskrypcji w grze MMORPG dystrybuowanej w modelu abonamentowym) czy też przymus ekonomiczny. W ostatnim przypadku mam na myśli *chińskich farmerów* (ang. *Chinese farmers*), czyli osoby głównie narodowości chińskiej (stąd nazwa), które pracują na tak zwanych *farmach złota* (ang. *gold farms*)¹⁰. Są to prywatne przedsiębiorstwa, zatrudniające gold farmerów w trybie zmianowym, którzy 24-godziny na dobę generują cyfrowe dobra w najpopularniejszych grach MMORPG¹¹. Efekt pracy farmerów – w większości młodych mężczyzn, którzy nie posiadają większego doświadczenia zawodowego oraz lepszych perspektyw zatrudnienia – jest słabo opłacany (zarabiają od około 40 do 200 dolarów na miesiąc)¹². Chińskie złoto trafia głównie na rynki zachodnie, gdzie mieszkają gracze, którzy są skłonni wydawać prawdziwe pieniądze na swoje hobby¹³.

W tym miejscu warto zastanowić się nad motywacją graczy, którzy inwestują prawdziwą gotówkę w przedmioty i waluty pozbawione fizycznej reprezentacji. W celu omówienia tej kwestii chciałbym odwołać się do właściwości wirtualnych światów, które cechują się¹⁴: natychmiastowością (ang. *immediacy*), interaktywnością (ang. *interactivity*), ciągłością (ang. *persistence*) oraz uspołecznieniem/wspólnotowością (ang. *socialization/community*). W praktyce oznacza to, iż wirtualne życie w grach MMO odbywa się w czasie rzeczywistym, a fakt obecności (zalogowania) danego gracza w przestrzeni gry nie wpływa na trwanie wirtualnego uniwersum. Takie światy pozwalają na dość duży zakres interakcji. Zarówno pomiędzy graczem a elementami świata przedstawionego (np. wspomniana

Total MMORPG Subscriptions and Active Accounts listed on this site, 2015, <<http://users.telenet.be/mmodata/Charts/TotalSubs.png>> (dostęp: 13.09.2015).

10 G. Jin, *Chinese Gold Farmers in the Game World*, „Consumers, Commodities & Consumption” nr 7 (2/2006), <<http://csrn.camden.rutgers.edu/newsletters/7-2/jin.htm>> (dostęp: 01.07.2015).

11 Tamże.

12 Tamże.

13 D. Barboza, *Ogre to Slay? Outsource It to Chinese*, 2005, dostępny: <<http://www.nytimes.com/2005/12/09/technology/ogre-to-slay-outsource-it-to-chinese.html>> (dostęp: 13.09.2015).

14 Por. B. Book, *Moving Beyond the Game: Social Virtual Worlds*, „State of Play 2 Conference” 2004, dostępny: <<http://deby.net/FILES/3d/ARTICLES/moving%20beyond%20the%20game%20-%20social%20virtual%20worlds.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).

możliwość zakupu posiadłości, gromadzenia i modyfikowania zasobów w celu wytwarzania nowych przedmiotów – popularny *crafting*, czyli „rzemiosło”), jak i pomiędzy grającymi. W tym ostatnim przypadku ważną kwestią są funkcje społeczne gier MMO, w których ramach bardzo często dochodzi do powstania grup i wspólnot graczy (gildie, klany), którzy wzajemnie eksplorują przestrzeń danej gry. Taka wspólnotowa forma rozgrywki może prowadzić do formowania się więzi pomiędzy obcymi sobie ludźmi, a w konsekwencji rozszerzenia znajomości na świat fizyczny. Wyżej nakreślona struktura w połączeniu z dominującymi sposobami prezentacji w grach MMO (obecnie korzysta się z graficznych interfejsów użytkownika – ang. *Graphical User Interface*¹⁵ – oraz grafiki trójwymiarowej, dzięki czemu wirtualne światy stają się coraz bardziej szczegółowe, zróżnicowane i bliższe rzeczywistości fizycznej) oraz ich architekturą (przestrzeń w grach sieciowych jest współdzielona w czasie rzeczywistym – ang. *shared space*¹⁶ – pomiędzy tysiącami, a niekiedy nawet dziesiątkami tysięcy¹⁷, użytkowników, dodatkowo twórcy tego typu światów często decydują się na ograniczanie dostępu do danych obszarów – np. poprzez wymóg osiągnięcia odpowiedniego poziomu rozwoju postaci czy jakości posiadanego przez nią wyposażenia), prowadzi do sytuacji, w której sukcesy gracza są w dużym stopniu uzależnione od czasu, jaki dana osoba poświęca na uczestnictwo w wirtualnym życiu. Co więcej, inaczej niż w wielu innych gatunkach gier, MMO nie umożliwia „wstrzymania” rozgrywki. Gracz, który nie jest zalogowany na serwerze, niejako zostaje w tyle w stosunku do tych osób, które pojawiły się w grze. Niekiedy taka sytuacja bywa wykorzystywana przez producentów, którzy decydują się na dystrybucję gry w modelu abonamentowym¹⁸. W wyniku wyżej opisaney – jak pozwolę sobie stwierdzić – presji obecności, wielu graczy decyduje się na zakup wirtualnych dóbr: złota, które pozwala na szybsze zdobycie niezbędnych czy pożądaných przedmiotów (ewentualnie kupują sam przedmiot) lub gotowych postaci (co w sposób znaczący zmniejsza zakres wysiłku, jaki trzeba przeznaczyć na budowanie kapitału awatara). Podobnym rozwiązaniem jest skorzystanie z usługi *power-levelingu*, o której już pisałem. Przeciętny gracz z Ameryki Północnej czy Europy

15 Tamże.

16 Tamże.

17 B. Drain, *EVE Online smashes PCU record during anniversary celebrations*, 2013, <<http://www.engadget.com/2013/05/06/eve-online-smashes-pcu-record-during-anniversary-celebrations/>> (dostęp: 13.09.2015).

