

Et kvalitativ studie av deltagende fans ved TwitchCon 2016:

HVORFOR SPILLER DE IKKE BARE SELV?

Bruksmønster, relasjoner og forståelse av nettkultur tilknyttet
direktesendt videokringkastingsplattformen Twitch.tv.



Julia Beate Bådsvik

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Våren 2017

Sammendrag:

Denne masteroppgaven handler om bruk av fellesskap på og forståelse av nettkultur relatert til videostrømningsplattformen Twitch. Jeg har undersøkt bruksmønsteret og bruksmønsterets betydning for deltakende fans sine opplevelser av fellesskap, sammenlignet med tradisjonelle underholdningsmedier, hvordan informantene beskriver sine relasjoner, og hvilken rolle nettkulturen spiller inn på informantenes opplevelse av plattformen. Jeg har gjennomført en kvalitativ studie med ti dybdeintervjuer, utvalget består av ti informanter. Alle informantene er deltakende fans ved konvensjonen tilknyttet Twitch (TwitchCon 2016) i San Diego, California. Alle informantene er født mellom 1980 og 1994 og deltar på konvensjonen som fans. Utvalget må sies å være homogent, da det består av åtte hvite menn, i tillegg til én hvit kvinne og én afroamerikansk mann. Alle informantene er single, med unntak av én (hvit) mann.

Studien viser at det er en rekke måter å være passiv og aktiv på Twitch. Noen av disse bruksmåtene har likhetstrekk med tradisjonelle underholdningsmedier som fjernsyn, både med og uten publikumsdeltakelse. Relasjonene som bygges på plattformen føles i mange tilfeller veldig ekte for individene, på grunn av toveiskommunikasjonen i sanntid. Studien viser også at det er mangfold i fellesskaper, og at man ikke nødvendigvis verken forstår eller liker den overordnede nettkulturen, til tross for høy deltagelse på plattformen. Det viser seg at mangfoldet i fellesskap betyr at man kan finne meningsfull interaksjon og bygge relasjoner, selv om man ikke forstår eller ikke liker den overordnede nettkulturen.

Takk

Takk til min veileder Rune Klevjer for å ha veiledet meg gjennom oppgaven. Takk til Universitetet i Bergen som lot meg reise på deres regning til solfylte San Diego for å dra på konvensjonen, og intervju informanter. Takk til informantene mine som stilte opp og tolererte å bli intervjuet av en masterstudent med et heftig jetlag. Takk til Kristian og resten av forskningsgruppen for dataspillforskning, som har bidratt med både artikler, bøker, annen faglig input og (ikke nødvendigvis faglig) råd.

En spesiell takk til Carrie, Eirik, Emilie, Linn, Mariel, Marita, Michelle, Magnus, Monique, Odd-Kristian, Oskar, Siv og Veronica for uendelig mange motiverende ord. Takk til mamma og pappa, som alltid heier på meg uansett. Takk til Anna, Karin og Sara som alltid får meg til å tenke på noe annet når det er nødvendig. Takk til Adam og Ida som alltid stiller opp. Takk til Elin som lot meg ta fri fra jobb i hytt og pine for å gro fast på lesesalen. Det kan ikke sies nok, jeg setter så utrolig stor pris på dere, alle sammen.

Takk til Martin som en dag på lesesalen, mens jeg så på en kringkasting på Twitch samtidig som jeg forsøkte å skrape sammen en prosjektskisse om noe helt annet, spurte "*jammen, hvorfor spiller de ikke bare selv?*". Det var rett og slett et *grådig* godt spørsmål.

Takk til alle kringkasterne på Twitch, og publikummet som gjør plattformen til hva den er.

Julia Beate Bådsvik

Bergen, 8. juni 2017

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1: Introduksjon og bakgrunn	s. 5
1.1 Bakgrunn for tema	s. 5
1.2 Forskningsspørsmål / problemstilling	s. 6
1.3 Avgrensning	s. 6
1.4 Brukergenerert-innhold: chat og streaming	s. 7
1.5 Plattformen Twitch: brukervekst og brukerdemografi	s. 8
1.6 Spill-innhold på Twitch	s. 8
1.7 Å være på Twitch: å registrere og bruke en konto	s. 9
1.8 Kringkasting på Twitch	s. 10
1.9 Chat på Twitch	s. 13
1.10 Video on demand	s. 15
1.11 Tredjepartstjenester på Twitch	s. 15
1.12 TwitchCon	s. 15
1.13 Andre funksjoner på Twitch	s. 16
1.14 Oppsummering	s. 17
Kapittel 2: Teoretisk grunnlag	s. 18
2.1 Publikum i bruksstudier	s. 18
2.2 Publikum og tradisjonelle medier	s. 19
2.3 Publikum og dataspill	s. 23
2.4 Identitet	s. 25
2.5 Fan og fanidentitet	s. 27
2.6 Nettkultur: forståelse, fellesskap og deltakelse	s. 32
2.7 Annen forskning direkte tilknyttet Twitch	s. 39
Kapittel 3: Metode	s. 41
3.1 Kvalitativ metode	s. 41
3.2 Informantene	s. 44
3.3 Intervjuguide	s. 47
3.4 Intervjuene	s. 51
3.5 Arbeid etter intervju	s. 53
3.6 Etiske hensyn og betrakninger	s. 58
3.7 Konklusjon	s. 60
Kapittel 4: Analyse	s. 62
4.1 Presentasjon av informantene	s. 62
4.2 Å bli introdusert for Twitch	s. 70
4.3 Det passive publikum	s. 70
4.4 Aktivt publikum: fans og fellesskap	s. 78
4.5 Relasjoner til kringkastere	s. 89
4.6 Nettkultur	s. 96
Kapittel 5: Oppsummering av funn i analyse	s. 104
5.1 Twitch som underholdningsmedium	s. 105
5.2 Deltakelse og relasjonsbygging	s. 106
5.3 Mangfold i fellesskap og nettkultur	s. 110
5.4 Oppsummering av oppsummering	s. 110
Litteraturliste	s. 112
Vedlegg	
Vedlegg 1: Intervjuguide	s. 121
Vedlegg 2: Samtykkeskjema	s. 124
Vedlegg 3: Kringkaster-oversikt	s. 126
Vedlegg 4: Godkjennelse fra NSD	s. 128

Kapittel 1: Introduksjon

1.1 Bakgrunn for tema

“Hæ? Er det noen som ser på andre spille dataspill? Hvorfor spiller man ikke bare selv?”

Tenk deg av favorittprogrammet ditt sendes i to, fire, kanskje så mye som ti, tolv(!) timer hver eneste dag. I løpet av disse timene kan du samtidig engasjere deg i en lidenskapelig samtale, i sanntid, med andre fans og potensielt stjernen selv via en tekstbasert chat. For fans av kringkastere på Twitch.tv, en direktesendt videostrømningsplattform, er dette en reell mulighet.

Takket være teknologisk utvikling kan vi i dag se mer eller mindre hva som helst, når som helst. Web 2.0 har brakt oss sosiale plattformer med brukergenerert innhold som Twitch. En plattform hvor man kan se på andre, eller selv kringkaste, mens de spiller dataspill. Lansert i 2011 som en forgrening av Justin.tv (lansert 2007, avvirket 2014) fokuserer plattformen hovedsakelig på data- og videospill-innhold.

En personlig kringkaster, profesjonell League of Legends-spiller Lee “Faker” Sang-heyok, satte nylig en rekord for flest seere på samme tid for et enkelt individ med hele 241 100 seere, på Twitch (Howell 2017). Omkring store arrangement og turneringer er det ikke uvanlig at flere hundretusen seere strømmer til. Det har i noen anledninger blitt registeret som mange som over en million seere (Beck 2017 og Statista 2017). Selv rapporterer Twitch å ha over 100 millioner seere hver måned (Twitch Advertising udatert). Halvparten av brukerne tilbringer mer enn 20 timer på plattformen hver uke (ibid). Det er *mange* mennesker som ser *mye* på *andre* spille dataspill.

Twitch har blitt hyllet for å gjøre dataspill til en tilskuersport (Popper 2013), og en av plattformens populære kringkastere, Sean “Day[9]tv” Plott har foreslått at en av grunnene til plattformens suksess er på grunn av dedikerte fellesskap omkring kringkastere (Jacobs 2015). Sammen kan fellesskapene klare alt mulig, til og med å kollektivt gjennomføre *Pokémon* (Eadicicco 2014a).

Stadig kommer det nye rekorder, lignende artikler og utsagn. Det er med disse i tankene jeg ble motivert til å intervju et utvalg dedikerte fans, og undersøke hvorfor de velger å bruke en betydelig andel av sin fritid på å se andre spille dataspill i sanntid. Hvordan bruker de egentlig Twitch? Hva motiverer de til å fortsette sin bruk? Hva opplever de å få ut av sin bruk? Hvilke behov opplever de å få dekket? Opplever de noen følelsesmessig tilknytning til plattformen og dens brukere?

1.2 Problemstilling

Gjennom ti eksplorative, kvalitative dybdeintervjuer med et spesifikt utvalg informanter, dykker masterprosjektet inn i voksne fans sine erfaringer og opplevelser av den direkte sendte videostrømmingsplattformen Twitch. Forskningsprosjektet har som mål å utforske erfaringene informantene gjør seg, et publikum som tilbringer en markant andel av sin tid på plattformen ukentlig. Etter prosessen med utvalg har dette blitt ytterligere innsnevret til deltakere ved TwitchCon 2016, en konvensjon for kringkastere, fellesskap og fans på Twitch. Informantene er deltakere som ikke er kringkastere selv, og derav under fans av kringkastere og/eller dataspill. Jeg har valgt å legge vekt på hvordan disse informantene beskriver sine sosiale forhold innad i nettkulturen, både mellom seg selv (som fans) og kringkastere de følger, samt innad det omkringliggende fellesskapet og andre eventuelle fans som befinner seg på plattformen. På grunn av at informantene allerede er deltakere på konvensjonen er det nærliggende å spørre om fellesskap, siden de, med sin tilstedeværelse på TwitchCon, deltar i en fan-aktivitet relatert til Twitch.

Min problemstilling oppsummeres som:

- Hvilken betydning har TwitchCon-deltakeres bruk av Twitch for deres opplevelse av fellesskap?

Underspørsmål til problemstillingen er:

- Hva skiller bruk og forventninger til Twitch fra tradisjonelle medier?
- Hvordan beskriver informantene sine relasjoner på Twitch?
- Hvilken rolle spiller nettkultur inn på informantenes opplevelse av plattformen?

1.3 Avgrensing

Med tanke på begrenset tid for å få ferdigstilt masterprosjektet er det på tross av en eksplorativ tilnærming noen avgrensinger som er nødvendig for å holde oppgaven innenfor fornuftig lengde. Noen av avgrensingene var avklart i forkant av intervjuene og var en del av utvelgelsesprosessen. Andre avgrensinger har måtte bli tatt i ettertid av intervjuene, eller er et resultat av hva informantene har valgt å prate om eller belyse under intervjuene. Datamaterialet har vært svært rikt, og jeg har derfor valgt bort andre deler av materialet, som også kunne potensielt vært interessant å utbrodere om.

Forskningsprosjektet fokuserer hovedsakelig på tilskuere, ikke på kringkastere. Informanter som oppgir å kringkaste sporadisk, men som tilbringer minst 20 timer som tilskuer hver uke på plattformen, har blitt inkludert i studien. Tre informanter (Valborg, Jens og Ulf) har tidligere

kringkastet med et regelmessig og hyppig sendeskjema, men oppga i sine intervjuer at de ikke lenger kringkastet oftere enn sjeldent eller sporadisk, og har derfor fortsatt blitt inkludert i utvalget. Det kom frem under intervjuene at disse informantene av og til slet med å skille på sine erfaringer som tilskuer fra tidligere erfaringer som kringkaster. Potensielle informanter som oppgir å ha et fast kringkastingskjema har blitt definert som kringkastere, og ekskludert fra studien.

Funksjoner som ikke har blitt nevnt av informantene selv, eller som ble lansert etter første intervju (26. september 2016), vil ikke tatt hensyn til i analyse. Dette inkluderer bits og cheering, lojalitetsmerker, puls og nye inntektsmuligheter. Jeg vil kort forklare hva disse ulike funksjonene innebærer i slutten av kapittelet.

1.4 Brukergenerert-innhold: chat og streaming

På slutten av 1980-tallet ble IRC (Internet Relay Chat) en svært populær mediert kommunikasjon over nett (Hamilton m.fl., 2014, s. 1322; Reid 1991). Chattingen var tiltrekkelig på grunn av at den foregikk i sanntid, man kunne chatte med andre verden over uten forsinkelse, og er en av byggesteinene til Twitch i dag (ibid).

Etter oppblomstringen av det nye internett, Web 2.0, ble brukergenerert innhold svært populært. Tidligere krevde kringkasting i større grad tekniske ferdigheter og kostbart utstyr enn hva det gjør i dag. Streaming kan potensielt sammenlignes med en slags med gjør-det-selv-versjon av tradisjonell fjernsyn og kringkasting, en personlig mikrokanal hvor man selv lager innholdet som kringkastes (Bründl & Hes 2016). Internett i dag er den perfekte virtuelle verden for å skape brukergenerert innhold. Denne skapergleden tillater blomstring av interesser og muligheten til å (virtuelt) møte andre som deler denne gleden (Bründl & Hes 2016; Rheingold 1993). Streaming er ikke et nytt fenomen på internett og har eksistert på nett de siste 20 årene, og er populært for mange andre interessefelt utover gaming, men har i løpet av de siste årene blitt demokratisert og tilgjengeliggjort for så og si hvem som helst (Smith m.fl., 2013, s. 131). Uavhengig av hvilken motivasjonsfaktor kringkasteren selv har er fellesnevneren at de som velger å streame (eller kringkaste) gjør dette ut til sine brukere eller følgere (ibid).

Det finnes et stort utvalg av alternativer for de som ønsker å kringkaste seg selv over internett med video og lyd i sanntid. Det er ikke uvanlig å se streamer som blir kringkastet fra datamaskiner, håndholdte enheter (som mobiltelefon) eller konsoller. De fleste plattformer for streaming har en chat-funksjon. For generell streaming inkluderer dette (ikke begrenset til); Periscope, YouTube Live, YouNow, Facebook Live, LiveStream, Dacast, Wowza, Brightcove og Ustream. Mer spesifikt finnes det også en rekke plattformer som har et fokus på spill og spillkultur,

som YouTube Gaming, HitBox, Beam, Mirrative og selvsagt Twitch. Som en ny og fremtidig potensiell konkurrent til disse har også Facebook Live muliggjort å kringkaste Blizzard-spill i løpet av august 2016 (Webster 2016), og Android-spill i september samme år (Etherington 2016).

1.5 Plattformen Twitch: brukervekst og brukerdemografi

På Twitch kan man selv kringkaste eller se andre kringkaste ulike typer innhold, som nevnt tidligere dataspill og mer spesifikt eSport (Mamiit 2016). Kringkastingene foregår i sanntid. Mens man ser på andre kringkaste kan man samtidig delta i en chat, dersom man ønsker det. Det er kringkastingene med flest tilskuere som får best (først) plassering på plattformen.

Plattformen ble kjøpt opp av Amazon i 2014, til tross av et høyere bud fra Google, og det har blitt rapportert om at plattformen hadde doblet i popularitet fra 2013 til 2014 (Dredge 2015). Ifølge Twitch sine egne tall har plattformen omtrent 9,7 millioner aktive brukere hver dag, og at den gjennomsnittlige brukeren bruker minst 106 minutter på plattformen hver dag (Twitch udatert a). Det er over 2 millioner brukere som kringkaster hver måned (ibid). Det blir rapportert at 73 prosent av brukerne er mellom 18 og 49 år (Twitch Advertising udatert). 75 prosent av brukerne er menn (ibid).

1.6 Spill-innhold på Twitch

Selv etter å ha muliggjort ikke-spill innhold på plattformen, er fremdeles spill det mest populære innholdet jevnt over. Spill er konstant mellom det mest sette innholdet med flest samtidige seere og største publikum. Mer spesifikt er det eSport som i stor grad troner øverst, med spill som League of Legends, Counter Strike: Global Offensive, Dota 2 og Hearthstone, som mer eller mindre alltid er på de mest strømmede spillene siden 2015 (Mamiit 2016). Andre spill, som Minecraft, er ikke en eSport, men fortsatt svært populært på plattformen (Pearson 2016). Dersom man velger å utforske Twitch utover de mest populære spillene, vil man oppdage en overflod av muligheter. Fra de mest populære spillene med kjente titler, som World of Warcraft og Overwatch, til langt mindre populære og potensielt obskure spill, som Rollercoaster Tycoon 2, Skiifree og Goat Simulator, spill som gjerne bare har noen få (om noen) kringkastere og seere.

1.6.1 Forbudte spill

Selv om man i stor grad kan streame så og si hvilket som helst spill på Twitch finnes det noen unntak. Spill som har blitt vurdert til et voksent publikum over 18 år (AO, engelsk: *Adults Only*) av ESRB (Entertainment Software Rating Board) har blitt forbudt på plattformen fra og med mai 2015

(Twitch 2015). Spill som har blitt vurdert til AO er i stor grad kontroversielle spill som Hatred (2015) og Manhunt 2 (2007). I tillegg har spill som bryter retningslinjene som Twitch har satt for sitt helhetlige nettsamfunn (engelsk: *community guidelines*) har også blitt forbudt (Twitch 2017a). Dette inkluderer spill som bryter retningslinjer relatert til sex, nakenhet, hatefulle ytringer, ekstrem vold, samt overdrevet brutal grafisk vold (engelsk: *gratuitous gore*) (ibid).

Det finnes unntak for varianter av AO-spill som har fått vurderingen moden (engelsk: *mature*), som defineres som å være passende for 17 år og opp (ESRB udatert), dette inkluderer for eksempel Grand Theft Auto: San Andreas (2004). Virtuelle virkelighetssamfunn som Second Life (2003) har også blitt forbudt å streames på Twitch, med årsaken som blir beskrevet som at spillet har 'deep, dark corners' (Tassi 2016). Det har ingenting å si hvilken rating spillet har fått i andre land eller gjennom andre instanser enn ESRB. Dersom ESRB har kategorisert spillet som AO, er det forbudt på Twitch.

1.6.2 Ikke-spill relatert innhold

Twitch har også siden oppstarten i 2011 utvidet tilbudet for hva brukere kan strømme på plattformen utover spill og spilling. Opprinnelig var ikke-spillrelatert innhold ikke tillatt på plattformen, og flere kringkastere opplevde å få sine kontoer suspendert som resultat av at de valgte å kringkaste ikke-spillrelatert innhold (Yeager 2013). I etterkant av Amazon-kjøpet i 2014 har Twitch åpnet for alternativt innhold som spillrelatert talkshow (Gaming Talk Shows, mars 2015), kreativt innhold (Creative, oktober 2015), matlaging (Food, mars 2016), sosial spising (Social Eating, juli 2016) og virkelig liv (IRL, desember 2016).

Under intervjuene har intervjusamtalene stort sett utelukkende handlet om spill-innhold på Twitch, og i liten grad vært fokus på noen av de alternative interessene, selv om informantene har stått fritt til å nevne de selv. Informantene som har nevnt at de ser på noe av det alternative innholdet har hovedsakelig dreid seg om innhold innenfor Creative, samtidig som informantene forklarer at det er hovedsakelig spillrelatert innhold de ser på Twitch. For å begrense forskningsprosjektet i omfang har det blitt avgjort å hovedsakelig fokusere på spillrelatert innhold.

1.7 Å være på Twitch: å registrere og bruke en konto

Man behøver ikke å ha en brukerkonto (også kalt kanal) for å se på de fleste kringkastinger som foregår på Twitch, med mindre man ønsker å se på en kringkasting med aldersrestriksjon. Dersom man ønsker å delta i chat krever dette en registrert konto. Alle brukere på Twitch starter med at man ikke følger noen, har ingen følgere, har ingen venner og abonnerer på ingen kanaler. Hvem som

helst har lov til å lage en brukerkonto på siden, så lenge de er gamle nok, og ikke tidligere har blitt utestengt fra plattformen. Twitch har 13 års aldersgrense (Twitch 2017b).

Ved å være innlogget på en konto åpner man også andre funksjoner som mulighet for å følge andre kontoer, abonnere, og hviske (direktemelding) til andre brukere. Tidligere utestengte brukere har ikke lov å lage nye profiler, dersom dette blir oppdaget vil også den nye profilen bli utestengt uten forvarsel (ibid). Aktive profiler (ikke utestengt eller suspendert) er ikke private og kan bli sett av alle, også uten brukerkonto. Det er også mulig å se hvilke kanaler som følger, eller blir fulgt, av andres kanaler. Det er ikke mulig å se hvilke abonnenter andre kanaler har.

Ved å følge andre brukere, uavhengig om de er store eller små, muliggjør det at kanalen vil vises i det angitte seksjon for kanaler man følger når kringkasteren er live. I det angitte området vil kanaler med flest seere vises først. Dersom man velger flere språk vil også disse komme opp i ulike seksjoner. Det er mulig å slå på varsel når for både store og små kringkastere går live (starter kringkastinger), slik at man får beskjed om dette på, for eksempel mobiltelefonen sin om man har Twitch-applikasjonen installert, eller per e-post. I tillegg til at man har en oversikt over kringkastere man følger og eventuelle VODs eller klipp de har lastet opp, kan man også følge ulike spill man interesserer seg for. Utover dette vil også Twitch foreslå kanaler og klipp basert på kontoens seerhistorikk.

1.8 Kringkasting på Twitch

Alle brukerkontoer på Twitch kan kringkaste. Kringkasting kan skje fra datamaskiner og konsoller. Twitch har tilrettelagt og tilbyr på sine hjelpesider forklaringer, tips og ressurser for brukerne som ønsker å kringkaste (Twitch 2016a og Twitch 2016b). Når man starter en kringkasting velger man et spill eller annen kategori kringkastingen skal havne innunder. Kringkastingene kan ha så og si hvilken som helst tittel, så lenge det ikke inneholder ord som er registrert som forbudt på hele plattformen (Twitch 2017c).

De fleste som kringkaster på Twitch er enten personer (en eller flere) eller organisasjoner. Eksempler på organisasjoner er kontoer som riotgames¹ og basetradetv², hvor kringkastingene ikke fremmes av enkeltpersoner. Noen kringkastere velger å fokusere på spesifikke spill eller spillsjangere (nisjekringkastere), mens andre kringkaster en rekke ulike spill (variasjonskringkastere). Noen kringkastere har et fast sendeskjema, i likhet med tradisjonelle medier, mens andre kringkaster sporadisk. Jeg vil gjerne presisere at uttrykket *massive kanaler* blir

¹ riotgames, organisert kringkastingskanal på Twitch: <https://www.twitch.tv/basetradetv>

² basetradetv, organisert kringkastingskanal på Twitch: <https://www.twitch.tv/riotgames>

definert som kringkastinger hvor det er minst 1000 seere på samme tid etter Hamilton, Garretson og Kerne (2014, s. 1321).

En av de største forskjellene mellom tradisjonelle kringkastingsmedier og kringkasting på Twitch er potensialet for sanntidsinteraksjon. Kringkastinger skjer i (så godt som) sanntid med noen få sekunders forsinkelse. Noen kringkastere velger å legge inn ekstra forsinkelse for å unngå sabotasje fra tilskuere. Ofte er forsinkelsen mellom kringkaster og chat omkring 10 til 15 sekunder. I hvilken grad denne interaksjonen foregår varierer stort mellom forskjellige kanaler, også de av samme store eller lille størrelse. Kringkastere kan velge å lese meldinger som blir sendt av publikum i chat, da ofte med mikrofon eller eventuelt ved å skrive tilbake i chat. Noen kringkastere kommuniserer ikke med publikum eller kommenterer ingenting om hvordan de erfarer spillopplevelsen i det hele tatt, og kommuniserer kanskje enten kun med de som en spiller sammen med, eller ikke i det hele tatt. Samtidig kan samtalen i chat foregå tilskuerne i mellom, også helt uavhengig av kringkasters deltakelse.

Under kringkastinger kan kringkastere få øyeblikkelig respons fra sitt publikum. Hvilken respons de får, i hvilken hastighet/hyppighet det foregår, og hva samtalen i kringkastingen går ut på, varierer fra kringkasting til kringkasting, avhengig av publikum og engasjement fra fans og kringkaster selv. Et illustrerende scenario er hvor kringkaster spiller et spill og foretar en uforutsigbar handling. Mens noen tilskuere vil påpeke handlingen som en feil, spør andre kringkaster hvorfor han eller hun gjorde valget. Noen i publikum prater kanskje om spillet har en feil (engelsk: *bug*), om spillets kvalitet, mens andre prater om hvordan noen andre spill i samme sjanger har bedre grafikk. Kringkaster kan selv respondere og konversere med publikum, og styrer med sin anerkjennelse videre samtalen som går i kringkastingen.

1.8.1 Partnerskapsavtale mellom kringkastere og Twitch

Gjennom en søknadsprosess kan kringkastere bli tilbudt en partnerskapsavtale med Twitch (Twitch udatert c). Alle kringkastere kan på hvilket som helst tidspunkt sende inn søknad om partnerskapsavtale, uavhengig av hvor mange følgere de har. Twitch forklarer selv på sine nettsider at de ser på sakene med skjønn, men har noen retningslinjer etter hva de ser etter for å tilby kringkastere avtaler (ibid). Per mai 2017 rapporterer Twitch å ha omtrent 17 000 kringkastere på plattformen med partnerskapsavtale (Twitch udatert a).

Kringkastere med partnerskapsavtaler har tilgang til fordeler som å tjene penger på innholdet kanalen kringkaster, ha abonnenter, høyere videokvalitet, forlenge forsinkelsen i kringkastingen, selge t-skjorter og lignende varer, og verifisert merke i chat (Twitch udatert c). I

tillegg har kringkasterne også mulighet til å generere inntekter, som for eksempel reklameinntekter, som kommer utenom.

Stort sett har det vært en fast sum for å abonnere, som hovedsakelig har vært 4.99 USD. Det har vært noen unntak, som `esl_csgo`³ (6.99 USD) og kanaler hvor man kun betaler en gang for å abonnere som `shaboozey`⁴ (2.99 USD). Årsakene til hvorfor enkelte kanaler kan ha annerledes summer for abonnent er på grunn av at kringkaster selv forhandler frem sine avtaler Twitch (Bland 2017). Kringkasterne kan selv forhandle seg frem til bedre avtaler i forhold til hvor stor andel av inntektene de mottar. Det har blitt rapportert å vanligvis ligge omkring en andel på omkring 60/40 fordelt mellom kringkaster/Twitch (Aaron 2015).

Twitch annonserte 21. april 2017 at også kontoer som ikke har partnerskap med Twitch skal kunne ha inntekter via plattformen, og at dette vil bli muliggjort i løpet av de nærmeste månedene (Fontaine 2017). Partnerskapsavtaler har flere og bedre fordeler enn tilknytningsavtaler (ibid). Terskelen for å bli en del av tilknytningsprogrammet er sagt å ikke være like høy som partnerskapsprogrammet (Statt 2017). Det er nødvendig å presisere at partnerskapsavtaler er ulik tilknytningsavtaler (engelsk: *affiliate*) lansert i april 2017, som ikke vil bli tatt høyde for i forskningsprosjektet da dette er en funksjon som er kommet etter intervjuene ble utført (Fontaine 2017a). Alle brukere som refereres til som abonnenter menes som abonnenter til det tradisjonelle partnerskapsprogrammet. Alle som defineres som partnere, er en del av partnerskapsprogrammet.

1.8.2 Brukeres fordel med å være en abonnent

Dersom man følger en kanal som har partnerskapsavtale vil en ha muligheten til å abonnere. Ved å abonnere på en kringkaster får man en rekke fordeler i den aktuelle kanalen. På tidspunktet hvor denne oppgaven blir skrevet inkluderer dette kanal-tilpassede uttrykksikoner i chat som kun kan brukes av abonnenter, et kanalspesifikt merke som vises ved abonnenters skjermnavn når de deltar i chatten til den spesifikke kringkasteren, mulighet for å utelukke ikke-abonnenter fra deltakelse i chat, utelukkelse fra saktmodus hvor ikke-abonnenter ikke får delta i chat på et visst antall sekunder eller minutter, ubegrenset tilgang for abonnenter til kringkasterens kringkastingsarkiv, ubegrenset tilgang til videokvalitet, reklamefri visning på den aktuelle kanalen (Twitch udatert b).

³ `esl_csgo`, kanal på Twitch: https://www.twitch.tv/esl_csgo

⁴ `shaboozey`, kanal på Twitch: <https://www.twitch.tv/shaboozey>

1.9 Chat på Twitch

Selv rapporterer Twitch at 61 prosent av alle brukerne bruker chat-funksjonen og chatter i fellesskap med andre fans og kringkasterne (Twitch, 2014, p. 10), og at det i 2016 ble sendt over 153 millioner private meldinger (Twitch 2017d) som videre potensielt bygger fellesskapet, både mellom eksisterende og potensielt nye medlemmer. I 2016-rapporten ble det oppgitt at det totalt antall sendte beskjer på Twitch var 14.2 milliarder, som utgjør et gjennomsnitt på 27.000 beskjer per minutt (ibid).

I utgangspunktet kan hvilken som helst bruker delta i chat, med unntak av brukere som er utestengt fra kanalen eller plattformen (permanent eller i en tidsbestemt periode). Seksjonen for chat finnes på alle brukeres kanaler, uavhengig om vedkommende har en pågående kringkasting, eller om vedkommende noen gang har kringkastet i det hele tatt. I noen større kringkastingskanaler velger kringkasterne å aktivere abonnentmodus (engelsk: *subscriber mode*), som medfører at kun profiler som abonnerer på kringkasteren kan delta i kringkasters chat. Man kan også som tilskuer velge å gjemme bort kringkasteres chat dersom man ønsker det, og på den måten kun observere det som kringkastes av kringkasteren selv.

Moderering i kanaler kan være nødvendig. Moderering skjer ofte via bots (automatisk), utnevnte brukere som har fått rolle som moderator eller av kringkasteren selv. Moderering via bots vil for eksempel utestenge (permanent eller i en begrenset tidsperiode) brukere som velger å bruke ord som ikke er tillatt, lenking eller spamming i chat. Dersom kringkasteren spiller et spill som i stor grad krever mye oppmerksomhet, vil moderering stort sett kun skje via bots og andre brukere som har blitt tildelt roller som moderatorer.

1.9.1 Fenomenet: Super Scale Chat

Dersom du går inn i en svært stor kringkasting, si for eksempel en offisiell eSport-turnering av noe slag eller en av de største kringkasternes kringkastinger, vil du se noe som kanskje ved første øyekast ser litt rart ut. Det kan være en vegg av ulike uttrykksikoner, en vegg av tekst med historier og vitser som ikke henger på greip, samt en og annen stakkars som spør hvorfor alle spammer ned veggen med alt mulig annet enn å ha en faktisk samtale om hva som foregår i kringkastingen. Som en outsider tenker du, det der er ikke en meningsfull samtale. Vel, det er ikke meningen at det skal være det heller.

Twitch sin egne Director of Science Drew Harry presenterte fenomenet under et symposium relatert til sosial databehandling i 2015: Super Scale Chat (Harry 2015). Fenomenet er observasjonen av hvordan chat på Twitch fungerer, og hvilken atferd som foregår i kringkastinger

med et svært stort publikum (ibid). Det er ikke bare forekomster av cypastas, uttrykksikoner, erting, trolling og til tider trakassering, men også ikke-trollete bidrag som fungerer som heining (ibid). Harry trekker paralleller mellom tradisjonelle sportsarenaer og SSC på Twitch (ibid). Det poengteres også observasjonen av individer som uttrykker misnøye med atferden, som imidlertid neppe ville skjedd på en sportsarena (ibid). Harry poengterer også at mange av tilskuerne leser, men ikke deltar i SSC, enten fordi de ikke vil, fordi de ikke bryr seg, eller fordi de ikke forstår det pågående fenomenet (ibid).

Cypasta er internett-slang for kopiering og liming av en blokk tekst (Know Your Meme 2009a). Ofte blir teksten kopiert og limt om og om igjen, gjerne av flere deltakere, brukere eller bots⁵ (ibid), på Twitch skjer dette da i chat. Fenomenet har foregått i lang tid på nett, med spor tilbake til framveksten av spamming tidlig på 1990-tallet (ibid). Twitch kan cypastaer være mye forskjellig, som enkeltord, korte setninger, lange paragrafer, med, uten eller utelukkende bestående av uttrykksikoner. Noen cypastaer er universielle over hele plattformen, mens andre er gjerne skrevet spesifikt til konkrete kringkastere. Det forekommer ofte at cypastaer inneholder potensielt støtende utsagn relatert til kjønn eller rase. Det finnes flere nettressurser for å oppdrive cypastaer, som Cypasta(.com). Her er tre eksempler på populære cypastaer:

\\٩٭٩\\... RAISE YOUR DONGERS \\٩٭٩\\...

(Cypastas udatert a)

HELLO KRIPP, THIS IS ZEUS, GOD OF OLYMPUS. I HAVE BEEN INFORMED BY MY SERVANTS THAT YOU ARE DISGRACING MY HOLY LAND WITH YOUR CASUALNESS. YOU HAVE TWO MORE DAYS TO SUMMON BACK YOUR HARDCORE ROOTS OR ELSE I'M GOING TO ANNIHILATE YOUR CANADIAN DONGER WITH MY +25% DMG TO LIGHTNING SKILL

(Cypastas udatert b)

I sexually Identify as an Attack Helicopter. Ever since I was a boy I dreamed of soaring over the oilfields dropping hot sticky loads on disgusting foreigners. People say to me that a person being a helicopter is Impossible and I'm fucking retarded but I don't care, I'm beautiful. I'm having a plastic surgeon install rotary blades, 30 mm cannons and AMG-114 Hellfire missiles on my body. From now on I want you guys to call me "Apache" and respect my right to kill from above and kill needlessly. If you can't accept me you're a heliphobe and need to check your vehicle privilege. Thank you for being so understanding.

(Cypasta udatert b)

⁵ En bot er et autonomt program som samhandler med systemer eller brukere på en forhåndsprogrammert måte, ofte brukt av kringkastere på Twitch for å kontrollere og/eller samhandle med deltakere i chat.

Den første cypypastaen er en catchphrase relatert til League of Legends, hvorav en av heltene i spillet heter Heimerdinger (Know Your Meme 2013). Den andre cypypastaen er direkte knyttet til en kringkaster (Kripparian, Kringkaster 52), og vil stort sett kun forekomme i hans kringkastinger. Det tredje cypypastaen er en cypypasta-story. Denne type cypypasta, også kalt cypypasta-historie, er en parodi på en annen type nettkultur relatert til selvidentifikasjon (Know Your Meme 2015a), og er en type trolling (Know Your Meme 2009b).

1.10 Video on demand

I tillegg til å kunne se innhold i sanntid, kan brukere også se video on demand (VOD). Dette innebærer tidligere sendte kringkastinger som blir gjengitt slik den foregikk i sanntid. Det er kun mulig dersom kringkaster selv velger å laste opp VODs fra sin kanal. Generelt skiller VOD på Twitch seg fra opplastinger på YouTube ved at det generelt er inkludert en gjengivelse av chat i sanntid. Mange kringkastere velger å laste opp sine kringkastinger på YouTube i tillegg, og noen inkluderer også da chatten. Ved å inkludere gjengivelsen av chat i sanntid vil det tilby en kontekst for de tilfeller hvor kringkaster adresserer noe som skjer i chat i sin kringkasting.

1.11 Tredjepartstjenester på Twitch

Det finnes en rekke ulike tredjepartstjenester som bruker på Twitch. Hovedsakelig har intervjuene tatt for seg de som er relatert til kringkasteres potensial til å tjene penger via abonnenter (månedlig), som GameWisp(.com) eller Patreon(.com). Disse tjenestene er populære blant kringkastere som ønsker å tjene penger eller leve av å kringkaste på Twitch, men som ikke foreløpig har en partnerskapsavtale. Hvem som helst kan lage en brukerkonto på GameWisp og/eller Patreon og gi sine følgere muligheten til å velge å abonnere på vedkommende. Begge nettstedene tillater at man kan ha ulike nivåer av abonnement. Utover dette har Revlo blitt nevnt, som er en applikasjon hvor individuelle tilskuere kan samle poeng som kan bli utbetalt i ulike belønninger satt av kringkasteren selv. Revlo har imidlertid blitt meldt avvirket i løpet av juni 2017 (Sun 2017).

1.12 TwitchCon

TwitchCon er årlig konvensjon for fans av kringkastere, og kringkasterne selv, på plattformen Twitch. Konvensjonen er relativt nyoppstartet og ble for første gang avholdt i 2015 i San Fransisco, California. Da hadde konvensjonen 20 000 besøkende (Kain 2015). I 2016 ble den avholdt i San Diego, California og hadde over 35 000 besøkende, i tillegg til 2 millioner som fulgte med eller var

innom via TwitchCons egne kringkastinger (Freitas 2016a). Årets konvensjon skal avholdes i Long Beach, California (Freitas 2017b).