18 Por. M. Nowicki, *Charakterystyka i wybrane mechanizmy finansowania sektora gier komputerowych – na świecie i w Polsce*, „Zarządzanie i Finanse” nr 1 (4/2013), s. 373-374, <http://zif.wzr.pl/pim/2013_1_4_24.pdf> (dostęp: 13.09.2015).

to osoba dojrzała, w wieku około 35 lat¹⁹, uwikłana w liczne zależności o charakterze rodzinnym czy zawodowym. W związku z tym część z nich ułatwia i uprzyjemnia sobie rozgrywkę w grach sieciowych, oszczędzając przy okazji czas wolny. Zamiast angażować się w powtarzalne i żmudne czynności (będące nieodłącznym elementem mechaniki wielu gier MMORPG²⁰), gracz może skorzystać z usług gold farmera lub pośredników. Kończąc rozważania na temat motywacji graczy do zakupu wirtualnych dóbr, chciałbym zwrócić uwagę na jeszcze jedno zagadnienie. Chodzi o możliwości wzbudzania społecznej aprobaty wśród innych graczy, którą można oprzeć na symbolach statusu społecznego. W przypadku omawianych gier MMORPG takim symbolem może być wyjątkowo rzadki przedmiot, potężny artefakt czy nawet ogólnie rozumiany poziom postaci. Wydaje się, że wraz z rozwojem gier w warstwie prezentacji, symbole statusu zyskują na znaczeniu, co ma związek ze wzrastającym poziomem oprawy audio-wizualnej gier. Taki rodzaj motywacji powinien być szczególnie bliski graczom, których moglibyśmy określić mianem społeczników (lub też poszukiwaczy towarzystwa, ang. *socialisers*). Zgodnie z klasyczną już typologią graczy Richarda Bartle'a (badacz wyróżnia cztery typy graczy: społeczników, zabójców, zdobywców i odkrywców)²¹, ten typ charakteryzuje się nastawieniem na interakcje z innymi ludźmi, a uczestnictwo w grze traktuje jako sposób na rozszerzanie siatki kontaktów społecznych. W ich wypadku rozwój postaci może wpływać na pozycję w grupie czy możliwość nawiązywania (podtrzymywania) kontaktów.

Historia gold farmingu

Po przedstawieniu podstawowych pojęć oraz motywacji ludzi do udziału w handlu dobrami cyfrowymi, chciałbym przejść do zagadnienia historii gold farmingu. W tym celu należy cofnąć się już do lat 80. XX wieku. Jak twierdzi Richard Bartle, zjawisko sprzedawania wirtualnej

19 Por. Entertainment Software Association, *Essential Facts About The Computer And Video Game Industry 2015*, dostępny: <<http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>> (dostęp: 13.09.2015) oraz Ipsos MediaCT, *Videogames in Europe: Consumer Study*, 2012, <http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf> (dostęp: 13.09.2015).

20 A.E. Traper, *Gry MMORPG – cechy, możliwości, zagrożenia*, „Media i Społeczeństwo” nr 1 (2011), s. 191, <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/180_taper.pdf> (dostęp: 13.09.2015).

21 R. Bartle, *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*, 1996, <<http://www.arcade-theory.org/wp-content/uploads/2014/03/1996bartle.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).

własności sięga roku 1987, kiedy to w grach typu MUD – ang. *Multi-User Dungeon*, czyli komputerowa gra fabularna rozgrywana przez internet za pomocą interfejsu tekstowego²² – doszło do pierwszych prób sprzedaży wirtualnych postaci za prawdziwe pieniądze²³. Z racji ograniczeń ówczesnych gier sieciowych (chodzi przede wszystkim o cykliczny reset gry, ubogą bazę użytkowników, a także uproszczoną reprezentację graficzną), gracze próbowali handlować głównie bohaterami lub też oferowali usługę power-levelingu²⁴. Dopiero rozwój – jak podaje Castronova²⁵ – trzech elementów:

- łącz – co należy rozumieć jako rozwój internetu i sieci bezprzewodowych,
- interfejsów – za którymi kryją się nowoczesne rodzaje komunikacji za pośrednictwem, np. głosowej,
- treści – oznaczających nowe zawartości (rozwiązania) na rynku gier i w samych grach MMO,

umożliwił powstanie bardziej skomplikowanych gier wideo i ekspansję zjawiska sprzedaży wirtualnych dóbr. Nowsze gry cechowały się przede wszystkim graficznym interfejsem użytkownika, daleko szerszym zakresem możliwych do podjęcia aktywności oraz możliwością zrzeszenia coraz większej ilości graczy. Przykładami takich produkcji mogą być: *Ultima Online* (EA, 1997), *EverQuest* (SOE, 1999), *Lineage II* (NCsoft, 2003) czy wreszcie *World of Warcraft*. W rozważaniach nad historią omawianego zjawiska, warto też pamiętać o spadających kosztach dostępu do internetu i sprzętu komputerowego, co umożliwiło „prywatyzację” uczestnictwa w grach sieciowych. Radosław Bomba wyróżnia trzy etapy rozwoju gold farmingu²⁶:

1. Etap amatorski (1987-2001) – działalność pojedynczych amatorów lub grup sporadycznie zajmujących się tą działalnością,
2. Etap profesjonalizacji (2001-2005) – wyodrębnia się grupa zawodowców, którzy utrzymują się z gold farmingu.
3. Etap pełnego urynkowienia (2005-2008) – pojawiają się pośrednicy w handlu wirtualnymi dobrami, zaczyna funkcjonować zjawisko outsourcingu taniej siły roboczej z Azji.

Ogólnie rzecz biorąc, cały ten proces polegał na przejściu od nietypowych i okazjonalnych działań innowatorów – jak moglibyśmy nazwać

22 MUD (RPG), [w:] *Wikipedia*, <[http://pl.wikipedia.org/wiki/MUD_\(RPG\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/MUD_(RPG))> (dostęp: 13.09.2015).

23 D. Hunter, *The Early History of Real Money Trades*, 2006, <http://terranoa.blogspot.com/terranoa/2006/01/the_early_histo.html> (dostęp: 13.09.2015).

24 Tamże.

25 E. Castronova, dz. cyt., [w:] *Światy z pikseli...*, pod red. M. Filiciaka, Warszawa 2010, s. 286-288.

26 R. Bomba, dz. cyt., s. 306.

tych pierwszych handlarzy – do zorganizowanej branży oferującej wirtualne dobra i usługi za realne pieniądze – co jest określane mianem RMT (ang. *real money trading*)²⁷. Według szacunków (z 2009 roku) wielkość rynku RMT to około dwa miliardy dolarów rocznie i wartość ta stale rośnie²⁸. Jakie czynniki warunkowały tak spektakularny rozwój tej branży? Jeżeli chodzi o same wirtualne światy, to tutaj kluczowe znaczenie odegrał, wspominany już, rozwój gier wideo. Zwyczajnie z roku na rok wzrastał poziom ich skomplikowania zarówno w warstwie audiowizualnej, struktury rozgrywki jak i architektury przestrzeni²⁹. Trudno sobie wyobrazić rozwinięty rynek handlu wirtualnymi przedmiotami w realiach gier tekstowych, w których świat przedstawiony ogranicza się tylko i wyłącznie do kombinacji znaków na ekranie. Kolejny czynnik wpływający na rozwój omawianego zjawiska to rosnące znaczenie cyberprzestrzeni. Edward Castronova zauważa, że z czasem coraz więcej osób zaczęło poświęcać swój czas na życie w wirtualnych światach³⁰, przez co zaczęli oni generować całkiem duży poziom kapitału, gromadząc zasoby (takie jak złoto, przedmioty czy postaci) o realnej wartości rynkowej. Część osób postanowiła spieniężyć efekty swojej aktywności w grze, a szybki wzrost liczby fanów gier sieciowych ułatwił im to. Gracze zaczęli też coraz częściej łączyć się we wspólnoty, popularnie nazywane klanami czy gildiami. W 2001 roku Castronova ocenił, że wartość PKB w *Norrath* (wirtualnym świecie gry *EverQuest*, o której wcześniej wspominałem) wyniosła 135 milionów dolarów (2266 dolarów per capita), co – w porównaniu do realnych gospodarek – uplasowało go na 77 miejscu na świecie³¹. Co więcej, badacz ten wskazuje na niezwykle ważną cechę wirtualnych przedmiotów, która wpisuje się w postmodernistycznie rozumianą ekonomiczną teorię wartości³². Castronova utrzymuje, iż wartość przedmiotu nie zależy od jego obiektywnych cech, ale raczej od tego, jaką wartość przypisują mu ludzie – zazwyczaj subiektywną i tworzoną w umysłach uczestników wolnego rynku³³. Z tego też powodu nie ma znaczącej różnicy pomiędzy

27 N. Ryan, *Gold Trading Exposed: Introduction*, 2009, <<http://www.eurogamer.net/articles/gold-trading-exposed-introduction-article>> (dostęp: 13.09.2015).

28 Tamże.

29 Por. A. Pitrus, *Miejsca zabawy. O przedstawieniach przestrzeni w grach wideo*, [w:] *Olbrzym w cieniu. Gry wideo w kulturze audiowizualnej*, pod red. A. Pitrusa, Kraków 2012, s. 20.

30 E. Castronova, dz. cyt., [w:] *Światy z pikseli...*, pod red. M. Filiciaka, Warszawa 2010, s. 272-273.

31 E. Castronova, *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*, „CESifo Working Paper Series” nr 618 (2001), s. 33, <http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID294828_code020114590.pdf?abstractid=294828&mirid=1> (dostęp: 13.09.2015).

32 E. Castronova, dz. cyt., [w:] *Światy z pikseli...*, pod red. M. Filiciaka, Warszawa 2010, s. 277.

33 Tamże.

drogocennym kamieniem, np. diamentem, a wyjątkowo rzadkim i cennym przedmiotem z dowolnej gry sieciowej. Oba te przedmioty mogą być obiektem pożądania, poświęcenia (czasu i wysiłku) czy wreszcie transakcji z wykorzystaniem realnej waluty.

W tym miejscu chciałbym napisać nieco więcej o roli infrastruktury sieciowej w rozwoju gold farmingu. Ważnym momentem było pojawienie się portali aukcyjnych z eBay'em na czele, który wystartował w roku 1995. Richard Heeks twierdzi, że już w drugiej połowie lat 90. premierom kolejnych gier MMORPG towarzyszyło powstawanie aukcji na eBayu, na których gracze oferowali wirtualne dobra³⁴. Rozwój e-commerce ułatwił i przyspieszył procedurę wymiany własności cyfrowej. Doskonale to obrazuje popularny portal Allegro. Przykładowo wpisanie frazy „gold” w dziale Gry, skutkuje wyszukaniem prawie 1000 ofert (głównie Kup teraz). Wiele z nich umożliwia zakup pakietów złota dla takich gier MMORPG jak *World of Warcraft*, *Guild Wars 2* (NCsoft, 2012), *Aion* (NCsoft, 2008) czy *Tibia* (CipSoft, 1997).