I 2016 ble det solgt ulike typer pass, hvor kringkastere med partnerskapsavtale eller folk i industrien hadde andre typer pass enn vanlige fans som ga ekstra tilgang. Jeg vil imidlertid fokusere på fan-passene da det er denne typen pass mine informanter har hatt. Fans kunne kjøpe pass for enkeltdager eller hele konvensjonen. Dagspass kostet mellom \$49 og \$79 per dag, til \$159 for alle tre dager. Det ble da også solgt en separat billett for et ekstra konsertarrangement, som ble markedsført som en fest med musikalske gjester som Darude, og var en eventuell ekstrakostnad på \$59. Arrangementet foregikk på en nærliggende baseball-park som ble omgjort til konsertarena. Man måtte ha billett til TwitchCon for å kunne kjøpe billett til sistnevnte arrangement (Freitas 2016b).

Individer med vanlige pass kan under konvensjonen gjøre en rekke ulike ting. Dette inkluderer å dra inn i en stor messehall, hvor ulike aktører har boder hvor de fronter sine produkter eller tjenester. Stort sett er disse aktørene relaterte til spill, gaming eller annet innhold på Twitch. Det er også et eget område for meet-and-greets, hvor fans kan stille seg i kø for å møte sine favorittkringkastere i noen få minutter hver. Det foregikk også en rekke ulike paneler relatert til ulike aspekter og perspektiver på Twitch, hovedsakelig for håpefulle kringkastere. For eksempel var det paneler for nye kringkastere som ønsket å øke sin popularitet og få sitt fellesskap til å vokse, og individer som ønsket å lære hvordan de som offentlige figurer kunne ivareta sin anonymitet og sikkerhet på nett (Freitas 2016b).

1.13 Andre funksjoner på Twitch

Twitch er en ung og dynamisk plattform som fortsatt er i kontinuerlig utvikling. Selv i de relativt få månedene mellom da arbeidet med masterprosjektet startet i august 2016, intervjuene i oktober 2016 og frem til innleveringen 1. juni 2017, har mye forandret seg. Funksjoner som ikke ble nevnt av informantene, funksjoner som ble lansert under konvensjonen eller som er lansert i ettertid, vil ikke tas hensyn til i analysen, og vil kun nevnes kort herunder:

Bits. Ingen informanter nevnte cheers eller bits under intervjuene, med unntak av Frank som kort nevner å ikke ha erfaring med bits. Funksjonen ble lansert kort tid før konvensjonen (Fontaine 2016c). Den korte tiden kan ha hatt innvirkning på at få nevner eller har erfaring med dette.

Twitch Prime: Lansert under konvensjonen i september/oktober 2016, Twitch Prime er en del av Amazon Prime (Fontaine 2016d). Brukere som har Twitch Prime får mulighet til å abonnere på en kringkaster gratis.

Lojalitetsmerker (engelsk: *loyalty badges*): Lansert under konvensjonen i september/oktober 2016 (Kumparak 2016). Lojalitetsmerkene er et ekstra merke som vises ved abonnentens skjermnavn ved chatdeltakelse. Disse merkene varierer i utseende etter hvor lang tid abonnenten har vært abonnert på den aktuelle kanalen, det er kringkaster selv som bestemmer hvordan både abonnent- og lojalitetsmerkene skal se ut (ibid).

Fellesskap-funksjon: Lansert februar 2017 (Perez 2017). En måte for kringkasterne å tilknytte seg hverandre, og gjøre det enklere for brukere å finne ulike kringkasterne som sammen knytter seg til lignende fellesskap. De ulike kategoriene for fellesskap er laget av kringkasterne selv.

Puls (engelsk: *pulse*): Lansert mars 2017. Funksjonen gjør det mulig å publisere oppdateringer som vil dukke opp på hovedsiden til de som følger, eller er venner, med kanalen i en feed (Raju 2017). Puls er ulikt det som tidligere var en kanal-feed (engelsk: *channel feed*), som har eksistert i lenger tid, da oppdateringer kun dukket opp på den konkrete kringkasterens kanal i en feed (ibid). Den nye funksjonen er til potensiell sammenligning med sosiale medier som Twitter eller Facebook. I lys av dette kan man starte en debatt om hvorvidt Twitch da kan defineres som et sosialt medium. Jeg vil imidlertid ikke ta opp denne diskusjonen, ettersom funksjonen er lagt til etter forskningsprosjektets utførte intervjuer.

Nye inntektsmuligheter (1): For kringkasterne som ikke har partnerskapsavtale kan de nå bli søke om tilknytningsavtale. Avtalen har lavere terskel enn partnerskapsavtale (Fontaine 2017a). Funksjonen ble lansert i april (ibid).

Nye inntektsmuligheter (2): Det har blitt mulig for abonnenter å velge en høyere sum for sine abonnents-tjenester, og på denne måten støtte kringkasteren mer per måned (Berrones 2017). Denne funksjonen ble lansert og rullet ut i april-mai 2017 (ibid).

1.14 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg kort oppsummert hva som definerer brukergenerert innhold og streaming på internett. Jeg har så forklart fenomener og omstendigheter på Twitch. Dette inkluderer Twitch som plattform, hvilket innhold man kan forvente å se på Twitch, og hva som er bannlyst. Videre har jeg forklart de ulike aspektene med å være på plattformen, som å være (og lage) en tilskuer. Jeg har også kort forklart kringkasting på Twitch, partnerskapsavtaler og dens fordeler for både kringkaster og tilskuer. Så har jeg forklart chatting på Twitch, Super Scale Chat Behavior (SSCB) og copypasta. Ytterligere har jeg forklart video on demand, tredjepartstjenester og TwitchCon, før jeg kort oppsummerer og beskriver ulike funksjonene som oppgaven ikke vil berøre.

Kapittel 2: Teoretisk grunnlag

Jeg vil i dette kapittelet legge det teoretiske fundamentet for forskningsprosjektets analyse. Jeg vil først presentere publikumsbegrepet i bruksstudier. Så vil jeg beskrive publikum og tradisjonelle medier, inkludert påvirkning av teknologisk utvikling, forskjellige publikumsdeltakelse, varierte bruksmønstre og motivasjoner. Jeg vil også trekke inn publikum i sammenheng med dataspill, både som spillere selv og som tilskuende fans.

Jeg vil kort gå inn på ulike aspekter ved identitet, hovedsakelig identitet i fellesskap, før jeg videre går inn på fans og fan-identitet. Innunder fan-teori vil jeg blant annet gå inn på introduksjon til fankultur, fan-aktivitet og påvirkning av teknologisk utvikling, og opplevd nære relasjoner mellom fan og kjendis. I seksjonen om nettkultur vil jeg fokusere på forståelse, fellesskap og deltakelse. Dette inkluderer tidlig nettkultur, prosessen for å bli fullverdig medlem, hva medlemskapet innebærer av muligheter og forventninger, passiv deltakelse på nett og ulike holdninger til potensiell problematisk atferd.

Til slutt i kapittelet vil jeg nevne annen forskning direkte knyttet til Twitch. Hovedsakelig gjelder dette å belyse hvordan forskningen er ulik den jeg har utført, og hvorfor jeg ikke vil bruke forskningsprosjektene som grunnlag for mitt eget prosjekt.

2.1 Publikum i bruksstudier

Abercrombie og Longhurst presenterer og problematiserer aspekter ved publikumsbegrepet i sin bok, *Audiences* (1998), og setter det hele i en historisk kontekst med tidligere forskning, metode og oppfattelse. Boken bruker ulike veletablerte teorier relatert til feltet og bidrar til å understreke i hvilken grad vi i dag kontinuerlig er både utøver og publikum, på samme tid. Mediekonsum har blitt vanlig, og er tett vevd sammen med hverdagslivet (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 6-7).

Bruksstudier tar utgangspunkt i hva publikum kan gjøre med mediene (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 7). Studiene benytter seg av sosiale og psykologiske røtter, og undersøker for eksempel behov som medfører forventninger av massemediene (eller andre medier), som leder til ulike mønstre for medieeksponering og engasjement som (potensielt) resulterer i ulik tilfredsstillelse av behov og andre konsekvenser (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 7; Katz m.fl., 1974, s. 20). De 5 elementene for bruksstudier er at 1) publikum ansees som aktive, 2) at de selv tar initiativ og valg for å få dekket sine behov, 3) at behovene kan dekket av andre kilder utenom mediene, 4) at publikumsmedlemmet selv kan rapportere sine motiv og sin tilfredsstillelse, og 5) at publikum selv kan avvente med verddivurderinger for mediet og bruken det har (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 7-8).

Publikum ansees ikke som tankeløse droner, men som individer som kan delta i, og motsette seg, medieaktivitet (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 15). Dette inkluderer for eksempel handlinger som aktiv (om)tolkning av medier og å engasjere seg sosialt (ibid). Publikum tolker selv medietekstene de er mottakere av basert på sin egen konstruerte kontekst som er summen av alle sine erfaringer så langt i livet (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 63). Publikum responderer ikke nødvendigvis bare direkte på et stimulus utenfra, de er både en del av sosiale grupper i tillegg til og være individer (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 15). Ved å ta høyde for at publikum består av individer, er det implisitt at motivasjoner kan sprike kraftig (Sjöblom, 2015, s. 17; Kartz, Blulmer & Gurevitch 1974).

Noen aktiviteter publikum foretar seg kan vitne om seremonielle begivenheter, ved at publikummeren setter seg konsekvent ned for å konsumere mediet, og hvor alle andre distraksjoner blir eliminert (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 63; Eisenberg 1988). De fleste medier blir derimot konsumert med en form for distraksjon, hvor andre aktiviteter og ting som foregår rundt publikummeren bidrar til at mediet foregår i bakgrunnen (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 67-68). Mens man kan ha fjernsynet på mesteparten av dagen, kan man rituelt sette seg ned og dedikere sin oppmerksomhet til spesifikke fjernsynsprogram man er spesielt interessert i, som såpeopera (ibid).

2.2 Publikum og tradisjonelle medier

Enkle fremføringer er for eksempel taler eller teater hvor den utøvende avsender og publikum er tilstede ved samme tid og samme fysiske sted (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 63). Til forskjell fra enkle fremføringer er massemedier formidlet, som vil si at publikummet ikke nødvendigvis kun er på et annet fysisk sted, men også potensielt et senere tidspunkt i tid (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 62; Thompson).

Enli, Moe, Schanke Sundet og Syvertsen (Enli m.fl.) belyser i boken *tv – en innføring* (2010) sentrale tendenser i fjernsynets historiske utvikling og hvordan det har påvirket publikums rutiner og roller i forhold til mediet. Gentikows bok, *Nye Fjernsynserfaringer* (2010), teoretiserer og debatterer publikums stilling gjennom kvalitativ forskning, spesifikt hvorvidt teknologisk utvikling endrer seer til deltaker, og boken reflekterer omkring hva fremtiden med internett ville bringe. En av studiene foretatt i Gentikows bok er en ungdomsstudie relatert til spesifikt deltakende aktivitet på nett. Sammen utgjør disse to bøkene et godt fundament for hvordan man kan forstå publikums rolle, rutiner og motivasjoner relatert til disse, i fjernsyns(lignende)- og underholdningsmedier.

2.2.1 Tradisjonelle medier: digitalisering gir valgmuligheter

På 1990 til 2000-tallet ble reality-tv populært, ting begynte å bli digitalisert, og det forekom en økt publikumsdeltakelse (Enli m.fl., 2010, s. 44-45). En viktig endring ble at publikum selv kunne navigere blant ulike skildringer av begivenheter uten å måtte forholde seg til de tradisjonelle kringkasterne (Enli m.fl., 2010, s. 204). Utviklingen ga publikum valgmuligheter, da fjernsynsprogram kom i mange ulike former og variasjoner (Enli m.fl., 2010, s. 44-45).

Siden 2000-tallet har det kommet flere nisjekanaler, og folk har muligheten til å velge velge kanal etter sine interesser (Enli m.fl., 2010, s. 44-45), og flere spådde da fjernsynets død, med påstander som at ungdom ikke lenger anså fjernsyn som et attraktivt medium (Enli m.fl., 2010, s. 48; Sundet & Ytreberg 2009, Lowe & Bardoel (red.) 2008). Publikum har fått muligheten til å velge hva de vil se, de kan også velge når de vil se det (Gentikow, 2010, s. 254). Tjenester som web-tv, hvor man kan streamer og se på det man vil, når man vil (Gentikow, 2010, s. 232), har blitt veldig populære (Gentikow, 2010, s. 237-238). Samtidig har populariteten til nettsamfunn som tilrettelegger for brukergenerert innhold (som YouTube, lansert 2005) vokst over hele verden. Denne typen nettsamfunn ble tiårets medieutviklingens store vinnere (Enli m.fl., 2010, s. 48).

2.2.2 Tradisjonelle medier og internett: toveiskommunikasjon og publikumsdeltakelse

Fjernsynets konvergens med internett går begge veier, både fra nett til fjernsyn og fjernsyn til nett (Gentikow, 2010, s. 243). Som et resultat av teknologisk utvikling, forekommer fjernsyn også på andre plattformer, hvor plattform betyr "kommunikative plattformer" ved at det er mulig gjort kommunikasjon fra, og mellom, fjernsyn og publikum (Gentikow, 2010, s. 231; Nyre, 2003, s. 43ff, Nyre, 2008, s. 15). Publikum har i mange tilfeller mulighet til å ta direkte kontakt med de man ser på fjernsynet, og på denne måten gi en reaksjon eller respons på det som har blitt kringkastet (Enli m.fl., 2010, s. 217). Internett har gjort dette både enklere og mindre tidkrevende (ibid). Man kan ofte finne debatter på nett, i forum eller på spesifikke nettsider som handler om ting som sendes eller tidligere har blitt sendt på fjernsynet (ibid).

Sett fra mediens perspektiv er det flere motiver for økt publikumsdeltakelse, som publikumslojalitet og umiddelbar respons (Enli m.fl., 2010, s. 225; Maasø m.fl. 2007). Publikumsdeltakelse kan i teorien også være noe risikofyllt, da det kan være uforutsigbart hva publikum bidrar med og om de fyller den rollen mediet (rettere sagt mediets produsenter) forventer at de gjør for å bidra til godt tv (Enli m.fl., 2010, s. 227). Noen programmer baserer seg på publikumsdeltakelse, det forutsetter å skape engasjement, sterk involvering og lojalitet gjennom

aktivitet og deltakelse, med andre ord: fans (Enli m.fl., 2010, s. 217). Jeg kommer tilbake til fanbegrepet i 2.5 Fan og fanidentitet (s. 27).

Det finnes tre ulike typer aktive seer-handlinger relatert til fjernsyn, hvorav 1) bidrar med kommentarer og svar på spørsmål som stilles i programmet, 2) er sms-tv, og 3) er innsendelse av egne kreative bidrag (Gentikow, 2010, s. 214). Tidligere eksempler på publikumsdeltakelse i fjernsyn var for eksempel NRKs *Svisj* eller *Jukeboks*, hvor publikum sendte inn ønsker til innhold som de ønsket avspilt (Gentikow, 2010, s. 219-220). Det kunne gjerne være både musikk eller innslag fra ulike interesser som *Ut i naturen* og *Autofil* (ibid), og foregikk i enkle selvkjøpte studioer (ibid). SMS-tv ble benyttet på nattetid for å fylle fjernsynstid og fungerte som en billig måte å fylle programflaten (Enli m.fl., 2010, s. 225; Maasø mfl. 2007).

Publikumsdeltakelse ved SMS-tv er for eksempel interaktive programmer som *Mess-TV* (aktivt fra 2002 til nedleggelse i 2009), hvor publikum kunne sende inn meldinger om stort sett hva som helst ("løst og fast"), og det var dedikert en egen seksjon på skjermen for dette (Gentikow, 2010, s. 220-222). Publikum hadde her muligheten til å kommunisere både med hverandre og de som var i studio, som da gjerne var av en journalist og en eventuell gjest (ibid). Det foregikk også ofte avstemninger i samme sending (ibid). Mess-TV var (da) en viktig innovasjon, da det er seernes deltakelse som er avgjørende for formatet (ibid), men informantene oppga å ikke nødvendigvis få så mye ut av programmet, men anså det som potensiell god underholdning (ibid). Noen informanter oppgir ikke-deltakelse, eller passiv deltakelse, ved å finne underholdningsverdi i å lese andres meninger (ibid), men valgte selv å ikke bidra av ulike årsaker, som for eksempel kostnad (ibid). Et par av Gentikows informanter oppga å bruke sms-tv som en mulighet til å snakke med andre via fjernsynsskjermen, mens andre poengterte at det var noe man hadde internett til (ibid). Mess-TV ble nedlagt blant annet på grunn av kontrovers omkring dyre kostnader tilknyttet deltakelse (Kristensen 2009).

Den tredje form for publikumsdeltakelse i tradisjonelle medier er de tilfeller hvor publikum selv lager og sender inn med kreative bidrag (Gentikow, 2010, s. 223), men det skal poengteres at dette ofte beveger seg til nettet, som via plattformer for eksempel YouTube (Gentikow, 2010, s. 225). De som velger å kun lese det som blir skrevet kalles *lurkes* (ibid), og mye tyder på at svært mange publikummere på nett faller innunder denne kategorien for passiv bruk. Man kan også lurke på den sosiale kommunikasjon. Jeg kommer tilbake til begrepet lurking senere 2.6.6 Grad av deltakelse på nett: passiv-deltakelse og lurking (s. 37-38).

2.2.3 Tradisjonelle medier og bruksmønstre: fjernsyn som passiv underholdningsverdi

Gjennom ungdomsstudier ble det påpekt nye mønstre med multitasking som ny aktivitetsform hvor fjernsyn sto sterkt som et passivt medium (Gentikow, 2010, s. 253-254). Det fremgår av studien at chatting, surfing, lesing og deltakelse i nettsamfunn er de mest populære aktivitetene blant ungdom (Gentikow, 2010, s. 259-261). Motivene for både chatting og deltakelse i nettsamfunn begrunnes med “fordi jeg ikke har noe bedre å gjøre” fremfor å opprettholde kontakt med venner, etterfulgt av underholdning (ibid). Spill er også en forholdsvis populær aktivitet (ibid).

Fjernsynet har en passiv underholdningsverdi (Gentikow, 2010, s. 263). Internett tar over for fjernsynet, særlig i ungdomsstudien er det fremtredende at informantene bruker mer tid på PC/ internett fremfor fjernsyn (Gentikow, 2010, s. 266-267). Det finnes ulike motiver for å ikke bruke fjernsyn. Gentikows informanter beskrev sine brukmønstre, og uttrykte at fjernsyn oppfattes som kjedelig, begrenset (“Internett er uendelig”) og upersonlig i sammenligning med internett (Gentikow, 2010, s. 270-272). Informantenes uttalelser henter om fjernsynets potensielle død, da spesielt kringkastingskanalers flow, ved at publikummere kan velge bort fjernsynet og innhold ikke interesserer seg for (eller bevisst unngår) og derav låser seg ute av (deler av) verden (Gentikow, 2010, s. 286-287). Nøkkelen for å holde på publikum kan være høy programkvalitet (Gentikow, 2010, s. 319).