Pod koniec lat 90. XX wieku doszło do popularyzacji gier sieciowych w Azji (Korea Płd., Chiny), a w konsekwencji rozwoju gold farmingu na tym obszarze³⁵. W tym przypadku szczególne znaczenie odgrywa aspekt kulturowy (w postaci ogromnej liczby młodych ludzi chętnych do zabawy przez sieć, którzy posiadali niezbędne umiejętności praktyczne i niewielkie oczekiwania finansowe) oraz infrastrukturalny (chodzi o szybki rozwój szerokopasmowego dostępu do internetu oraz powstanie bardzo dużej ilości kafejek internetowych)³⁶. To właśnie kafejki internetowe, konkretne miejsca w przestrzeni fizycznej, gdzie młodzi ludzie spotykali się by wspólnie spędzać czas, były miejscem organizacji wielu wirtualnych wspólnot, klanów czy gildii. Zdaniem Radosława Bomby koreańskie kafejki stanowiły istotne miejsce w procesie przejścia do etapu pełnego urynkwienia omawianego zjawiska³⁷. Jego zdaniem właściciele kafejek, osoby posiadające niezbędny kapitał w postaci sprzętu i szerokopasmowego dostępu do Internetu, byli założycielami pierwszych farm złota³⁸. Dość szybko południowokoreańskie farmy zaczęły korzystać z usług młodych Chińczyków, a z czasem ten pomysł na biznes został zaadoptowany

34 R. Heeks, *Current Analysis and Future Research Agenda on "Gold Farming": Real-World Production in Developing Countries for the Virtual Economies of Online Games*, 2008, s. 4, <http://www.seed.manchester.ac.uk/medialibrary/IDPM/working_papers/di/di_wp32.pdf> (dostęp: 13.09.2015).

35 Tamże, s. 5.

36 Tamże.

37 R. Bomba, dz. cyt., s. 308-309.

38 Tamże.

w samym Państwie Środka, co doprowadziło do powstania wielu farm w całym kraju³⁹.

Rozwój gold farmingu kończy etap pełnego urynkowania, kiedy w pierwszej dekadzie XXI wieku na Zachodzie pojawiły się przedsiębiorstwa, zajmujące się pośrednictwem pomiędzy azjatyckimi farmerami a graczami z Zachodu⁴⁰. Na licznych stronach internetowych (m.in. www.ige.com; www.good4game.com; www.gamersloot.net), gracze z całego świata mogą sprzedawać i kupować cyfrowe dobra, pochodzące z wielu różnych gier (nie tylko MMORPG). Twórcy tych portali podkreślają szybkość i bezpieczeństwo dokonywanych transakcji oraz całodobowy dostęp do usługi, o czym informują potencjalnych klientów w zakładkach „O nas” (ang. *About Us*) na swoich witrynach internetowych.

Rozwój branży RMT sprawił, że farmy złota zaczęły pojawiać się w innych państwach⁴¹: Meksyku, Rumunii, Rosji, Indonezji, Indiach, Filipinach czy Malezji. Wydaje się, czego przykładem jest raport z rumuńskiej farmy w Caracal⁴², iż schemat działania tego typu przedsiębiorstw jest bardzo podobny. Tzn. opiera się on głównie na modelu taniej siły roboczej – prostej pracy realizowanej przez młodych ludzi za stosunkowo niewielkie wynagrodzenie⁴³. Taka forma działalności zapewnia rentowność farmom złota, gdyż koszt wygenerowania cyfrowych dóbr jest niższy od ceny, jaką płacą kupcy w państwach rozwiniętych gospodarczo. Jeżeli chodzi o farmy złota, to wydaje się, że taka zorganizowana forma RMT nigdy nie osiągnęła większej popularności w Polsce. Niestety, o ile światowy – a w szczególności azjatycki – rynek cyfrowych dóbr doczekał się kilku opracowań naukowych czy publicystycznych, tak trudno doszukać się analizy polskiego odpowiednika. Ten wątek wykracza poza ramy niniejszej pracy, dlatego chciałbym tylko go zasygnalizować. Doszukując się początków polskiego rynku dóbr cyfrowych pochodzących z gier, warto zwrócić uwagę na forum internetowe mmorpg.pl. Jest to miejsce zrzeszające fanów gier z gatunku MMORPG. Z analizy dostępnych archiwów wynika, że już w 2002 roku niektórzy gracze oferowali swoje konta i zdobyte przedmioty w takich grach jak⁴⁴: *Ultima Online*, *Dark Age of Camelot* (*Mythic*

39 D. Barboza, dz. cyt.

40 R. Bomba, dz. cyt., s. 309.

41 Por. R. Heeks, dz. cyt., s. 11-12.

42 T. Thompson, *They play games for 10 hours – and earn £2.80 in a “virtual sweatshop”*, 2005, <<http://www.theguardian.com/technology/2005/mar/13/games.theobserver>> (dostęp: 13.09.2015).

43 Tamże.

44 Por. *Trade Board*, <<http://mmorpg.pl/viewforum.php?f=30&start=9600>> (dostęp: 13.09.2015).

Entertainment, 2001) czy *EverQuest*. Z pewnością należy też przyjrzeć się grze *Tibia*. Jest to tytuł, który przez wiele lat cieszył się dużą popularnością wśród polskich graczy. Dowodzą temu oficjalne statystyki, z których wynika, że w 2009 roku Polacy stanowili jedną z pięciu najliczniejszych grup narodowościowych wśród fanów tej gry sieciowej (spośród 1,3 miliona zarejestrowanych kont 296 935 należało do Polaków)⁴⁵. W archiwum jednego z największych polskich for internetowych poświęconych *Tibii* (forum.tibia.pl), znajdziemy wpis z 2003 roku, w którym pojawia się zachęta do handlu postaciami na portalu Allegro⁴⁶ czy dyskusje graczy o zagrożeniach związanych z zakupem kont premium (tzw. PACC) za prawdziwe pieniądze⁴⁷. Wydaje się, że ewentualny projekt analizy polskiego gold farmingu powinien rozpocząć się od próby nawiązania kontaktu z wieloletnimi administratorami czy moderatorami wspomnianych witryn. Z pewnością można takie osoby potraktować jako ważnych informatorów czy swego rodzaju *gatekeeperów*. Z *Tibią* związane jest też odmiennie zagadnienie uzależnienia od gier sieciowych. Jednym z przejawów dyskusji na ten temat – która kilka lat temu przetoczyła się przez polskie media – jest artykuł pt. *Tibia jak narkotyki*, w którym pojawiają się dane istotne dla podejmowanego przeze mnie zagadnienia. Z tekstu wynika⁴⁸, że w 2006 roku sprzedaż postaci z gry *Tibia* zapewniała zyski na poziomie kilkuset złotych. W artykule pojawiają się też wzmianki o *World of Warcraft*. Autorzy podali informacje o cenie za 500 jednostek złota pochodzącego z tej gry, która wynosiła 150 zł. Jeżeli zestawimy te doniesienia z archiwalnymi aukcjami z 2007 roku⁴⁹, to okaże się, że taka suma jest całkiem prawdopodobna. Dla porównania w dniu 13 września 2015 roku odbywało się 58 aukcji na portalu Allegro, a na części z nich oferowano złoto do *World of Warcraft* w cenie od 1,00 zł do 1,99 zł za 1000 jednostek. Widzimy więc dramatyczny spadek wartości złota pochodzącego z tej gry, co szerzej omówię w kolejnym fragmencie artykułu.

45 *Statistics*, 2009, <<http://www.tibia.com/news/?subtopic=newsarchive&id=995>> (dostęp: 13.09.2015).

46 Wpis *SPRZEDAZ POSTACI*, <<http://www.forum.tibia.pl/showthread.php?p=11961>> (dostęp: 13.09.2015).

47 Wpis *plalnosc za pacc*, <<http://www.forum.tibia.pl/showthread.php?t=737>> (dostęp: 13.09.2015).

48 J. Tacik, G. Rudynek, *Tibia jak narkotyki*, <<http://metro.gazeta.pl/metro/1,50145,3290608.html>> (dostęp: 13.09.2015).

49 Por. Aukcje na portalu Allegro dostępne w: <<http://archiwumallegro.pl/search/28081601-wow-gold.html>> (dostęp: 13.09.2015).

Studium przypadku gold farmera

W celu pogłębienia prezentowanego omówienia, chciałbym przedstawić studium przypadku gold farmera. Studium powstało na podstawie wywiadu swobodnego, który przeprowadziłem z osobą posiadającą ośmioletnie doświadczenie farmienia w *World of Warcraft*. Celem tego badania było poszerzenie wiedzy kontekstowej o perspektywę polskiego gold farmera – osoby handlującej wirtualnymi dobrami pochodzącymi z gier MMORPG, ale jednocześnie niezaangażowanej w opisany wcześniej schemat uczestnictwa w tej działalności. Dobór rozmówcy miał charakter celowy, a obrana strategia pojedynczego studium przypadku pozwala na „poznanie okoliczności występowania zjawisk, odkrycie ich przyczyn i kierunku zależności między nimi”⁵⁰. Chciałbym podkreślić, iż przedstawiona niżej analiza ma charakter eksploracyjny i należy ją traktować jako punkt wyjścia do dalszych badań nad polskimi gold farmerami.

Mój rozmówca to mężczyzna w wieku 25 lat, do niedawna student jednej z Państwowych Szkół Zawodowych, zamieszkujący w mieście średniej wielkości. Przygoda Artura⁵¹ z *World of Warcraft* (w dalszej części artykułu będę używał akronimu WoW) zaczęła się w szkole średniej. Do gry zachęcił go jego znajomi, którzy wcześniej wkroczyli do *Azeroth* (taką nazwę nosi wirtualny świat WoW). Jak podkreślił mój rozmówca: „nie zacząłem grać po to, by zarabiać”, co wskazuje, że jego motywacja do uczestnictwa w grze miała podstawy o charakterze społecznym. Można więc stwierdzić, w odniesieniu do opisanej typologii graczy Richarda Bartle’a, że w początkowym etapie kontaktów z WoW Artur wpisywał się w typ społecznika, a kwestia zarobku nie była przedmiotem jego zainteresowania. Jednak po kilku miesiącach rozgrywki mój rozmówca zauważył, że kumulowane przez niego dobra (złoto, przedmioty) można spieniężyć. Co więcej, doszedł on do wniosku, że uczestnictwo w świecie WoW nie musi generować tylko i wyłącznie kosztów⁵², a „gra może zarabiać na siebie”. Wspomniane zarabianie polegało głównie na sprzedaży złota w celu zdobycia funduszy na opłatę miesięcznego abonamentu. W praktyce wyglądało to tak, że Artur przekazywał wirtualne złoto swoim starszym znajomym, a oni

50 P. Wójcik, *Znaczenie studium przypadku jako metody badawczej w naukach o zarządzaniu*, „Ementor” nr 1 (48/2013), <<http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/48/id/983>> (dostęp: 13.09.2015).

51 Imię badanego zostało zmienione.

52 *World of Warcraft* – to pierwsza gra MMORPG, która zgromadziła ponad 10 milionów aktywnych użytkowników. Co więcej, według danych opublikowanych przez firmę Blizzard – twórców *World of Warcraft* – ponad 100 000 000 osób zagrało w tę produkcję od momentu jej premiery w roku 2004. Warto zaznaczyć, że jest to gra wykorzystująca model abonamentowy, co oznacza, że jej fani muszą opłacać miesięczny abonament w wysokości około 15 dolarów.