Det er ikke nytt at mediebruk kan være en sekundæraktivitet (Gentikow, 2010, s. 273-274). Tidligere har dette vært for eksempel radio, mens i nyere tid ser vi parallellbruk av medier hvor det foregår mer multitasking og fjernsynet har i større grad blitt et sekundærmedium (ibid). I ungdomsstudien beskriver de unge informantene situasjoner Gentikow kaller for “heavy multitasking”, hvor informanten arbeider med skolearbeid, har chat tilgjengelig, mobiltelefon tilgjengelig, lytter på musikk og kaster i blant et blikk mot fjernsynsskjermen (ibid). I dette tilfellet fungerer fjernsynstittingen som *monitoring*, hvor brukergrenseoverflaten overvåkes (ibid). Chat på tidspunktet for ungdomsstudien var typisk MSN Messenger, som ble avvirket i 2014 (Skjetne 2014).

Gentikow spekulerer i om en av årsakene til at mediebruken er både ekstensiv og intensiv, er overfloden av medier (medierikdom). Individet forsøker å få med seg så mye medieinnhold som mulig i løpet av sin begrensede fritid og konsumerer derfor flere medier på samme tid (Gentikow, 2010, s. 273-274). Fremtidsvisjonene informantene formulerte under Gentikows studie, som “et fjernsyn som bare sender mine yndlingsprogrammer”, belyser noen viktige poeng for den videre utviklingen for underholdningsmedier som fjernsynet (Gentikow, 2010, s. 278). Selv om informantene ikke hadde sterke ønsker om det, så de for seg at toveiskommunikasjon ville bli en del av fjernsynsopplevelsen i fremtiden (Gentikow, 2010, s. 283-284).

2.2.4 Tradisjonelle underholdningsmedier: motivasjon

Bartsch og Viehoff skrev i 2010 en forskningsartikkel om individers motivasjon for å bruke medier som underholdning. Artikkelen belyser hvilke følelser individet opplever og hva det forteller oss om hvorfor individet velger å bruke mediet, og hvilken tilfredsstillelse opplever bruken gir. Disse motivasjonene ekskluderer ikke nødvendigvis hverandre, og kan fint overlappe (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2251).

Den vanligste årsaken til at folk bruker medier er humørdistraksjon (engelsk: *mood management*), for å unngå å kjede seg, for å bedre et gjeldende humør, eller lignende behov (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2248; Zillmann 1988; 2000). Det er en måte å distrahere seg fra humøret man i utgangspunktet er i (ibid). Dette er ulikt humørjustering (engelsk: *mood adjustment*) ved at humørjustering i stor grad forsterker humøret man allerede har (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2249; Knobloch 2003). En annen motivasjon er den eudimoniske (engelsk: *eudaimonic*) hvor individet blir motivert av å tilegne seg bedre moral, utvikle jeg'et og bli en bedre person. Den eudimoniske står i motsetning til hedonistisk tilfredsstillelse, hvor konsum av det aktuelle (underholdnings)mediet er en del av individets søken etter å bli et bedre menneske oppleves som meningsfylt (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2250; Oliver 2008; Oliver & Raney 2008; Waterman 1993). Å oppleve en dypere mening med mediet, å oppleve å bli rørt, motiverer individet til å tenke mer selv, og å føle seg inspirert av erfaringen de har med mediet (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2250; Oliver & Bartsch, 2008, s. 76).

Gjennom kvalitative intervjuer fant Suckfüll i 2004 andre måter publikummeren emosjonelt investerer i de ulike tradisjonelle underholdningsmediene. Dette inkluderte blant annet ego-involvering, hvor publikummer blir ekstra emosjonelt involvert på grunn av at han eller hun relaterer med eget liv, og sosio-involvering (engelsk: *socio-involvement*), ved at en identifiserer seg med karakterene man følger (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2249; Suckfüll 2004). En annen motivasjon inkluderte blant annet relasjonssfunksjoner for underholdning (engelsk: *relationship functions of entertainment*), som blant annet parasosiale relasjoner (ibid). Relasjonene kan både være i tillegg til eller som erstatning for relasjoner i det virkelige liv (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2249).

2.3 Publikum og dataspill

Ulikt fjernsyn og film, hvor innholdet stort sett er tydelig seksjonert i episoder eller lignende format med en start og en slutt, har dataspill segmentering som gjerne forekommer i ulike varianter av for eksempel nivåer (engelsk: *levels*) eller virtuelt geografiske (i spill) områder (Newman, 2004, s. 58).

Mens tradisjonelt medieinnhold har en rekkefølge den følger og ikke viker fra, kan dataspill både følge det samme mønsteret med spill (horisontale spill som *Super Mario World*) eller potensielt ha en friere tilnærming hvor spilleren fritt utforske spillet på ulike måter og løsninger (ibid). Ulikt tradisjonelt medieinnhold kan det også kreve at spilleren flere forsøk å komme seg gjennom ulike nivåer, områder eller hele spillet, og noen ganger kan vedkommende fullføre spillet flere ganger med ulike tilnærminger, mål om forbedring eller andre motivasjoner (Newman, 2004, s. 58-59).

På 80-tallet var tenåringsgutter målgruppen for dataspilling og markedsføringen, men gjennomsnittsalderen har siden den tid hatt en stødig økning (Newman, 2004, s. 53; Provenzo 1991). Menn har gjennom 90-tallet fortsatt å være tiltenkt som dataspill-publikum, og spillene designet deretter (ibid). Ulike kilder forklarer at kvinner i dag i stor grad har inntatt markedet og utjevnet skjevheten, dog må det spesifiseres at dette inkluderer spilling via smarttelefoner (Stuart 2014), og mange av disse neppe vil inkluderes i en nettkultur eller *gamer*-demografi. Skjevheten står fortsatt sterkt på Twitch, hvor demografien oppgis å være 73 prosent menn (Twitch Advertisement udatert).

Funn i tidligere forskning har funnet at såkalte "investerte spillere" (engelsk: *heavy players*) gjerne bruker mange timer på dataspill i samme økt (Newman, 2004, s. 60; Kline 1997), og har en tendens å utsette plikter i hjemmet, familieaktiviteter og alternative fritidsaktiviteter (Newman, 2004, s. 59-60; Kline, 1999, s. 20). Det har også forekommet funn der en andel dedikerte dataspillungdom valgte å prioritere bort andre fritidsaktiviteter for at dataspill skulle få mer tid og penger (Newman, 2004, s. 59-60; Dill & Dill 1998; Egli & Meyers 1984). Dataspill erfares gjerne også i grupper, som venner som møtes og spiller sammen eller ser hverandre spille (Newman, 2004, s. 98).

Ved å sammenligne eSport med tradisjonell sport ser man at de gir lignende verdier og underholdningsverdi, noe Taylor (2012) trekker frem. Selv om Taylors bok i stor grad fokuserer på eSport og eSport-relaterte medier, fungerer det også godt å bruke disse funnene når det gjelder med andre dataspill. Både tradisjonell sport og eSport foregår på stadion, med konkurranser i mange forskjellige størrelser som varierer fra beskjeden til enorm i størrelse og popularitet (Taylor, 2012, s. 246-247). Fra amatør-arrangement som er relativt lette å organisere, til verdensturneringer som tiltrekker et gigantisk publikum. Store turneringer og arrangement kan gjerne bli kringkastet på tradisjonelt fjernsyn og/eller strømmet over nett (ibid).

2.3.1 Dataspill, fans og tilskuerskap

Generelt er avstanden mellom profesjonelle innenfor dataspill og fans kortere enn i andre tradisjonelle sporter (Taylor, 2012, s. 197). Spesifikt for eSport-fandom poengterer Taylor at gaming og gamer-realterte fandom ofte fødes direkte ut av interesse og egenerfaring med spesifikke spill (Taylor, 2012, s. 188-189). På grunn av hvordan mange spill fungerer, over nett og med mulighet for multiplayer, kan en fan potensielt oppleve å spille mot, eller sammen med, en spiller de er fan av (ibid). Det virtuelle møtet, opplevelsen av å spille i samme virtuelle rom, knytter tette og emosjonelle bånd gjennom å veksle mellom det hverdagslige og fandom (ibid). Taylor påstår at dette gjør eSport fandom-kultur vanskelig å komme inn i, og kan bidra til en forsterket insider/outsider-følelse for den nye fans (ibid).

Det er ikke noe *nytt* å se på andre spille dataspill (Taylor, 2012, s. 183). Å se på andre spille dataspill er ikke et nytt konsept, med tanke på at mange digitalt innfødte har vokst opp med å se på venner og familie spille, eller at de har erfart å se på en spiller selv (ibid). Tidligere har man for eksempel vært i arkader eller sittet sammen med venner og familie foran skjermer, ventet på tur eller spilt kollektivt (ibid). Allerede tidlig i forskningen for tilskuere av eSport og dataspill tydet det på at de ble motivert av fem faktorer: identifikasjon, personlig interesse, sosial verdi, fokus og dybde i aktivitet, og klar konflikt (Taylor, 2012, s. 190; Game Research 2002).

Justin.tv ble opprinnelig ble lansert i 2007, og Twitch var fortsatt en relativt ny plattform i 2012 da Taylors bok ble skrevet. Taylor påpeker at live-streaming av dataspill allerede på dette tidspunktet var fremadstormende og utfordret industrien som tidligere hadde et monopol på eSport-kringkasting og lignende type innhold (Taylor, 2012, s. 171). Den begrensede fysiske tilstedeværelsen som tidligere var nødvendig, er ikke lenger et problem. De medierte interaksjonene foregår via tekniske medier, som tillater at de samhandlende partene å samhandle med hverandre uten å befinne seg på samme fysiske sted (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 64; Thompson 1995). Arrangement og hendelser kan bli kringkastet over tradisjonelt fjernsyn, i tillegg til over nett med kringkastingsmedium som Twitch og lignende, og legger til rette for et (potensielt) enormt publikum (Taylor, 2012, s. 171).

2.4 Identitet

Man kan ha en identitet uten å være med i et fellesskap, men om man er engasjert i et interessefellesskap (som online fellesskap, fandom og lignende), vil det være en del av ens identitet. Å forstå dynamikken i fellesskap, også på nett, er viktig, men det kan også være utfordrende for

utenforstående. Å gå fra å være en outsider til å være en insider er en prosess, da nettfellesskap i likhet med tradisjonelle kulturer og fellesskap, har gjerne egne normer og sosiale koder.

Richard Jenkins skrev i 2010 en bok om sosial identitet hvor han tar for seg tema som samspill mellom ulike typer relasjoner, likheter og ulikheter dem i mellom, identifikasjon og fellesskap. I boken peker han på en modell for kollektiv identifikasjon som bærer preg av tidlige antropologiske teorier fra Barth. Den foreslår at identiteter er noe flytende, situasjonsbetinget, et evigvarende emne og gjenstand for forhandling (Jenkins, 2010, s. 44; Barth 1969).

Goffmanns inntrykksjustering (engelsk: *impression management*), hvor en person kan justere hvordan de presenterer seg selv ved å endre atferd eller utseende, skaper det en illusjon av å bedre tilpasse seg situasjonen de befinner seg i, og forhandler deres identitet gjennom interaksjon (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 74; Goffmann, 1969, s. 19). Goffmanns arbeid argumenterer for at hverdagslig interaksjon også er en form for opptreden (engelsk: *performance*), og at all aktivitet individet foretar seg i noen grad påvirkes av (potensielle) iakttakende (ibid).

Vi lever i et medie-mettet samfunn hvor vi så og si til alle tider er en form for publikum. En av nøkkelfaktorene med denne typen samfunn er tilskuer-samfunnet hvor mange ser på de få, som fans og kjendiser, også på en hverdagslig basis (Crawford, 2011, s. 40-41). Selv når man spiller over nett, så foregår spillingen et (virtuelt) *sted*, uavhengig av hvor spiller er i den fysiske verden (Gosling & Crawford, 2011, s. 147-149; Hand & Moore 2006). Det samme gjelder utøvelsene, som kan fortsatt foregå i medierte former over nett og i form av språklig interaksjon (Gosling & Crawford, 2011, s. 147-149; Longhurst, 2007, s. 54).

2.4.1 Identitet i fellesskap

Et nøkkelelement for å bli akseptert som en del av et fellesskap (engelsk: *community*) er at enten en stor nok andel av fellesskapet eller en viktig symbolsk person i fellesskapet aksepterer vedkommende og vedkommendes beskjed (Jenkins, 2010, s. 44; Barth 1969). Det å kun sende ut en beskjed i seg selv er ikke nok for å bli akseptert og inkludert (ibid). Forhandlingen foregår ved fellesskapets grense, hvor det forhandles mellom medlemmer (interne) og andre (eksterne) (ibid).

Det er ved denne grensen, forhandlingspunktet, vi finner identifikasjoner (som gruppeidentifikasjoner) konstruert på tvers over fellesskapets grenser, gjennom interaksjon med andre (Jenkins, 2010, s. 44; Barth 1969). Identiteter er forbundet med en form for klassifikasjon, men for at klassifikasjonen kan eksistere må det foreligge posisjoner og kategorier (Jenkins, 2010, s. 45). Uavhengig av om organisasjonen, eller fellesskapet, er formelt eller uformelt vil det foreligge ulike posisjoner innad, og ulike prosedyrer for rekruttering av individer (ibid). Nominelle

identiteter, som 'gamer', kan ha skiftende betydning, utøves og erfares ulikt i både forskjellige fellesskap, og innad i samme fellesskap (Jenkins, 2010, s. 99-100). Nominell identitet er en identitetsmarkør for individet hvor det kreves mer enn å bare 'erklære' identiteten, og er en prosess over tid (ibid).

Individer gjør seg gjerne en mening både om sin egen og andres identitet hver eneste dag, og lever sine daglige liv i forhold til disse identitetene (Jenkins, 2010, s. 111). Richard Jenkins trekker frem blant annet Turner for å belyse de fundamentale ulikhetene mellom grupper og kategorier (Jenkins, 2010, s. 112-113; Turner 1984, Turner et al 1987). Mens personlig identitet er oppfatningen om hvorvidt jeg'et er adskilt fra alle andre individer, forekommer det at sosial identitet (som stereotyper) i større grad påvirker personlig identitet (ibid). Gruppemedlemskap i seg selv er meningsfylt for individet, bidrar til deres sosiale identitet og vurdering av selvet, og medlemskapet i seg selv kan være nok til å ekskludere andre ikke-medlemmer av gruppen (ibid). Gruppeidentitet eksisterer ikke i et vakuum, men eksisterer i relasjon til andre grupper ved å kategorisere og å bli kategorisert tilbake (Jenkins, 2010, s. 109-111). Det er ikke mulig for en gruppe, eller et fellesskap, å eksistere dersom individene som er i den ikke på noe måte relaterer seg til hverandre — da er det ingenting å tilhøre (ibid). Medlemmer må *dele* noe, og individer relaterer seg til hverandre gjennom å identifisere felles interesser eller noe annet de har felles (ibid).

2.5 Fan og fanidentitet

Det har blitt foretatt svært mange ulike fanstudier og definisjoner av fans, og i denne oppgaven ønsker jeg å la boken *Fans, Bloggers and Gamers – Exploring Participatory Culture* av Henry Jenkins (2006) være det teoretiske rammeverket for forståelsen av fankultur. I sitt arbeid med sportsfans og dataspill-fans bruker Crawford (2004, 2011) som bruker både Jenkins' definisjon og andre tradisjonelle teoretikere for å belyse sine poeng. *Fan* er ikke bare en kategori man putter medlemmer av publikum i, men også en identitet og fremføring av identitet (Crawford, 2004, s. 20; Hills, 2002, xi). Det er ikke uproblematisk å analysere, og det hele må sees i kontekst med flere faktorer, inkludert blant annet tid og sosial kontekst (ibid). Det er en skarp kontrast mellom det hverdagslige (engelsk: *mundane*) til fandom, som for fans er fylt med glede og frihet fra det ordinære liv (Jenkins, 2006, s. 42).

2.5.1 Å bli introdusert for fankultur

Introduksjon til fankultur for et enkelt individ skjer ofte via sosialisering med en av fire nøkkelgrupper, som fans, jevnaldrende (engelsk: *peers*), skole og fellesskap (engelsk: *community*),

hvor sosialiseringen utløser en gnist av interesse (Crawford, 2004, s. 44; McPherson 1976). Ofte vil den i utgangspunktet nære og lokale introduksjonen med ytterligere interaksjon medføre et utvidet nettverk utover det opprinnelige (Jenkins, 2006, s. 41-42).

Satt i sammenheng med spill, ser man at selv om mange spill-interesserte gjerne diskuterer spill med mennesker de sosialiserer til daglig, som venner i det virkelige liv, kollegaer og/eller familiemedlemmer. Disse tilhører ikke nødvendigvis samme spill-kultur og deler ikke nødvendigvis samme entusiasme for de samme aspektene ved spill (eller i det hele tatt). I tilfeller hvor spillinteresserte, eller spillere, ikke kjenner andre som er like entusiastiske som de selv er ovenfor sin hobby, kan internett være en viktig arena for å tilknyttes likesinnede (Crawford & Rutter, 2007, s. 280-282). Å dele spillstrategi i form av kunnskap, løsninger, teknikk og hemmeligheter er en viktig del av sosial interaksjon mellom dataspill-fans (Newman, 2004, s. 157-158). Noen spill kan være veldig vanskelige, ha ulike løsninger og potensielt ulike avslutninger (ibid). Å se på andre spille kan også være en god måte å tilegne seg denne kunnskapen på (ibid).

2.5.2 Fanaktivitet og hvordan internett endret fankultur

Det kreves mer enn en overfladisk og flyktig interesse for å bli ansett som fan (Jenkins, 2006, s. 41). Det kreves at man deltar i en form for fellesskap hvor man deler sin lidenskap sammen med andre i form av for eksempel tanker og følelser omkring hva man er fan av, som en kulturell aktivitet (ibid). Med en aktiv deltakelse vil det i større grad gi den individuelle fan en potensiell tilhørighetsfølelse til fellesskapet av fans (ibid). Det er intellektuelle og følelsesmessige investeringer, ikke *nødvendigvis* økonomiske i utgangspunktet, som gjør at de aller mest engasjerte fansene er så hengivne og trofaste (Jenkins, 2006, s. 137).