kupowali dla niego karty prepaid, przedłużające ważność konta o 30 dni. Ważnym momentem w historii mojego rozmówcy było ukończenie szkoły średniej. Już na początku studiów okazało się, że ilość kumulowanego *golda* (popularne wśród graczy określenie złota) jest tak duża, że wystarcza nie tylko na opłacanie subskrypcji, ale i handel z innymi graczami. Studia nie zabierały Arturowi zbyt wiele czasu, dzięki czemu mógł spędzać więcej godzin w grze – najczęściej na tak zwanych rajdach⁵³ (ang. *raids*) – więc doszedł on do pragmatycznego wniosku, że „kasa zawsze się przyda”. Był to dla niego impuls do zintensyfikowania swoich działań i początek, jak można to określić, przejścia na wyższy poziom wtajemniczenia. Zaczął on poznawać zasady rządzące ekonomią *World of Warcraft*, szukać odpowiedzi na pytanie o potrzeby innych graczy (przykładowo tworzył lub pozyskiwał te przedmioty, których zdobycie wiązało się z koniecznością poświęcenia dużych nakładów czasu i wysiłku) czy wreszcie poznawać mechanizmy manipulacji cenami w domu akcyjnym *WoW*. Konsekwencją tych działań było generowanie wyższych przychodów. W trakcie wywiadu Artur wprost przyznał: „na początku wydaje ci się, że farmisz”, a dopiero po zapoznaniu się z „tipami” (czyli bardziej wyszukаныmi sposobami farmienia), można zacząć zarabiać wyższe kwoty pieniędzy. Mój rozmówca podał przykłady sprzedaży 120 przedmiotów w tydzień po 10 złotych za sztukę (na Allegro) oraz zysków na poziomie 700 złotych dziennie (za sprzedaż złota na Allegro) w momencie pojawienia się nowego rozszerzenia (dodatku) do *WoW*. Wyżej opisany proces można potraktować jako przykład wzbogacania kapitału growego gold farmera. Pojęcie *kapitału growego* (ang. *gaming capital*) zostało zaproponowane przez Mię Consalvo, która nawiązując do pojęcia kapitału kulturowego Pierre’a Bourdieu, stworzyła kategorię, w której skład wchodzi: wiedza, doświadczenie i pozycja danego gracza⁵⁴. Kapitał growy gracza wynika z jego wcześniejszych doświadczeń rozgrywki, umiejętności czy specyfiki przyswajanych treści (o charakterze marketingowym czy publicystycznym)⁵⁵. Opisany kapitał wpływa na to „jak gracze oceniają, korzystają i rozmawiają o grach wideo”⁵⁶. W poruszonym przeze mnie przypadku gracz zdecydował się przekształcić posiadany (i stale rozwijany) kapitał growy na kapitał ekonomiczny.

53 Rajdy w grze *World of Warcraft* polegają na grupowych zmaganiach, w których trakcie drużyna licząca od 10 do 25 graczy eksploruje specjalny obszar wirtualnego świata (nazywany instancją), a na końcu podejmuje walkę z głównym przeciwnikiem, tak zwanym *bossem*. Por. *Chapter III Playing Together*, 2015, <<http://eu.battle.net/wow/en/game/guide/playing-together>> (dostęp: 13.09.2015).

54 M. Consalvo, *Cheating: Gaining Advantage in Video Games*, Cambridge 2007, s. 4.

55 Tamże.

56 Tamże.

W trakcie wywiadu poruszyłem kwestię roli infrastruktury sieciowej dla prowadzonej przez Artura działalności. We wcześniejszej części artykułu wspominałem, iż jest to ważny aspekt rozwoju zjawiska gold farmingu. Mój rozmówca potwierdził te tezy, stwierdzając, że „ludzie chcą mieć golda od razu”. Ten wymóg natychmiastowości ma związek z opisanymi już cechami światów wirtualnych. W trakcie rozmowy okazało się, że w polskich realiach dużą zmianę wniósł system płatności PayU, który nie tylko sprawił, że handel złotem na Allegro stał się bezpieczniejszy, ale przede wszystkim szybszy. Kilkugodzinne oczekiwanie na potwierdzenie przelewu nie ma większego sensu w realiach wirtualnych światów i ich gospodarek, ponieważ w tym czasie gracz może pożyczyć gold od znajomych lub samemu go wyfarmić. Dzięki PayU sprzedawca niemal natychmiast otrzymuje potwierdzenie dokonania wpłaty przez klienta, a w konsekwencji może zdecydowanie szybciej przekazać złoto kupującemu. Oczekiwanie szybkiej transakcji jest tak duże, że sprzedawcy złota muszą udostępnić w swoich aukcjach status dostępności (może go symbolizować żółte słoneczko komunikatora GG – dawniej GaduGadu). Gold „ma być od ręki”, a dla niektórych kupujących nawet 30 minut czekania jest nie do zaakceptowania. Zazwyczaj taki klient nie czeka i korzysta z oferty konkurencyjnego sprzedawcy, co w przypadku popularnych gier nie stanowi większego problemu. Ważna jest też wiarygodność konta na Allegro. Sprzedawcy dbają o to, aby nie pojawiały się komentarze negatywne – na profilu Artura znajdują się tylko pozytywne opinie. Pewną metodą na sprawdzenie sprzedawcy jest zakup niewielkiej ilości złota, na przykład 1000 jednostek. Jeżeli taka transakcja przebiegnie pomyślnie, to kupujący zyskuje poczucie, że ma do czynienia z rzetelnym farmerem.

Wyżej nakreślony obraz farmingu jednoznacznie wskazuje, iż jest to zajęcie niezwykle angażujące, a niekiedy przyjmujące formę aktywności zawodowej. Podobnie było w przypadku mojego rozmówcy, który stwierdził, iż w pewnym momencie granie w WoW było dla niego pracą i to wręcz całodobową. Jeżeli klient miał życzenie dokonać zakupu w środku nocy, to miał taką możliwość, ponieważ Artur był w stanie poświęcić sen (co nie zawsze się opłacało, ponieważ niektórzy kupujący decydowali się na zakup małych ilości złota, na przykład 1000 jednostek za zaledwie dwa złote) i dokonać transakcji o każdej porze i niemal z każdego miejsca. Pomocne w tym były nowoczesne technologie, takie jak smartfon i mobilny dostęp do internetu, które umożliwiły koordynowanie transakcji w takich sytuacjach jak wykład na uczelni. Dla Artura kluczowym, wręcz przejściowym, momentem było uświadomienie sobie, że na grze w WoW można zarabiać i po rozpoczęciu przygody z gold farmingiem w zasadzie nie rozważał innych ścieżek kariery. Jak przyznał: „gdybym miał wybierać pracę w swoim mieście na śmieciówce, to wołałbym siedzieć przed

monitorem.” Średnie zarobki Artura, jak powiedział, oscylowały w okolicach pensji minimalnej w Polsce – czyli były to kwoty w wysokości nieco ponad 1000 złotych, a najwyższa jednorazowa sprzedaż wyniosła 400 zł. Z kolei największym osiągnięciem mojego rozmówcy było wyprzedanie całego zapasu golda w jeden dzień, co oznaczało zysk na poziomie 1000 zł i miało związek z premierą dodatku do WoW pt. *Mists of Pandaria* w 2012 roku. Pojawienie się długo oczekiwanego rozszerzenia sprawiło, że wielu graczy zdecydowało się na powrót do *Azeroth* i zakup niezbędnego do gry golda. Jednak tym, co stanowiło przewagę gold farmingu nad innymi formami pracy, była możliwość łączenia różnych aktywności i brak zwierzchników. Artur przekonywał, że „sam był sobie szefem”, co więcej, łączył farmienie z innymi czynnościami, takimi jak: oglądanie filmów, słuchanie audiobooków czy muzyki. Dla mojego rozmówcy były to strategie radzenia sobie z monotonią farmienia. Oczywiście Artur – inaczej niż opisani wcześniej profesjonalni gold farmerzy – nie mógł liczyć na stały poziom dochodów. Ma to związek ze zmianami, jakie zachodzą w świecie *Azeroth* i dominującą rolą producenta gry, czyli w tym wypadku firmy Blizzard.

Twórcy gier MMORPG posiadają zupełną dowolność w jej kształtowaniu. Pełnią oni funkcję organu nadzorczego, banku centralnego i ostatecznej instytucji odwoławczej⁵⁷. Zdaniem mojego rozmówcy firma Blizzard w pewnym momencie „zniszczyła ekonomię” swojej gry poprzez wprowadzenie nowego systemu garnizonów. Mówiąc w dużym skrócie, garnizon jest czymś w rodzaju prywatnej „farmy” każdego gracza. Wraz z jej rozbudową, uzyskuje on dostęp do pewnego zasobu surowców, przydzielanych każdego dnia. Wcześniej te same surowce należało zdobywać w świecie gry poprzez jego eksplorację – wymagało to pewnego poświęcenia. Zdaniem mojego rozmówcy, aktualnie w WoW „każdy wszystko ma”. Jeżeli dodamy do tego dużą inflację złota⁵⁸ w świecie WoW, to okaże się, że osoby takie jak Artur – który określił swoją działalność mianem „małej manufaktury” – tracą możliwość efektywnego handlu wirtualnymi dobrami, a realne zyski mogą generować tylko zorganizowane grupy farmerów bądź osoby, które farmią przy pomocy wielu postaci. Z jego słów wynika, że obecnie byłby w stanie generować około 6000 sztuk złota w ciągu trzech godzin. Jeżeli zestawimy tę liczbę z aktualnymi cenami golda na portalu Allegro, które wynoszą około 1,00-1,99 zł (dane z dnia 13 września 2015 roku), to otrzymamy

57 Por. E. Dziwok, dz. cyt., s. 120.

58 Zagadnienie inflacji w wirtualnych ekonomiach jest zbyt skomplikowane, by mogło być omówione w tym tekście. Dlatego zainteresowanych odsyłam do ciekawego filmu na ten temat: *Extra Credits, Extra Credits – MMO Economies – How to Manage Inflation in Virtual Economies*, 2014, <<https://www.youtube.com/watch?v=W39TtF14i8I>> (dostęp: 13.09.2015).

sumę 6-12 złotych. Artur stwierdził, że taka stawka godzinowa jest zdecydowanie za niska. W trakcie rozmowy przyznał, że woli zarabiać 10 euro za godzinę w Irlandii, gdzie aktualnie przebywa i pracuje.

W podsumowaniu wywiadu mój rozmówca stwierdził, że lata spędzone na zdobywaniu i sprzedaży cyfrowych dóbr to dla niego czas stracony. Jak sam powiedział, „ja sobie tego w CV nie wpiszę, (...) co mogę napisać, że byłem sprzedawcą na Allegro, tak?” Artur ma zamiar wrócić do gry w *World of Warcraft* po powrocie z zagranicy. Co prawda stracił kontakt ze znajomymi, którzy przez ostatnie kilka lat byli członkami jego gildi, ale podjął on już pierwsze kroki w odbudowaniu relacji z tymi osobami. W ten sposób mój rozmówca chce powrócić do – jak sam powiedział – sedna gry WoW, czyli jej funkcji społecznych i wspólnej rozgrywki z innymi ludźmi.

Podsumowanie

W krótkim podsumowaniu chciałbym podkreślić ważną kwestię. Zjawisko gold farmingu jest skomplikowane i dotyka wielu aspektów świata fizycznego i wirtualnego, a także różnych kontekstów życia. Niestety, z racji oczywistych ograniczeń, niektóre wątki musiałem pominąć, inne przedstawiłem jedynie w sposób powierzchowny. Mam jednak nadzieję, że przedstawiona analiza poszerzy wiedzę osób zainteresowanych poruszoną tematyką, a w szczególności zachęci część Czytelników do rozważań i badań nad obecnością i charakterem gold farmingu w Polsce.