Datamaskinen og internett endret fandom ved å muliggjøre interaksjon på et helt nytt nivå (Jenkins, 2006, s. 140-141). Teknologisk utvikling og tilgjengeliggjøring har muliggjort online mediefandom (OMF) eller fan-fellesskap, og gjør det mulig for publikum, konsumere, å både motta og selv delta i produksjon av medietekstene (Jenkins, 2006, s. 1). Fellesskapene er en møteplass for fansen, hvor de kan fordype seg i sin lidenskap med andre som er interessert i det samme. OMF består ikke utelukkende av fans som engasjerer seg i det de er fans av, men også av fans som blir inspirert, som selv produserer relatert innhold og deler dette innad i fellesskapet de er en del av (Lawrence, 2013, s. 233-234). Aktivitetene som foregår i fellesskapene kan for eksempel være cosplay og reaksjonsvideoer. Etterhvert som innhold produseres og distribueres av fans selv innad i fellesskapene, og andre fans samhandler med innholdet, introduserer det et nytt nivå i fellesskapet (ibid). Høy aktivitet og høyt engasjement opprettholder aktiviteten i fellesskapet, og fan-produksjon utfordrer de tradisjonelle begrepene forfatter og leser (Jenkins, 2006, s. 144; Leavy, 1997, s. 121).

Sammen med teknologisk utvikling kom også globalisering. Fellesskap vokser i størrelse, og reaksjonstiden deltakere i mellom ble redusert frem til den er så godt som ikke-eksisterende, i sanntid. Utvikling av en effektiv plattform for konsumeraktivisme, hvor ting skjer raskt (eventuelt i sanntid) gjør at fans, konsumere, publikum og brukere enkelt og raskt kan bruke internett til å kommunisere med hverandre, daglig og i timesvis om de ønsker det (Jenkins, 2006, s. 141-142). Sett i perspektiv av Bayms arbeid med såpeopera og fandom på nett, belyser Jenkins hvordan fans har kunnskap om det de er fans av, hvordan fans deler denne kunnskapen med hverandre, diskuterer hva som har skjedd, og hva *de* (fans) tror skjer i fremtiden (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000). For fans av spill har diskusjonene, eller samtalene, lenge foregått på nett i fora som spesialiserte forum eller IRC (Internet relay chat) (Taylor, 2012, s. 192). Samtalen i disse foraene holder seg stort sett relatert til spill, spillere og spilling (ibid).

2.5.3 Opplevd nærhet mellom fan og kjendis

Performere, stjerner, kjendiser. Hva enn du vil kalle dem, publikum observerer og følger. Kjendiser har en sosial distanse fra publikum, og ofte foreligger det forskjeller i livsstil og lignende som publikum elsker å følge med på (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65). Karismatiske kvaliteter kan bidra til økt publikumsinteresse (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65; Dyer 1979, 1991), og på samme tid også øke avstand mellom publikum og kjendis (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65). Relasjonene kan både være i tillegg til eller som erstatning for relasjoner i det virkelige liv (Rubin & McHugh, 1987, s. 280; Rubin & Rubin 1985), men senere forskning har gitt inntrykk av at parasosiale relasjoner heller være et supplement til fremfor en erstatning for virkelighetens relasjoner (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2250). Identifikasjon mellom kjendis og publikum kan bidra til å undergrave sosial avstand dem i mellom. I tilfeller hvor publikummeren ønsker å fusjonere identiteter med kjendisen, skal det påpekes at dette er imaginært (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65-66), selv om det for mange fans ikke *oppleves* imaginært eller forestilt (Click m.fl., 2013, s. 373).

Tudor (1974) beskriver fire ulike modus for kjendis-publikum-relasjoner (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65; Tudor 1974). Den første er emosjonell tilhørighet, som beskriver en løs tilknytning til stjernen (ibid). Den andre er publikums identifikasjon med kjendisen, som er så sterk at han eller hun aktivt ser seg selv i kjendisens posisjon (ibid). Den tredje modus er publikums imitering av kjendisen, hvor publikummeren for eksempel forsøker å ligne på kjendisen fysisk, eller at vedkommende foretar seg samme type atferd (ibid). Den fjerde modus er der imitasjonen fusjonerer med en projeksjon, hvor publikummeren forsøker å leve et liv som ligner så mye på kjendisens liv som mulig (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 65; Stacey 1994).

I sitt bidrag til *Journal of Broadcasting & Electronic Media* i 1987, “*Development of Parasocial Interaction Relationships*” skrev Rubin og McHugh at parasosiale interaksjonsrelasjoner er et ensidig interpersonlig relasjon mellom tilskuer og mediekarakter (kjendiser) (Rubin & McHugh, 1987, s. 280). Båndet utvikles ved at seeren observerer kjendisen over tid, og det utvikler seg forventninger ved at kjendisen er pålitelig og tilskueren (fan) er lojal (Rubin & McHugh, 1987, s. 280; Horton & Wohl 1956). Tidligere har parasosiale relasjoner stort sett vært relatert til fjernsynsnyheter (Rubin & McHugh, 1987, s. 281; Levy 1979), og at det var en sterk korrelasjon mellom hvilke nyheter individet foretrakk å se (Rubin & McHugh, 1987, s. 284; Rubin m.fl. 1985).

Tradisjonelle interpersonale relasjonsutviklingsteorier peker på hvordan økt kommunikasjon leder til økt forkjærlighet (engelsk: *liking*) fra den ene for den andre (Rubin & McHugh, 1987, s. 281-282; Berger & Calabrese 1977). Rubin og McHugh foreslår at dette også kan overføres til mediert kommunikasjon, hvor økt medie-eksponering (som fjernsynstitting) vil medføre økt tiltrekning fra den ene (individet/fans) for den andre (mediekarakter/kjendis) (ibid). Ved økt nivå av forkjærlighet og tiltrekning vil i begge tilfellene øke relasjonens viktighet for (fan)individet (Rubin & McHugh, 1987, s. 282).

Både interpersonlig og masskommunikasjon støtter tidligere studier som foreslår en positiv korrelasjon mellom antall ord og kommunikasjonsintimitet (Rubin & McHugh, 1987, s. 282; Lalljee & Cook 1973). I relasjon til fan og fankultur har det blitt funnet korrelasjoner mellom tid tilbrakt å se på såpeopera og både økt tilknytning og forståelse av karakterene i programmet (Rubin & McHugh, 1987, s. 282; Levy 1972). Annen forskning har også hevdet at attraksjonen i mediert kommunikasjon er et resultat av å oppleve interaksjonen som givende, likheter i holdninger og en form for gjensidig attraksjon (Rubin & McHugh, 1987, s. 283; Newcomb 1956). Individer som allerede identifiserer likheter i holdninger vil oftere og i større grad kommunisere med hverandre (Rubin & McHugh, 1987, s. 283; Rogers & Bhowmik 1970).

2.5.4 Moderne fan-kjendis-relasjoner

Etter Web 2.0 har muligheten for interaksjon mellom kjendiser og fans blitt styrket, og kommunikasjonen foregår ikke nødvendigvis enveis lenger. I tillegg kan fans enkelt og raskt kommunisere med hverandre. Mange kjendiser har og bruker sosiale medier som en kanal å promotere seg selv og å kommunisere med sine fans. Ved å bruke sosiale medier kan fans potensielt føle en mer direkte kobling, en form for nærhet, til kjendisen. Denne nærhetsfølelsen skiller seg fra den nærhetsfølelsen man tidligere fant at fans fikk til kjendiser gjennom tradisjonelle medier, som Click, Lee & Holladay illustrerer (Click m.fl., 2013, s. 366).

Click, Lee og Holladay har skrevet om en av pionerene av når det gjelder kommunikasjon mellom kjendis og fan, Stefani Joanne Angelina Germanotta (Lady Gaga), som har brukt Twitter og sosiale medier for å knytte tettere bånd med fanbasen sin. Fans opplever ikke hennes bruk av sosiale medier som en del av hennes karriere, men som at Gaga “faktisk bryr seg” (Click m.fl., 2013, s. 374). Gaga selv inntar en rolle som søster eller mor for fansen (Click m.fl., 2013, s. 371), og refererer til nettfellesskapet som *Little Monsters* (ibid). Fansen opplever at Gaga oppmuntrer fansen til å referere til henne som en mor, at de føler at hun virkelig bryr seg om dem, at hun ville gjort hva som helst for dem (Click m.fl., 2013, s. 373-374). Fansen som har blitt intervjuet responderer svært positivt til Gagas anerkjennelse av fan-bidrag, som covers av hennes sanger, som Click, Lee og Holladay tilskriver opplevelsen av gjensidig gi-og-ta som en nøkkelkomponent for fansens identifisering med Gaga (ibid). For at et individ skal kunne defineres som et Little Monster, sier de selv at vedkommende må være “obsessed”, akseptere og støtte Lady Gagas beskjeder til fansen om å være glad i seg selv slik man er og vise toleranse ovenfor andre (Click m.fl., 2013, s. 368-369).

Click, Lee og Holladay trekker frem blant annet Caughey, som uthever spesifikke innbilte relasjoner med mediefigurer, som kjendiser av ulike slag, hvor individer (fans) i større grad viser en intens beundring (Click m.fl., 2013, s. 362; Caughey, 1984, s. 53). Videre antyder Caughey at fans ofte beskriver relasjoner ved å sammenligne det med et reelt sosialt forhold, hvor de refererer til sin helt (vedkommende de er fan av) som venn, mentor, farsfigur eller lignende (ibid). Disse relasjonene kan fungere som kompensasjon eller erstatning for utilfredstilte opplevelser i virkeligheten (Click m.fl., 2013, s. 362; Caughey, 1984, s. 49), eller som et ideal selvbilde (Click m.fl., 2013, s. 362; Caughey, 1984, s. 54).

Gaga har i lang tid vært en forkjemper for rettigheter for lesbiske, homofile, bifile og transseksuelle (LGBT), og har en markant andel fans som identifiserer seg som LGBT. Mange fans har slitt med egen identitet og opplevd seg selv som utskudd, men har funnet sammen som fans av Gaga, og brukt nettfellesskapet som et virtuelt sted hvor medlemmene kan være seg selv (Click m.fl., 2013, s. 364). I dette virtuelle stedet har de kultivert og opplevd egen identitet, både individuelt og som en del av et fellesskap (Click m.fl., 2013, s. 361). Disse innbilte relasjonene kan være svært positive, og ha viktige individuelle og sosiale konsekvenser med positiv innvirkning på den individuelle fan. I tilfellet med Gaga og *Little Monsters* har det kommet frem historier hvor den imaginære relasjonen til Gaga har reddet liv (Click m.fl., 2013, s. 373).

Sammen med forventninger fra publikumsmedlem, eller fan, beskrives det at interaksjonen mellom publikum og kjendis skal være ekte og toveis (Click m.fl., 2013, s. 366-367). Ved å for eksempel formidle informasjon som ellers ville blitt ansett som personlig vil det tilsløre grensen mellom “ekte” og “forestilte” (parasosiale) relasjoner, og medfører at fans opplever å bygge en

relasjon med kjendisen (ibid). Relasjonen føles ekte og autentisk, og gir for den aktuelle fansen en følelse av personlig nærhet til kjendisen (ibid). Selv i sosiale interaksjoner over sosiale medier mellom Gaga selv og en individuell fan, føler resten av det omliggende fellesskapet og fanbasen seg inkludert, og opplever følelsen av å virkelig kjenne henne (Click m.fl., 2013, s. 375). Fansens møte med medietekstene hun sender ut bidrar til utviklingen av parasosial interaksjonsrelasjon (engelsk: *parasocial interaction relationships*) som gir illusjonen av et ansikt-til-ansikt sosialt forhold med vedkommende (Click m.fl., 2013, s. 362).

2.6 Nettkultur: forståelse, fellesskap og deltakelse

En nettkultur kan være for eksempel Twitch-kultur, reddit-kultur eller 4chan-kultur, som alle er på internett og har en form for overordnet paraply-fellesskap, men som kan deles opp i flere underfellesskap, og der igjen i grupperinger, subgrupperinger og helt ned til hver enkelt kringkasters nettkrets, potensielle subgrupperinger innad der igjen og individer. Det kan kreve mye arbeid både å forstå, og ikke minst å få innpass i fellesskapene på nett. Det kan for eksempel kreve investering av tid for å opparbeide forståelse, og interaksjon med andre i fellesskapet til den grad hvor man oppnår anerkjennelse for deltakelse.

I sitt essay fra 2013, *Internet Memes, Identity Antagonism and the Logic of Lulz*, skriver Milner om erfaringene han har gjort seg etter Violentacrez-debatten som raste i 2012⁶. I likhet med Twitch er også 4chan og reddit to plattformer hvor nettkultur utfolder seg, og hvor brukere bruker mye av sin tid på å samhandle med hverandre, sosialisere og dele innhold. Ved å analysere memene og *hvordan* fellesskapet bruker memene de produserer på plattformene, argumenterer Milner for at deltakende fellesskap kan både tilrettelegge for livlige diskusjoner og ikke bare bygge motstand, til tross for at mange memer vitser på bekostning av deler av kjerneidentitetsmarkører som rase og kjønn (Milner, 2013, s. 62). Milner legger til at man blir antatt å være både hvit og mann på internett (Milner, 2013, s. 70; Kendall, 2002, s. 105).

Memer er et erketyrisk uttrykk for nettkultur. Memer kan uttrykkes på mange måter, som en visuell mal hvor man kombinerer bilde og tekst, som da også gjerne mikser andre midler (Milner, 2013, s. 65-66). For at memene skal anses som gode er det viktig at de møter den subkulturelle standard, normer og forventninger i de subkulturer de blir postet i, samtidig som de inneholder et individuelt kreativt uttrykk som viser en soleklar sosial dynamikk med resten av fellesskapet (Milner, 2013, s. 64). Det kreative uttrykket er brukernes personlige preg på memen, og vil ofte være en kombinasjon av tekst og bilde (ibid). Ved å delta i denne aktiviteten uttrykker brukerne til

⁶ I oktober 2012 ble 'offline'-identiteten til en kontorarbeider i Texas avslørt. Vedkommende sto bak en av de mest notoriske karakterene på reddit (Milner, 2013, p. 63).

resten av det omliggende fellesskapet at man forstår den spesifikke memen (Milner, 2013, s. 66). Reproduksjonen vil medføre en videre sirkulasjon av memen, og bidrar til en normalisering av oppførselen (Milner, 2013, s. 64). Memer kan ofte være oppfattet som små biter av populærkultur som sirkuleres og transformeres av sine (internett) brukere, som Milner argumenterer for bidrar til en delt opplevelse av kulturen (Milner, 2013, s. 65; Shifman 2013).

2.6.1 *Multi User Dungeon: Tidlig nettkultur og forståelse*

Jeg ønsker å trekke frem MUDs som et eksempel på tidlig nettkultur. MUDs (Multi User Dungeon), er et flerspillerspill som foregikk i sanntid, stort sett tekstbasert. Det er en forgjenger til dagens MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game), og er roten til spill over nett (Mortensen 2002). De tekstbaserte spillene engasjerte spillere i deltakelse i spill, og interaksjon med hverandre. Dette medførte for eksempel egenkomponert innhold som historier og dikt (Mortensen 2002; The Mud Connector 2000). Mortensen foreslår å forstå spillaktiviteten som en form for performance, og sammenligner det med å fremføre musikk (Mortensen 2002; Barthes 1977).

Mortensen peker på tre aspekter ved MUDs (Mortensen 2002). Det første er teknisk, og muligheten spillere har til å bruke mekanikk og statistikk i spillene til sin egen fordel (ibid). Det andre er kulturen som finnes inni spillene i karakter (IC) og kulturen som uttrykkes utenfor, utenfor karakter (OOC) (ibid). Det tredje aspektet er spillers forståelse av spillet, forståelse av rollespill, forståelse av i og omliggende kultur i tillegg til spillets mekanikk (ibid). Det er den helhetlige forståelsen som utgjør spillers erfaringer, også i spillet (ibid)

2.6.2 *Å bli et fullverdig medlem*

I boken *Participatory culture, community, and play* (2015) demonstrerer Massanari hvordan deltakende (nett)fellesskap har ulike typer medlemskap. Ved å bruke reddit som eksempel, beskriver hun prosessen fra å være totalt uerfaren (engelsk: *newbie*) til ekspert innen fellesskapet, da spesifikt en *redditor* (Massanari, 2015, s. 68). Selv om det ikke er en formalisert prosess å gå fra nybegynner til ekspert, foreslår Massanari at interaksjon med moderatorer kan ha lignende formål (Massanari, 2015, s. 69).

Kjernerne mekanismen i prosessen for å bli medlem av fellesskapet beskrives som legitim perifer deltakelse (engelsk: *legitimate peripheral participation*) (Massanari, 2015, s. 68; Lave & Wenger 1991), og påpeker at den samme prosessen kan alternativt sammenlignes med en læringsmodell, hvor en novise lærer ved å observere en læremester i praksis, som i utgangspunktet blir gitt lavterskel oppgaver mens man gradvis får mer ansvar og tillit, frem til novisen blir et

fullverdig medlem av fellesskapet (ibid). Dette ligner i stor grad på prosessen som blir beskrevet, hvor nye medlemmer av reddit har en tendens til å observere (engelsk: *lurk*) i en tid før de selv bidrar med innhold eller innspill (Massanari, 2015, s. 68-69).

2.6.3 Å være et medlem av et fellesskap

Baym (1998) argumenterer for at man i grupper på nett kan utvikle substansielle bånd (Lister m.fl., 2003, s. 175; Baym 1998). Dette kan skje dersom brukerne jevnlig kommuniserer med hverandre i gjenkjennbare og repeterte mønstre (ibid). Dette skjer gjennom generering av insider-informasjon i form av gruppe-spesifikk mening og kunnskap, generering av gruppe-spesifikk identiteter, formering av ulike typer relasjoner både on- og offline, generering av normativ kommunikatív atferd for en problemfri interaksjon dem i mellom (ibid).

Jeg vil trekke frem forskningen knyttet til utvikling av slike bånd vil jeg trekke frem forskning, som forøvrig er direkte knyttet til Twitch, av Hamilton, Garretson og Kernes artikkel *Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media* (2014). Forskningen presenterer en etnografisk undersøkelse av hvordan kringkastinger fungerer som møtesteder for spill-interesserte, etter å ha intervjuet både kringkastere og aktive tilskuere/deltakere på Twitch. I artikkelen presenterer de blant annet kringkastinger og chat som et tredje sted, et slags online-oppholdsrom, motivasjonene for deltakende medlemmer, viktigheten av visse typer medlemmer, og forskjeller mellom kanaler av ulik størrelse. Kringkastinger er beskrevet som åpne deltakende fellesskap av Hamilton m.fl., hvor deltakere blir oppmuntret til å engasjere hverandre i delte aktiviteter, primært i form av sosiale aktiviteter som chat (2014, s. 1315).