BIBLIOGRAFIA

- Aukcje na portalu Allegro dostępne w: <<http://archiwumallegro.pl/search/28081601-wow-gold.html>> (dostęp: 13.09.2015).
- Barboza D., *Ogre to Slay? Outsource It to Chinese*, 2005, <<http://www.nytimes.com/2005/12/09/technology/ogre-to-slay-outsourc-it-to-chinese.html>> (dostęp: 13.09.2015).
- Bartle R., *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*, 1996, <<http://www.arcadetheory.org/wp-content/uploads/2014/03/1996bartle.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).
- Bomba R., *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*, Toruń 2014.
- Book B., *Moving Beyond the Game: Social Virtual Worlds*, „State of Play 2 Conference” 2004, <<http://deby.net/FILES/3d/ARTICLES/moving%20>

- beyond%20the%20game%20-%20social%20virtual%20worlds.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Castronova E., *O wirtualnych ekonomicach*, [w:] Światy z pikseli Antologia studiów nad grami komputerowymi, pod red. M. Filiciaka, Warszawa 2010, s. 271-301.
- Castronova E., *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*, „CESifo Working Paper Series” nr 618 (2001), s. 1-40, <http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID294828_code020114590.pdf?abstractid=294828&mirid=1> (dostęp: 13.09.2015).
- Chapter III Playing Together*, 2015, <<http://eu.battle.net/wow/en/game/guide/playing-together>> (dostęp: 13.09.2015).
- Codogni M., *Wirtualizacja życia społecznego a produkty wirtualne*, „Zagadnienia Techniczno-Ekonomiczne” tom 50 (2-3/2005), s. 221-226, <<http://journals.bg.agh.edu.pl/ZAGADNIENIA/50-2/50-2-02.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).
- Consalvo M., *Cheating: Gaining Advantage in Video Games*, Cambridge 2007.
- Drain B., *EVE Online smashes PCU record during anniversary celebrations*, <<http://www.engadget.com/2013/05/06/eve-online-smashes-pcu-record-during-anniversary-celebrations/>> (dostęp: 13.09.2015).
- Dziwok E., *Rynek gier wirtualnych MMO i jego wpływ na bank centralny*, „Nauki o Finansach = Financial Sciences” nr 2 (19/2014), s. 113-121, dostępny: <http://www.dbc.wroc.pl/Content/26143/Dziwok_Rynek_gier_wirtualnych_MMO.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Entertainment Software Association, *Essential Facts About The Computer And Video Game Industry 2015*, <<http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>> (dostęp: 13.09.2015).
- Filiciak M., *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, Warszawa 2006.
- Heeks R., *Current Analysis and Future Research Agenda on “Gold Farming”: Real-World Production in Developing Countries for the Virtual Economies of Online Games*, 2008, <http://www.seed.manchester.ac.uk/medialibrary/IDPM/working_papers/di/di_wp32.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Hill S., *MMO Subscriber Populations*, 2012, <<http://www.alteredgamer.com/pc-gaming/35992-mmo-subscriber-populations/>> (dostęp: 13.09.2015).
- Hunter D., *The Early History of Real Money Trades*, 2006, <http://terraronova.blogs.com/terra_nova/2006/01/the_early_histo.html> (dostęp: 13.09.2015).
- Ipsos MediaCT, *Videogames in Europe: Consumer Study*, 2012, <http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Jin G., *Chinese Gold Farmers in the Game World*, „Consumers, Commodities & Consumption” nr 7 (2/2006), <<http://csrn.camden.rutgers.edu/newsletters/7-2/jin.htm>> (dostęp: 13.09.2015).

- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli Historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006.
- MMOData.net, *Total MMORPG Subscriptions and Active Accounts listed on this site*, 2015, <<http://users.telenet.be/mmodata/Charts/TotalSubs.png>> (dostęp: 13.09.2015).
- MUD (RPG), [w:] *Wikipedia*, <[http://pl.wikipedia.org/wiki/MUD_\(RPG\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/MUD_(RPG))> (dostęp: 13.09.2015).
- Nowicki M., *Charakterystyka i wybrane mechanizmy finansowania sektora gier komputerowych – na świecie i w Polsce*, „Zarządzanie i Finanse” nr 1 (4/2013), s. 373-374, <http://zif.wzr.pl/pim/2013_1_4_24.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Pitrus A., *Miejsca zabawy. O przedstawieniach przestrzeni w grach wideo*, [w:] pod red. A. Pitrusa, *Olbrzym w cieniu. Gry wideo w kulturze audiowizualnej*, Kraków 2012, s. 19-29.
- Ryan N., *Gold Trading Exposed: Introduction*, 2009, <<http://www.eurogamer.net/articles/gold-trading-exposed-introduction-article>> (dostęp: 13.09.2015).
- Statistics*, 2009, <<http://www.tibia.com/news/?subtopic=newsarchive&id=995>> (dostęp: 13.09.2015).
- Tacik J., Rudynek G., *Tibia jak narkotyki*, <<http://metro.gazeta.pl/metro/1,50145,3290608.html>> (dostęp: 13.09.2015).
- Thompson T., *They play games for 10 hours – and earn £2.80 in a “virtual sweatshop”*, 2005, <<http://www.theguardian.com/technology/2005/mar/13/games.theobserver>> (dostęp: 13.09.2015).
- Trade Board*, <<http://mmorpg.pl/viewforum.php?f=30&start=9600>> (dostęp: 13.09.2015).
- Traper E., A., *Gry MMORPG – cechy, możliwości, zagrożenia*, „Media i Społeczeństwo” nr 1 (2011), s. 180-193, <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/180_taper.pdf> (dostęp: 13.09.2015).
- Wójcik P., *Znaczenie studium przypadku jako metody badawczej w naukach o zarządzaniu*, „E-mentor” nr 1 (48/2013), <<http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/48/id/983>> (dostęp: 13.09.2015).
- Wpis *SPRZEDAZ POSTACI*, <<http://www.forum.tibia.pl/showthread.php?p=11961>> (dostęp: 13.09.2015).
- Wpis *platnosc za pacc*, <<http://www.forum.tibia.pl/showthread.php?t=737>> (dostęp: 13.09.2015).