Det er fire komponenter som må til for å fellesskapsfølelsen: medlemskap, innflytelse, oppfyllelse av behov og emosjonell tilknytning (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318; McMillan & Chavis 1986). Medlemskapet er den første grensen, hvor man enten er inne eller ute (ibid). Alle medlemmer er på et tidspunkt nye, men gjengangere har gjort seg fortjent til sin tittel gjennom interaksjon og aksept fra andre medlemmer i fellesskapet, og ofte er det nok å bare ikke være ufordragelig (ibid). Denne prosessen er viktig for fellesskapenes vekst (ibid). Det må også presiseres at det er gjengangerne som bidrar (eller ødelegger) opplevelsen av fellesskap for nykommere, som i positiv forstand innebærer at fellesskapet oppfattes som tilnærmelig, aksepterende og oppmuntrende til deltakelse (ibid). Man kan bli en del av fellesskapet ved å samsvare sin atferd i kanalen til kringkastingens eventuelle retningslinjer eller fellesskapets norm, hvor man gir inntrykk av å dele kvaliteter og verdier med fellesskapet (ibid). Ofte består kringkastingenes sosiale atmosfære av samhandling mellom kringkasteren selv og gjengangere i

kringkastingen (ibid). Deltakere investerer ofte både tid, energi og penger i kringkastingens fellesskap på dette stadiet (ibid).

Videre tiltrekkes deltakere til grupperinger hvor de opplever at de har innflytelse i grupperingens aktiviteter (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). I kringkastinger kan dette være for eksempel deltakelse i chat hvor man får sin deltakelse anerkjent av kringkaster selv eller fellesskapet, å delta direkte i spill med kringkasteren eller lignende aktiviteter (ibid). Opplevelsen av oppfylte behov kan være i form av følelsesmessige belønninger som for eksempel fellesskapets suksess eller tilegnet kunnskap (ibid). Ved å dele historie og identifikasjon med andre medlemmer av fellesskapet utvikles det følelsesmessig tilknytninger (ibid). Hovedsakelig skjer dette gjennom ytterligere deltakelse, og det er vanligvis gjengangerne som tar ansvar for at fellesskapet skal fremstå som positivt og attraktivt for nye (potensielle) medlemmer (ibid).

Tilskuerne beskriver i studien fra Hamilton m.fl. at vennlighet er spesielt viktig, og at vennlighet reflekterer et sunt fellesskap med en kringkaster som har god holdning og atferd (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319). En kringkasters atmosfære er en refleksjon av vedkommendes holdning og verdier, og gjenspeiles i kanalens tilskueres aktivitet og deltakelse i chat (ibid). Dette betyr at for kringkasterne som utagerer negativt eller “tøyser” i sine kringkastinger, vil også dette gjenspeiles i sitt fellesskap og kanalens tilskuer-aktivitet (ibid). Tilskuere har et ønske om å bli anerkjent og samhandlet med, og selv små anerkjennelser kan oppleves som en stor belønning (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis 1986). En av tilskuerne intervjuet i Hamilton m.fl. sin studie uttaler “*Just saying hello and being nice to them, you know interacting with them, can really make their day*” (ibid).

2.6.4 Å være, eller ikke være: en ekte fan

Å være en del av et fellesskap betyr ikke nødvendigvis å ekskludere en selv fra andre fellesskaper, og man kan som individ oppholde seg i og være en del av flere forskjellige fellesskaper både på samme tid, og over tid etterhvert som interessene forandres (Jenkins, 2006, s. 136-137). Å være fan av en ting, ekskluderer en altså ikke fra å være fan av noe annet, men er flytende (ibid).

Muligheten til å flyte mellom fellesskap er også en utfordring for gamerkulturen (Taylor, 2012, s. 241-242). I dag kan mange ha dagligdags og flyktig kontakt med spill og spilling. Taylor understreker at dette er en av utfordringene for den omliggende (fan)kulturen å skille mellom *gamere* og massene som infiltrerer gamer-kulturen (Taylor, 2012, s. 241-242). På samme tid ønsker gamere sin interesse legitimisert (ibid). Dedikerte fans forsøker ofte å spre kunnskap og interesse for det de er fan av, også dataspill, og opplever å ikke få forståelse for sin interesse (Taylor, 2012, s.

235-236). Samtidig opplever noen fans det som utfordrende å beholde interessens autentisitet mens det går fra å være en nisje til å bli mainstream (ibid). Fellesskapene tar sammen stilling til hva som er (og hva som ikke er) en 'ekte' gamer, med andre ord hvem som ikke er et legitimt medlem av fellesskapet (Taylor, 2012, s. 241-242). Det kan resultere i at fellesskapene ekskluderer andre som muligens identifiserer som en del fellesskapet, men som ikke oppfyller abstrakte krav satt av fellesskapene, eller inkluderer individer som ikke selv identifiserer seg som en del av fellesskapet (ibid).

2.6.5 Deltakelse i nettkultur og fellesskap: aktiv deltakelse og gjenganger

Fordelingen mellom aktive og passive brukere på nett er svært skjev (Gentikow, 2010, s. 226; Jenkins 2006). Det finnes en regel for større online fellesskap og sosiale nettverk som baserer seg på brukergenererte bidrag, Nielsens "90-9-1-regel" (Gentikow, 2010, s. 226; Nielsen 2006). Regelen konstanterer at 90 prosent er lurkers, 9 prosent bidrar i blant og 1 prosent bidrar mye (ibid). Faktisk står den éne prosenten alene for mesteparten av bidragene totalt (ibid). Det varierer selvsagt noe mellom ulike typer nettsteder, men det er gjennomgående (og viktig å poengtere) at det er noen helt få som bidrar mye (ibid). Ved svært høy fan-aktivitet vil individets individualitet drukne og ikke lenger bli lagt merke til, og da vil et indre hierarki ta over og bestemme hvem som blir lagt merke til (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000).

I Hamilton m.fl. utpekes det to årsaker til at folk velger å delta og engasjere seg i kringkastinger. Den ene er på grunn av kringkasterens innhold, eller de liker kringkasterens fellesskap (Hamilton m.fl., 2014, s. 1315). I kringkastinger av mindre størrelse er fokuset i større grad på deltakelse, interaksjon med andre seere og bygging av fellesskap (ibid), mange opplever deltakelse i små kringkastinger som mer meningsfylt interaksjon (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316). Det er vanlig i både store og små kanaler at kringkastere forsøker å lese chat og svare sine seere samtidig som de spiller (ibid). Motivasjonen for å se på massive kringkastinger (over 1000 seere samtidig) blir forklart med at kringkasteren har et unikt innhold som tilskuer ønsker å se (Hamilton m.fl., 2014, s. 1321). Aktiviteten i kanalen gjør det utfordrende for massive kringkastere å opprettholde meningsfylt deltakelse i det aktuelle fellesskapet (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316). En løsning som blir foreslått av Hamilton m.fl. er dele opp de massive fellesskapene i mindre grupperinger, og at man på den måten vil opprettholde følelsen av fellesskap og meningsfylt deltakelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1323-1324).

Gjengangere (engelsk: *regulars*) presenteres som kjernemedlemmer i kringkasteres fellesskap, som ytterligere engasjerer seg i å bygge fellesskapet ved å engasjere andre (nye, potensielle og eksisterende) medlemmer og deltakere (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). Å bygge

fellesskapet foregår hovedsakelig via samtale (ibid). Gjennom hyggelig dialog, kombinert med delte erfaringer av fellesskapets delte historie og emosjonelle bånd, legger chat og chatting tilrette for at deltakerne skal kunne engasjeres på et dypere nivå (ibid). Det er gjengangerne som holder hverandre med selskap, i tillegg til nykommere og andre tilskuere, og det er gjennom sosiale aktiviteter de engasjerer hverandre (ibid). De engasjerende sosiale aktivitetene er det som styrker fellesskapet (ibid). En kringkasters atmosfære reflekterer kringkasterens verdier og holdninger, som gjenspeiles i det tilknyttede fellesskapet, og det er gjengangerne som omtales som “lifeblood” i kringkasteres fellesskap (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319-1320).

Etterhvert som kringkastinger på Twitch blir veldig store vil mediet (den spesifikke kringkasting) ikke lenger oppleves å ha en meningsfull diskurs, chat ender opp som en uleselig vegg, og interaksjon mellom individer stopper opp (Hamilton m.fl., 2014, s. 1321-1322). Selv om det fortsatt er en form for deltakelse å poste innhold også i store kringkastinger, vil den enkelte post ha minimal innvirkning på kringkastingen, og vil derfor ikke oppleves som like meningsfull (ibid). I disse tilfellene vil mangelen på interaksjon og deltakelse i chat heller ødelegge, fremfor å bygge, fellesskap i kringkastingene (ibid). En løsning noen kringkastere da velger er abonnentmodus (engelsk: *sub-mode*) som vil i større grad vil beholde den meningsfulle diskursen og interaksjonen selv med et stort tilskuertall på grunn av begrensningene (ibid).

2.6.6 Grad av deltakelse på nett: passiv-deltakelse og lurking

Warburton skrev i 2013 et kapittel i “Digital Identity and Social Media”: *Space for lurking: a pattern for designing online social spaces*, hvor han belyser mønsteret, funksjonen og (ikke)aktiviteten lurking. En lurker er en seer som vanligvis ikke deltar i den pågående samtalen i kringkastingene, men fortsatt observerer dette eller lignende arenaer relatert til mediet. Mens lurkere fortsatt kan oppleve fellesskaps atmosfære, deltar de ikke, men (muligens) observerer og lærer hvordan de skal delta ved en senere anledning (Warburton, 2013, s. 150-151; Nonnecke 2000, Nonnecke & Preece 2011). Dersom lurkeren venter med å delta i fellesskap til de har gjort seg kjent med det ukjente fellesskapets etikette, (kulturelle) koder, normer og atferder, kan dette spare lurkeren fra eventuelle ubehagelige erfaringer og opplevelser, og å potensielt bli bannlyst fra fellesskapet i sin helhet (Warburton, 2013, s. 154-155).

Årsaker til hvorfor noen velger å være en lurker kan variere. Det kan komme fra innsiden av individet som velger å være en lurker, som følelser av angst, å være utilpass eller en outsider, eller at for eksempel fellesskapet har spesielt uforståelige sett koder og normer (Warburton, 2013, s. 154-155). Warburton beskriver lurking som en aktivitet som kan forstås som å tilbringe tid hvor man studerer tegn (som for eksempel uttrykksikoner), utsagn, objekter og handlinger, som for

medlemmer av fellesskapet man forsøker å få innpass i, er meningsfulle (Warburton, 2013, s. 151). Ved å identifisere og forstå reglene (eller konvensjonene) for disse kodene, kodenes betydning innad i fellesskapet og konteksten som de er en del av, vil lurkeren forstå hva det innebærer å være en del av fellesskapet (ibid).

Warburton argumenterer for at man ved å lurke før deltakelse kan ha en bedre mulighet til å bli akseptert i fellesskapet (Warburton, 2013, s. 155) ved å forstå hva det innebærer, relasjoner og kontekst for de fellesskaps-spesifikke sosiokulturelle omstendigheter (Warburton, 2013, s. 151). Ved å gjennomgå en læringsprosess, derav forstå og så følge de ulike sosiale rollene og kulturelle kodene som foreligger i fellesskap, vil det gi den individuelle lurkeren en mulighet til å representere og posisjonere seg selv i fellesskapet på en positiv måte (Warburton, 2013, s. 156). Individet foretar en sosial fremføring (engelsk: *performance*) og har da både mål om å oppnå noe med det som en foretar seg, og å opprettholde et gitt (ønsket) inntrykk andre har av en selv (Warburton, 2013, s. 156; Goffmann 1959).

2.6.7 Anonymitet, trolling og ambivalent holdning

Spørsmål relatert til sosial identitet, konstruksjon av identitet på nett (nett-identitet) kontra system-identitet er sterkt tilknyttet normer for oppførsel og eventuelle negative sanksjoner (Lawrence, 2013, s. 235). I kommunikasjon som foregår over internett, i form av tekst, blir man gjenkjent via for eksempel skjerm/brukernavn (ibid). For deltakere som ønsker å holde deres virtuelle (eventuelle fan) identitet separat fra det virkelige liv, vil personlig og identifiserende informasjon være foretrukket å holdes anonymt (Lawrence, 2013, s. 235; Friedman & Resnick 1999). Dette gjelder spesielt dersom individet deltar i aktivitet som kan oppfattes som negativ og forårsake reaksjoner i det virkelige liv fra venner og kjente, profesjonelt og/eller personlig (Lawrence, 2013, s. 235-236). Reaksjoner kan også forekomme andre steder på nett som har andre koder og normer i forhold til akseptert atferd (ibid). Aktivitet som kan oppfattes negativt, på ulike steder på nett, kan være for eksempel åpenhet om kontroversielle holdninger eller trolling.

Trolling er en atferd som ofte foregår på nett bak anonymitetens slør, i utallige former og variasjoner. Å trolle er en atferd som er rent antagonistisk, det skal skape ubehag, frustrasjon, provokasjon eller lignende følelser hos andre som oppholder seg samme virtuelle sted (Milner, 2013, s. 84). Et troll som aktivt driver med trolling utfører både arbeidet med å kritisere og å drenere kulturen (Milner, 2013, s. 66; Phillips 2012). Aktiviteten (trolling) styrer både i hvilken retning innholdet går og tonen i den pågående samtalen (ibid). Samtidig som trolling ofte skaper ubehag, i tillegg til en rekke andre følelser, for andre deltakere, kan trollingen *potensielt* bidra til produktiv engasjement (Milner, 2013, s. 67-68). Ofte blir det imidlertid observert vanskeligheter for

å skille på hva som er leken ironi og hva som er direkte ufølsom atferd (Milner, 2013, s. 74; Know Your Meme udatert). Dette resulterer i at leserne, som skal tolke trollers (avsenders) beskjed ofte må anta *Poe's lov* (ibid). *Poe's lov* (engelsk: *Poe's law*) betyr at leser (mottaker) ikke kjenner til avsender, og dersom innholdet fremstår som sterkt overdrevet må mottaker anta at innholdet er en parodi (ibid). Antagelsen om *Poe's lov* er en slags avvæpnende holdnings-ambivalens til trolle-atferden (Milner, 2013, s. 84).

2.7 Annen forskning direkte tilknyttet Twitch

Det har blitt foretatt andre studier direkte relatert til Twitch som ved første øyekast har lignende problemstillinger og hentydninger som mitt forskningsprosjekt. Bründl & Hes skrev i 2015 om kringkasternes motivasjoner, men dette er ikke hva jeg ønsker å undersøke, og jeg vil derfor ikke ytterligere ta stilling til forskningen. Tom Raes masteroppgave *Twitch TV: motives and interaction, a consumer perspective* (2015) som foretok kvalitative intervjuer med en utvalgt gruppe informanter i tillegg til en kvantitativ spørreundersøkelse på nett, og bidro til innsikt i hvordan Twitch endrer konsum og erfaring i spill og spillindustrien. Raes funn foreslår at sosial- og kunnskapskapital er det som er mest motiverende for individet å delta, og at det opprettes egne spill-fellesskap innad i Twitch som tilpasses både underholdning i kringkastinger og i spillene selv (Raes, 2015, s. 81-83).

En annen masteroppgave er Max Sjöbloms *Watching others play: a uses and gratification approach to video game streaming motives* (2015), som foretok en todelt studie med både en kvalitativ og en kvantitativ tilnærming til spørsmålet om hvorvidt publikummere velger å se på kringkastinger med dataspill på Twitch. I masteroppgaven bygger Sjöblom videre på UTGs hovedmotiv for å se på dataspill-kringkastinger, og kommer frem til at fire av fem motiv stemmer godt overens med hans funn. Sjöblom påpeker utfordringer ved større kringkastinger, som oppleves som mer verdt å få anerkjennelse i enn en liten kringkasting, samtidig er det mer utfordrende for den aktuelle personen som søker anerkjennelse (Sjöblom, 2015, s. 56). Sjöblom belyser plattformens mulighet for anonymitet som potensiell grobunn for negativ atferd, som ytterligere vanskeliggjør individers søken etter anerkjennelse fra kringkaster (ibid).

I Sjöbloms pilotstudie blir det identifisert mange ulike motivasjoner, her listet i synkende rekkefølge: Ønske om å lære fra profesjonelle, ren underholdning, interaksjon med fellesskap, å se på som sport, lære om spill(et) generelt, distraksjon, å finne nye spill, å se arrangement i sanntid, interaksjon med kringkaster, fandom, personlig vinning (såkalt *stream sniping*), har ikke tilgang til spillet av ulike saker (kan ikke spille akkurat nå, har ikke råd til spillet, har ikke geografisk tilgang), avslappende å ikke spille spillet selv, følger kringkasterne utenfor spillet, nostalgi eller for

musikken (Sjöholm, 2015, s. 8). Flere av disse, som ønske om læring, ren underholdning, interaksjon med fellesskap, å se på som sport, distraksjon, interaksjon med kringkaster og musikk, ble også nevnt av mine informanter under intervjuene.

Selv om det er noen likheter mellom både Raes og Sjöbloms studier og dette forskningsprosjektet, er det viktig å presisere en del ulikheter som gjør at jeg ikke vil bruke disse oppgavene i min analyse. Både Sjöblom og Raes har foretatt en spørreundersøkelse som stort sett har blitt besvart av individer som ikke nødvendigvis er fans, men gjerne engasjerte i 'mildere' definisjoner. Jeg har et rent kvalitativt forskningsprosjekt og har utelukkende fokusert på individer som er *svært* engasjerte, som har investert både penger og tid i plattformen. Sjöbloms ar fått respondenter til undersøkelsen sin via sub-redditer, hovedsakelig knyttet til eSport, (Sjöblom, 2015, s. 36-37), mens jeg har brukt Discord-servere som enten er tilknyttet ulike (spesifikke) kringkasteres nettverk eller til Twitch/TwitchCon på en helhetlig måte. Verken Raes eller Sjöbloms undersøkelse tar høyde for de individuelle respondentenes eventuelle passive aktivitet (sekundæraktivitet) på plattformen. På grunn av dette vil jeg ikke bruke Bründl & Hes, Raes eller Sjöholms forskning som utgangspunkt.

Kapittel 3: Metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for og reflektere over metoden brukt i forskningsprosjektet. Dette inkluderer først en beskrivelse av metoden som er brukt, sammen med begrunnelse og beskrivelse av metodens fordeler og utfordringer. Så vil jeg kort beskrive informantene som en generell gruppe, rekrutterings- og seleksjonsprosessen, hvilke informanter som ikke ble inkludert i forskningsprosjektet, før jeg foretar noen refleksjoner over utvalget og hva det har å si for mitt forskningsprosjekt.

Videre vil jeg beskrive og redegjøre for intervjuguidens ni deler, før jeg vil beskrive pilotstudiet som jeg gjorde i forkant og hvilke konsekvenser det hadde for forskningsprosjektet. Jeg vil reflektere over intervjuguiden slik den ble etter pilotintervjuet, før jeg utdyper om intervjusituasjonen og -samtalene, og refleksjoner gjort i etterkant av intervjuene. Jeg vil redegjøre for arbeidet etter de utførte intervjuene, som transkripsjon, analyse av den innsamlede empiri. Dette inkluderer anonymisering av kringkastere, og problematiserte oversettelser og slang. Jeg vil til slutt ta en vurdering på de etiske hensyn i forskningsprosjektet, som personvern, min rolle i forhold til plattformen, og min rolle i forhold til informantene.

3.1 Kvalitativ metode

Det er i dette forskningsprosjektet brukt kvalitative intervju. Jeg ønsket gjennom intervjuene å få mer inngående kunnskap om hvorfor og hvordan informantene opplever og tenker om sine relasjoner til Twitch og andre mennesker på plattformen. På grunn av ordlyden i den utformede problemstillingen, med ord som *erfaringer* og *opplevelser*, hadde jeg allerede fra starten av tenkt på kvalitativ metode. Med en eksplorativ tilnærming, ønsket jeg at intervjuguiden skulle fungere veiledende for hvilken retning intervjuene generelt skulle ta for å utforske potensielle fenomen, men samtidig holdt intervjusamtalen innenfor det jeg ønsket å vite om informantenes bruk og erfaringer. Gentikow skriver at intervjuguider med åpne spørsmål er vanlig for denne typen forskning (Gentikow, 2005, s. 36-37). Taktikken medfører at spørsmålene ikke er så fastlåste at de begrenser informanten i å fortelle om sin bruk og sine erfaring dersom de avviker fra forventet eller tradisjonell bruk, og er en fin måte å avdekke ambivalenser (ibid).

Forskningsprosjektet har de fleste trekkene man forventer av kvalitativ metode med en eksplorativ og induktiv fremgangsmåte, hvor man har først samler inn omfattende empiri og så setter det i sammenheng med teori og utvikler hypoteser deretter (Gentikow, 2005, s. 38-40). Dette fungerer spesielt godt for problemstillinger hvor det foreligger i utgangspunktet lite forhåndskunnskaper om det aktuelle fenomenet man ønsker å undersøke nærmere (ibid).

Fremgangsmåten inkluderer et lite utvalg, nærhet til informantene med personlige dybdeintervju eller -samtale, mindre vekt på hypotese, en intervjuguide med åpne spørsmål og åpenhet for ambivalenser, med et fokus på at informantene skal formulere sine opplevelser med egne ord (Gentikow, 2005, s. 36). Selve prosessen er en fleksibel prosess, i motsetning til kvantitativ forskning som er en strengt formalisert forskningsprosess med standardregler (ibid).

Forskningsprosjektet fokuserer på komplekse tematisering av hva og hvordan informantene får ut av sitt mediekonsum, både sosialt som ved relasjoner og som kilde for underholdning på en hverdagslig basis, og dette har jeg undersøkt ved å tematisk analysere informantenes utsagn (Bruhn Jensen, 2012, s. 277-278). På grunn av dette vil forskningsprosjektet passe godt innunder publikumsstudier og bruksstudier. Tilnærmingen tar utgangspunkt i at publikum er aktive og bruker mediene for å tilfredsstille sine behov og ønsker, hvor analysen tar utgangspunkt i min tolkning som forsker (Schrøder m.fl., 2003, s. 30).

Denne type forskning sliter med svakheter relatert til generalisering og reliabilitet, men har fordeler som informasjonens dybde (Schrøder m.fl., 2003, s. 30-31). Informantene ordlegger seg på sin måte, og selv om de kanskje mener noenlunde det samme, kan det ved første øyekast se veldig annerledes ut. Dessuten kan det foreligge andre svakheter, som at informanten selv misoppfatter eller ikke klarer å korrekt formulere sine tanker og følelser på en slik måte at jeg som forsker klarer å forstå hva vedkommende virkelig mener (Schrøder m.fl., 2003, s. 42; Morley, 1989, s. 25). Det har vært spesielt viktig som forsker å ha en åpen tilnærming, og ikke la egne forutinntattheter styre problemstillingen eller intervjuene (Gentikow, 2005, s. 39).

Resultatet av kvalitativ forskning er i utgangspunktet ustrukturert (Gentikow, 2005, s. 36), ofte spekulativt, med et mål om å forstå og beskrive (Schrøder m.fl., 2003, s. 32-33). Å systematisere dette datamaterialet kan være utfordrende. I forsøk på å organisere dataene på en mest mulig konstruktiv og oversiktlig måte har det blitt brukt en tilnærming som Kvale og Brinkmann kaller *meningsfortetting*, hvor svarene fra hver enkelt informant blir komprimert til et kort svar, og disse komprimerte kortsvarene har jeg satt inn i et Excel-dokument (Kvale m.fl. 2009). Datamaterialet har så blitt gjennomgått grundig, analysert, satt i overførbare begrep, kontekstualisert og fortolket for å gi ny kunnskap (Gentikow, 2005, s. 36).

3.1.1 Forskningens kvalitet og metodiske utfordringer

Å generalisere kvalitative studier kan være utfordrende. Resultatene jeg har fått fra forskningen som har blitt utført kan definitivt ikke generaliseres til å gjelde for alle brukere på Twitch, på grunn av det lille og svært spesifikke utvalget informanter (Schrøder m.fl., 2003, s. 116). Ved hjelp av analyse

kan man derimot oppdage og belyse interessante mønster, som igjen kan bidra til med å forsterke eller potensielt bidra med ny kunnskap omkring allerede foreliggende fenomen (ibid). Det er nettopp disse mønstrene som er interessante å poengtere for denne masteroppgaven (Bryman, 2012, s. 389-390).

Kvalitetssikring i kvalitativ metode kan foregå via forskjellige typer triangulering (Gentikow, 2005, s. 157-158). For dette forskningsprosjektet har det vært hensiktsmessig å fokusere på en triangulering gjennom selvrefleksivitet, som betyr at jeg som forsker utvikler motforestillinger som skal avkreftes eller bekreftes (ibid). Gentikow beskriver det som en forlengelse av Kvaales begrep “kommunikativ validitet” i form av en generaliseringsprøve, hvor det beskrives som gyldig kunnskap som vil oppstå når motstridende påstander blir diskutert i en dialog (Gentikow, 2005, s. 157-158; Kvale, 2000, s.170).

For forskningsprosjektets reliabilitet er det svært viktig å samle inn informasjonen systematisk (Schrøder m.fl., 2003, s. 147). Dette har vært noe utfordrende i forskningsprosjektet som følger av menneskelige feilberegninger som har medført jetlag og glemsomhet. Enkelte av intervjuene bar preg av at jeg som intervjuer var svært sliten, dette var et resultat av jetlag. I etterkant av transkripsjonen oppdaget jeg noen hull i enkelte intervjuer, hvor jeg har glemt å spørre informantene enkelte spørsmål, som for eksempel Benny og hvorvidt det hender at han drikker alkohol og ser på Twitch samtidig. Selv om jeg hadde reist bort til San Diego noen dager tidlig for å tilpasse meg tidssonene før konvensjonen, var ikke tilvenningsperioden på 2 dager fra da jeg ankom California til jeg hadde første intervju nok. Dette skapte noen utfordringer med at jeg sovnet svært sent, våknet enormt tidlig og fikk svært lite søvn.

I retrospekt burde jeg ha startet arbeidet med å enten snu døgnet hjemme i Norge før reisen eller reist og startet tilvenningen tidligere, og på den måten vært mer opplagt under intervjuene. Med 9 timer tidsforskjell er det nødvendig med en lengre tilvenningsperiode for å være helt årvåken, slik som intervjusituasjon krever av forskere, for å holde fokus (Gentikow, 2005, s. 46). Jeg har ved kontakt fått kontaktinformasjonen til alle informantene, slik at dersom nødvendig kunne jeg kontakte de for oppfølgingsspørsmål eller avklaring ved utydelige svar. Jeg valgte å ikke foreta et oppfølgingsintervju fordi informasjonen som manglet tilsynelatende ikke ble oppfattet som essensiell for problemstillingen, i tillegg til at det etterhvert som jeg ble ferdig med transkripsjonen hadde gått betydelig tid siden informantenes opprinnelige intervju.

3.2 Informantene

Forskningsprosjektets utvalg kan oppsummeres som å generelt være 9 menn og 1 kvinne mellom 22 og 36 år, som alle er deltakere ved TwitchCon 2016, og som tilbringer minimum 20 timer hver uke på plattformen som publikum. Informantene er generelt en homogen gruppe, da 7 av 10 er hvite, single menn: 9 av 10 er single; 9 av 10 er hvite; 9 av 10 er menn. Det viser seg at informantene er relativt heterogene ved andre aspekt, som kultur- og nyhetskonsument.

I forkant av rekrutteringsarbeidet ønsket jeg å finne informanter som tilbrakte minst 20 timer hver uke, hovedsakelig som publikum, og som var over 18 år. Minimumsgrensen ble satt på 20 timer på bakgrunn av statistikk som tilsa at 58 prosent av brukerne av Twitch bruker 20 timer eller mer på Twitch hver uke (Eadicicco 2014b). Jeg ønsket også i utgangspunktet å finne voksne mennesker med en eller annen form for voksen obligasjon, samtidig som vedkommende tilbrakte mye tid på mediet. Tanken bak dette var finne informanter som prioriterer å bruke fritiden sin på Twitch. Utvalget har derimot endt opp med å bli mer spesifikt enn først tiltenkt.

Jeg vil nå kort forklare hvilke forutsetninger jeg hadde i forkant av rekrutteringsprosessen, i forhold til hvilke informanter jeg ønsket å ha med i studien, i tillegg til en utbrodering om selve rekrutteringsprosessen. Til slutt vil jeg også forklare omstendighetene hvorfor enkelte informanter ikke ble inkludert, eller ble kuttet fra studien. Hver enkelt informant vil bli introdusert og beskrevet i 4.1 Presentasjon av informantene (s. 62-69).

3.2.1 Utlysning, rekruttering og seleksjon

Jeg brukte flere forskjellige Discord-servere relatert til Twitch, kringkastere på Twitch og TwitchCon for å rekruttere informanter. I serverne postet jeg beskjeder hvor jeg kort beskrev forskningsprosjektet, hvilke type informanter jeg var på jakt etter, og ba interesserte om å kontakte meg gjennom private meldinger. Utover å poste i Discord-serverene postet jeg også lignende beskjeder TwitchCon sin egen applikasjon mens konvensjonen pågikk. Jeg postet også i TwitchCons egen subreddit, uten respons. Det var i stor grad flere som meldte seg som interesserte enn de som i realiteten passet innenfor ønsket seleksjon, som valgte å videresende informasjonen om forskningsprosjektet til andre som potensielt kunne passe. Dette følger selvseleksjon, hvor folk har blitt invitert til å delta og selv må melde sin interesse (Gentikow, 2005, s. 80).

Alle utenom tre informanter er rekruttert via et bredt utvalg Discord-servere. Informantene som ble rekruttert via andre kanaler enn Discord-servere var informant Egon, som selv meldte seg via Twitter etter å ha sett posten TwitchCon-applikasjonen. Informant Valborg er en personlig venn av en kringkaster med partnerskapsavtale som anbefalte henne å stille som informant etter jeg hadde

pratet med han om forskningsprosjektet i løpet av konvensjonen. Informant Jens ble introdusert personlig som interessert etter en annen informant (Alfred) som allerede hadde blitt intervjuet hadde pratet med vedkommende og bedt han kontakte meg for å bidra til forskningsprosjektet. Både Ingeborg og Jens kan sies å ha blitt rekruttert som et resultat av snøballsmeoden, mens Egon faller innunder tilgjengelighetsprinsippet (ibid).

På grunnlag av hvordan informantene er rekruttert, har jeg som inntrykk og vil anta at disse informantene i større grad er kontaktsøkende individ, sammenlignet med andre som ikke valgte å ta kontakt. Dersom jeg hadde valgt en annen form for rekrutteringstaktikk hvor mindre kontaktsøkende individer hadde deltatt i studien, kan man tenke seg at funnene ville sett annerledes ut. Spesielt informantene som er rekruttert ved selvseleksjon kan sies å være antatt mer engasjerte, som kan være svært positivt for innsamling av datamaterialet, dog også potensielt mer forutsigbart og ensidig (ibid).

3.2.2 Informanter som ikke ble inkludert i forskningsprosjektet

Det var flere informanter som meldte seg som interessert i å være deltakere i forskningsprosjektet. Ved kontakt ble det derimot klart at flere, opp mot halvparten av de som meldte seg, ikke brukte Twitch nok som publikum, og at de selv estimerte at de brukte mindre enn 20 timer. Etterhvert som dette ble en gjentakende faktor spurte jeg om dette inkluderte tiden de brukte på plattformen samtidig som de gjorde noe annet, altså som sekundæraktivitet. Da var det flere som bekreftet at dersom de medregnet sekundæraktivitet ville de gå over minimum for antall timer tilbrakt på Twitch, og som kunne bli tatt med videre i prosessen. Til tross for at det i utlysningen sto eksplisitt beskrevet at jeg ønsket å komme i kontakt med brukere som *hovedsakelig* tilbrakte sin tid på Twitch som publikum og ikke som kringkaster, var det en håndfull interesserte som meldte seg, men som oppga å være nesten utelukkende kringkastere. Disse ble ikke tatt med videre i prosessen for seleksjon.

Det var et problem med frafall etter informanter hadde meldt sin interesse. Spesifikt var det tre informanter, to kvinner og en mann, som i utgangspunktet ga inntrykk for at de var svært interesserte i å stille til intervju. Med to av informantene hadde vi avtalt spesifikk dag, men ikke tid, da de var usikre på når de ville ankomme konvensjonen. De tre potensielle informantene var responsive frem til konvensjonen startet, hvor det da plutselig ikke lenger kom noen respons da jeg forsøkte å avtale konkret tidspunkt og tid for oppmøte.

Kun ett intervju i forbindelse med forskningsprosjektet ble kuttet etter det var blitt utført, intervjuet med informant Christine. Under intervjuet beskrev Christine sin bruk som minst 20 timer

ukentlig på plattformen som tilskuer, og omtrent 15 timer ukentlig som kringkaster. Etterhvert ble det derimot klart at brorparten av de 20 timene som tilskuer var som moderator og administrator for en større kringkaster med over 750 000 følgere på Twitch. For timene som administrator fikk hun betalt per time, og da hun tilbrakte tid som seer var det nesten utelukkende på kanaler som var knyttet opp mot et kringkastingsfellesskap hun var en del av, hvor hun drev relasjon- og fellesskapsbygging med medlemmene for å styrke sin egen posisjon som kringkaster. Det viste seg også at de 15 timene hun tilbrakte som kringkaster var med et stødig sendeskjema, og hun hadde på tiden opparbeidet seg over 2500 følgere på Twitch. Det ble derfor tydelig at Christines tid på plattformen er arbeidstid direkte knyttet til plattformen, og at det ikke for henne var en fritidsaktivitet, til tross for at hun hadde blitt informert om dette på forhånd om hvilke kvalifikasjoner som var ønskelig for informantene. Hun ble derfor kuttet fra forskningsprosjektet.

3.2.3 Refleksjoner over utvalget

Det er nødvendig å belyse at utvalget må beskrives som tilnærmet homogen, da alle informanter utenom én er mannlige, og alle informanter utenom én (annen) er hvite (Gentikow, 2005, s. 79). Jeg skulle selvsagt ønske at det hadde vært mulig å få et mer variert utvalg, men på grunn av utfordringer relatert til hvem som selv meldte seg, og hvem som faktisk stilte opp til intervju, ble utvalget som det ble.

Det kan diskuteres i hvilken grad utvalget er faktisk demografisk representativt for plattformens brukere, men det har vært utfordrende å oppdrive konkrete og legitime kilder som viser demografien på Twitch i detalj. Tidligere forelå det en demografisk analyse på Quantcast(.com/Twitch.tv), men det forelå noen uregelmessigheter i analysen som gjorde at den ikke fremsto som legitim, deriblant plutselige og voldsomme fall og endringer i tall, som ga inntrykk av at det kunne være noen form for feil i de innsamlede dataene som ble presentert. Etter å ha kontaktet Quantcast med spørsmål om disse uregelmessighetene har resultatet blitt at den demografiske analysen ikke er tilgjengelig for allmenn åsyn, spesifikt siden januar 2017 (Quantcast udatert). Det etterlater veldig få demografiske detaljer å forholde seg til. I følge Twitch Advertising er 75 prosent av Twitch-brukere menn, og 73 prosent er mellom 18 og 49 år (Twitch Advertising udatert). Det betyr at optimalt sett skulle forskningsprosjektet hatt minst to ekstra kvinner, på da totalt 12 informanter, eller en ekstra (totalt to) kvinnelige informanter, og så kutte tre mannlige informanter, og da hatt to kvinnelige av totalt åtte informanter.

Samtlige informanter deltok på TwitchCon og hadde enten dags- eller helgepass for fans. Billett-typen beskrives som å være for fans, medlemmer av fellesskapet og generelle *gaming-entusiaster* som elsker dataspill. De aller fleste informantene har også kommet langveis fra, enten

fra en stat ellers i USA eller utenlands, og har i tillegg til kostnad for billett hatt betydelige kostnader for reise- og losji i forbindelse med sin deltakelse ved konvensjonen. Det må derfor regnes med at samtlige informanter bruker en betydelig pengesum på sin interesse for Twitch. Dette er essensielt for i hvilken grad man definerer informantenes investering og dedikasjon til kringkastere på Twitch, og plattformen i sin helhet.

3.3 Intervjuguide

Jeg vil nå beskrive og redegjøre for intervjuguiden⁷ og presentere den del for del. Jeg vil i løpet av redegjørelsen også belyse årsakene for hvorfor jeg valgte å spørre de spørsmålene som er beskrevet. Etter å ha beskrevet intervjuguiden i sin helhet vil jeg reflektere over i hvilken grad spørsmålene var gode, i hvilken grad intervjuguidens struktur kunne ha sett annerledes ut.

3.3.1 Beskrivelse av og redegjørelse for valg i intervjuguide

Intervjuguiden er utformet i ni deler, og ble skrevet på engelsk da det var forventet at intervjuene ville foregå på engelsk. Det har vært essensielt å utarbeide spørsmål som lar seg overføre til undersøkbare begrep, som ikke er for abstrakte eller for brede (Bryman, 2012, s. 90-91). Under arbeidet har jeg forsøkt å holde spørsmålene gode, åpne, presise og klare (Gentikow, 2005, s. 92-93). Jeg vil nå kort presentere de ulike delene og begrunne hvorfor disse står som de gjør.

Første del er bakgrunnsinformasjon om informantene, det var tiltenkt at den praktiske informasjonen skulle fungere som en oppvarming hvor informantene ikke skulle føle at de kunne svare noe feil eller tenke for abstrakt (Schröder et al, 2003, s. 157). Deretter følger praktiske spørsmål om vedkommendes bruk av Twitch. I andre del er hvor jeg ønsker å gå i dybden for å undersøke informantens bruksmønster. Dette inkluderer spørsmål om deres introduksjon til Twitch, når og hvordan de bruker plattformen, eventuelle endringer i bruksmønster, hvordan de finner nytt innhold og om de er gjengangere i noen kringkastinger.

Tredje del relaterer til sjanger og innhold, hvor informanten beskriver sitt favoritt-innhold og forklarer hvorfor det er favoritten. Fjerde del handler om sosialisering på plattformen, hvor informantene blir bedt om å forklare hvem de snakker med, hvem de foretrekker å prate med og hva de prater om, dersom de velger ta del i sosialiseringen på Twitch. Dette er for å avdekke hvordan de bruker plattformen, og hvorvidt fellesskapet er viktig for informanten.

⁷ Vedlegg 1: Intervjuguide.

Femte del fokuserer konkret på informantens relasjoner til kringkastere, hva som gjør en kringkaster god og eventuelle forskjeller på store og små kringkasteres kanaler. Finansielle spørsmål kommer også i denne delen, og informantene blir bedt om deres følelser og holdninger omkring ulike måter kringkastere kan tjene penger på Twitch (donasjoner, reklame, abonnenter og annet). Tanken bak dette var å finne ut i hvilken grad de rettferdiggjør pengebruk i forhold til deres relasjon til kringkasterne.

Sjette del handler om informantens holdninger og erfaringer, eventuelle identifisering med øvrig nettfellesskap, vennskap med andre fans, både på plattformen og i det virkelige liv. Syvende del er tematisert omkring ulike negative følelser, som beskrivelser av dårlige kringkastere, negative erfaringer i form av kommentarer på konsum og lignende. Et av spørsmålene ber informantene om å reflektere over hva de tror de ville brukt tiden sin på, dersom Twitch ikke fantes. Tanken bak spørsmålet var å avdekke eventuell en skyldfølelse og negative erfaringer både på og utenfor Twitch (Schrøder m.fl., 2003, 157-158).

Åttende del består av spørsmål omkring informantenes rutiner og hverdagsliv, som deres nyhets- og kulturkonsum, i tillegg til deres personlige spillhistorie og andre hobbyer. Målet med spørsmålene var å få et generelt inntrykk av hvilken type person vedkommende er i forhold til kultur og nyheter (Schrøder m.fl., 2003, s. 157-158), og om Twitch fungerer som en erstatter for eller supplement til deres øvrige mediehverdag.

Til slutt, i niende del, blir informanten spurt om deres eventuelle fremtidige ønsker og ambisjoner i forbindelse med plattformen, og hvorvidt det inkluderer å være en del av Twitch både på fritiden og eventuelt profesjonelt. Siden disse spørsmålene kan oppleves som litt abstrakte og vanskelige å svare på for informanten dersom de hadde blitt spurt i starten av intervjuet, ble de spurt til slutt (Schrøder m.fl., 2003, s. 156-157). Intervjuet blir avsluttet med et spørsmål om informanten tror han eller hun vil fortsette å tilbringe tid på Twitch, og hvorvidt vedkommende anser Twitch som viktig for dem, sett i lys av hva som har blitt pratet om under intervjuet.

3.3.2 Pilotstudie

Som en del av en eksplorativ tilnærming foretok jeg et pilotstudie i forkant av de resterende intervjuene i forskningsprosjektet. Dette gjorde jeg for å teste ut hvordan intervjuguiden og intervjusituasjonen fungerte. Jeg var i utgangspunktet usikker på intervjuguidens organisering og spørsmål, om jeg ville få noe konstruktive svar relatert til problemstillingen, intervjuenes lengde, og hvorvidt det ville fungere greit å foreta intervjuer over nett fremfor i person. Jeg har ved tidligere anledninger hatt noe erfaring med personlige intervjuer, men var fra starten av klar over at det

kunne være utfordrende å få tak i informanter og holdt derfor mulighetene åpen for at det kunne bli aktuelt å utføre intervjuer over nett. Test-informanten oppfylte de samme kravene som jeg har satt til resterende informanter, hensikten med dette var at pilotstudiet skulle være mest mulig likt intervjuene som skulle være med i forskningsprosjektet (Gentikow, 2005, s. 81-82).

Intervjuet ble foretatt 23. september 2016 over i en privat lyd-samtale over Discord. Vedkommende ble rekruttert via en Discord-server relater til en kringkaster Twitch som ikke lenger aktivt kringkaster, ingen andre informanter har blitt rekruttert fra denne serveren. Informanten var svært snakkesalig, og jeg fikk ikke inntrykket av at vedkommende opplevde spørsmålene som spesielt ubehagelige eller vanskelige å svare på. Det skal presiseres at under pilotstudien fungerte spørsmålet om “I was there”-øyeblikk meget godt, og at informanten besvarte dette på en utfyllende måte, i motsetning til resten av informantene.

Etter intervjuet med test-informanten fant jeg ut at intervjuguiden behøvde en kraftig revidering i hvordan intervju spørsmålene ble presentert, og valgte etterpå å kategorisere disse etter tema, slik som presentert i intervjuguide. Omorganiseringen medførte bedre flyt og en mer strømlinjet samtale i de på følgende intervjuene. Jeg endte opp med å omformulere noen spørsmål som jeg oppfattet som for åpne for informanten, som personlig bruk, kulturelle aktiviteter og andre fritidssysler. I tillegg valgte jeg å fjerne noen spørsmål relatert til andres bruk, og å legge til noen flere spørsmål om blant annet pengebruk på plattformen, bånd til andre i publikum, erfaring med dataspill tidligere i livet, samt fremtidige ønsker og ambisjoner.

På grunn av at pilotstudiet endte opp med å være så annerledes sammenlignet med resten av intervjuene i forskningsprosjektet, har det ikke blitt inkludert i studien. Intervjuet har ikke blitt transkribert eller analysert, og lydopptaket har blitt slettet.

3.3.3 Refleksjon over intervjuguide

Etter intervjuene ble utført har jeg oppdaget noen svakheter med organiseringen av intervjuguiden og intervju spørsmålene. Disse vil her belyses og det vil begrunnes hvorfor akkurat disse spørsmålene ikke fungerte som opprinnelig tiltenkt.

Under intervjuene ble det i stor grad brukt en del tid i starten på å finne ut for eksempel hvor mange kringkastere de følger, hvor mange følgere de har og lignende. Dette medførte at starten av flere intervjuer gikk knotete for seg, og intervjusamtalen fløt ikke spesielt bra før senere i intervjuet. I retrospekt ville jeg ha tatt til vurdering å enten be informantene sjekke opp denne informasjonen i forkant, eller at de oppga sine skjermnavn til meg som forsker, så kunne jeg ha sjekket dette selv i ettertid. Flere informanter ga uttrykk for å synes at det var litt tøysete og morsomt å be om deres

kjønn i intervjuet. Spørsmålet var kanskje overfladisk og unødvendig, da de fleste fremsto som kjønnsnormative individer, samtidig kunne det ha hendt at noen identifiserte som noe annerledes enn hva de fremstår som, og det var derfor viktig å sjekke.

Noen spørsmål som ikke fungerte som de var tiltenkt. Spesielt spørsmålet “*I was there*”-øyeblikk, da tiltenkt som et spesielt minneverdig øyeblikk eller hendelse som har skjedd i løpet av kringkastinger hvor informanten var tilstede, står ut som et spørsmål som var spesielt dårlig formulert, da flere informanter behøvde en forklaring på spørsmålet. Selv etter nærmere forklaring var det få informanter kunne svare på spørsmålet, til tross for at de gjerne på andre tidspunkt under intervjuet hadde forklart ting de husker har spesifikke hendelser fra kringkastinger de har vært i. Opprinnelig hadde jeg en hypotese om at informantene ville ha minner de ønsket å dele fra plattformen, og jeg antok at det kunne gi meg en form for inntrykk av hvorfor plattformen var viktig for dem. Jeg hadde i forkant av intervjuene sett for meg paralleller mellom begivenheter på Twitch og fjernsynsbegivenheter (Enli m.fl., 2010, s. 206-209), eller andre tidligere studier på Twitch som beskrev delte erfaringer som viktig erfaring for fellesskapet (Hamilton m.fl., 2014, s. 1320), og at spørsmålet ville bidra til å illustrere dette. Det gjorde det imidlertid ikke. Selv de informantene som oppfattet spørsmålet med en gang, ga generelt uttrykk for å ikke ha noen av denne typen minner, selv om også de senere beskrev situasjoner og minner som ligner på hva jeg som forsker i utgangspunktet hadde tiltenkt som svar på spørsmålet. En av disse blir belyst i 4.5.2 Når kringkaster inspirerer (s. 92-93).

Det fremkommer i noen intervjuer at det ikke er første gang de er på TwitchCon eller lignende konvensjon. Med tanke på at intervjuguiden ble laget før det var klart at jeg kun skulle bruke deltakere ved TwitchCon i utvalget, har jeg i ettertid opplevd at jeg mangler et spørsmål om hvorvidt de deltar ved andre og/eller lignende konvensjoner. Dersom jeg hadde bedt informantene om å utbrodere dette i større grad, kunne jeg kanskje ha avdekket flere aspekter ved informantenes pengebruk relatert til plattformen. Selv om det fremkommer noe informasjon i enkelte intervjuer, innser jeg i retrospekt at jeg burde ha spurt og undersøkt informantenes motivasjon for å dra på denne typen konvensjoner.

Utover dette kunne intervjuguiden ha blitt strukturert annerledes, ved å for eksempel samle alle spørsmål relatert til sosialisering i en post, i stedet for å gå frem og tilbake mellom sosialisering mellom informanten og kringkaster, og informanten og andre deler av publikum og nettfellesskap. Noen av spørsmålene endte opp med å fungere litt som ja/nei-spørsmål, hvor jeg måtte be informanten utdype mer etter de hadde svart. Disse spørsmålene kunne med fordel ha blitt formulert annerledes. Spørsmålet relatert til Twitch-chat kan tilsynelatende ha en merkelig posisjon i intervjuet, og det kunne vært hensiktsmessig at dette heller hadde blitt spurt i relasjon med

sosialisering *på* plattformen, som ved andre i publikum, og ikke mellom sosialisering utenfor plattformen og sosialisering i det virkelige liv.

3.4 Intervjuene

11 intervjuer ble utført mellom 28. september og 3. oktober 2016 i San Diego, California. Et av disse intervjuene har blitt kuttet fra forskingen. De resterende 10 intervjuenes varighet er mellom 47 til 98 minutter, hvor halvparten er mellom 60 til 70 minutter. Tre intervjuer strakk seg over 80 minutter, da det var tre svært snakkesalige informanter.

Jeg skal nå beskrive omstendighetene for intervjusituasjonen, rent praktisk og metodisk. Deretter vil jeg beskrive refleksjoner jeg har hatt i forbindelse med dette i etterkant av intervjuene, og en redegjørelse for hvorfor jeg har tatt de valgene som har blitt tatt også i ettertid.

3.4.1 Intervjusituasjon

Under alle intervjuene hadde jeg intervjuguiden tilgjengelig på et nettbrett, og var normalt pent kledd, slik at informantene skulle ta meg seriøst som forsker, samtidig som jeg fremsto som en likemann (Gentikow, 2005, s. 49). Informantene som ble rekruttert på forhånd hadde fått tilsendt samtykkeskjema⁸ elektronisk i forkant av intervjuet, mens de som ble rekruttert i løpet av konvensjonen fikk lese gjennom før intervjuet startet. Alle informantene fikk en kopi av samtykkeskjemaet etter intervjuet.

En diktafon med ekstern mikrofon ble brukt for lydopptak av intervjuene. Intervjuene ble utført ved at vi (forsker og informant) satt side om side. I utgangspunktet skulle alle intervjuene bli utført i en cabana (liten privat hytte/avlukke) i baren på et hotell i nærheten av konvensjonen. På grunn av konflikter i planlegging ble det nødvendig å finne alternative løsninger for omtrent halvparten av intervjuene. Alle intervjuene fant sted i rolige omgivelser med en avslappet atmosfære. Det var kun under to intervjuer det opplevdes noe forstyrrelse fra forbipasserende.

3.4.2 Intervjusamtalene

Intervjuene foregikk som samtaler, hvor jeg i utgangspunktet forsøkte å ikke kjøre en hard linje på rekkefølgen på spørsmålene dersom informanten selv havnet inn på emner vi senere ville gå innom. Tanken var å la intervjusamtalen ha en god og naturlig flyt hvor jeg aktivt lyttet og fulgte opp uttalelsene til informantene (Schröder m.fl., 2003, s. 143). Som man kan observere i transkripsjonen

⁸ Vedlegg 2: Samtykkeskjema.

foregikk samtalen ofte med høy intensitet med engasjement, som medførte en del avbrytelser av hverandre. Enkelte informanter, som Harry, Gudmund og Frank, gikk på lengre tirader med svært utdypende svar, men tidvis også pratet seg litt bort fra det opprinnelige spørsmålet (Gentikow, 2005, s. 49-50), og det var viktig at jeg som forsker holdt fokus og ledet informanten tilbake på riktig spor når nødvendig (Gentikow, 2005, s. 45-46). Mange av disse lengre besvarelsene, eller fortellingene, er dog nøyaktig hva man streber etter når man bruker kvalitativ metode (ibid). Det forekom i intervjuene at det var nødvendig med presiseringer av uttalelser, hvor jeg oppfattet behov for å bekrefte at jeg forsto informanten korrekt for å unngå misforståelser (Gentikow, 2005, s. 58-59), og stilt oppfølgings spørsmål der det er nødvendig (Gentikow, 2005, s. 92-93).

Etter hvert konkluderte intervju spurte jeg informanten om vedkommende hadde noe å legge til, om hen hadde noen spørsmål om forskningsprosjektet, og hvordan hen hadde opplevd intervjusituasjonen. Få hadde noe å legge til eller spørsmål. Generelt uttrykte informantene motivasjon til å fortsette å tilbringe tid på plattformen, og uttrykte ingen skyld eller negative følelser relatert til sin tidsbruk på Twitch. Dette anser jeg som positivt, at de etter selvrefleksjon i intervjuet ikke opplever negative følelser relatert til sin mediebruk, da det ikke var hensikten fra min side som forsker.

Da informantene dro fra intervjusituasjonen noterte jeg kort noen notater om informantens kroppsspråk og min oppfattelse av vedkommendes holdning. Jeg har valgt å inkludere dette i presentasjonen for hver informant for å gjøre det enklere for leser å oppfatte tonen av intervjuet.

3.4.3 Refleksjoner i etterkant av intervjuene

Stort sett har jeg vært i noenlunde samme alder som informantene. Potensielt fordelaktig med dette er at jeg i stor grad ikke har fremstått som svært ung eller svært gammel for å intervju informantene (Gentikow, 2005, s. 49). Flere av informantene uttrykket overraskelse over at jeg er en kvinne da vi møttes etter å ha fått kontakt over nettet. Det er vanlig å bli antatt å være hvit mann på internett, så dette var egentlig ikke særlig overraskende (Milner, 2013, s. 70; Kendall, 2002, s. 105). Det er i noen sosiokulturelle miljøer utfordrende for kvinner å få innpass (Gentikow, 2005, s. 49). I utgangspunktet hadde jeg ikke inntrykket av at informantene følte at det har vært vanskeligere å uttale seg på grunnlag av at jeg har vært kvinne, med unntak av enkelte momenter hvor informanter har forsøkt å unngå å prate om såkalte puppekringkastere (engelsk: *booby streamers*)⁹ (ibid). Under intervjuene lot jeg informantene selv komme inn på dette temaet, men kringkasters kjønn ble tildels likevel et tema for noen informanter.

⁹ En puppekringkaster (engelsk: *booby streamer*) er vanligvis en utfordrende kledd kvinnelig kringkaster, ofte også med seksualiserende atferd.

Jeg har oppdaget noen steder i intervjuene hvor jeg kan ha ledet noen av informantene til svarene, da i form av ordlegging og terminologi (Gentikow, 2005, s. 48). Ord og uttrykk brukt av andre informanter fløt gjerne over i de neste intervjuene, og det kan ha bidratt til at informantene begynte å prate om disse tingene. Et eksempel på dette er i intervjuet med Egon, hvor han beskriver en type kringkastere som bruker publikum som 'troller' for å få oppmerksomhet, eller som er pådrivere for denne typen atferd i sin kanal. Til dette svarer jeg "*I would call them troll baiters*", og Egon stemmer i og bruker samme begrep kort tid senere for å fortsette beskrivelsen. Da jeg spør om han har hørt uttrykket før, for å sjekke om jeg legger ord i munnen på han, bekrefter han å ha hørt det tidligere, men at det er et uttrykk han ikke pleier å bruke. Det er nettopp disse mer hjelpne svarene som ikke kan regnes som like verdifulle som dersom informanten hadde kommet med de selv (Gentikow, 2005, s. 45). I utgangspunktet ønsker man at informanten selv skal styre begrepsbruket (Gentikow, 2005, s. 49), og sine egne meninger (Gentikow, 2005, s. 49-50).

Som Gentikow påpeker foreligger det noe problematikk med min stilling som forsker og nærheten man opplever til informanten ved direkte og personlig intervju, og kan bidra til utfordringer relatert til objektivitet og distanse til dataene man produserer (Gentikow, 2005, s. 48). Mer spesifikt blir dette begrunnet med hvorvidt forsker påvirker informanten under samtalen i form av ledende spørsmål eller ledende svar (ibid). Selv om jeg i stor grad har forsøkt å unngå dette så langt det lar seg gjøre, har jeg oppdaget noen steder i teksten hvor jeg likevel styrer enkelte informanter i noen retninger.

Jeg opplevde både under intervjuene og i analysearbeidet etter, at informantene som på et tidspunkt har (eller har forsøkt) å kringkaste jevnlig ofte inntar en dobbeltrolle hvor de også tar opp sine erfaringer som kringkaster. Det forekom noen utfordringer under Valborgs intervju, hvor hun nevnte svært mange kringkastere, og jeg ble ikke klar over før i ettertid ved arbeidet med analysematerialet at alle var menn, som er en interessant observasjon, og det kunne vært interessant å sammenligne årsakssammenheng med dette i forhold til Kjell.

3.5 Arbeidet etter intervju

Jeg vil i dette underkapittelet gjøre rede for de forskjellige stadiene med arbeid etter intervjuene. Dette inkluderer transkripsjon, nærlesing, arbeidet med analyse av de innsamlede dataene, inkludert kategorisering, systematisering og anonymisering.

3.5.1 Transkripsjon

Intervjuene ble transkribert mellom november 2016 og februar 2017, og var en svært omstendig prosess med intervjuer på omtrent 620 minutter (10.3 timer) totalt. Totalt kom transkripsjonene på 289 sider. Test-intervjuet utført i tidlig september 2017 ble ikke transkribert. Dersom det er ønskelig å lese transkripsjonen i sin helhet er transkripsjonen tilgjengelig som PDF-fil i en Dropbox-mappe¹⁰ frem til 20. juni 2017.

Takket være høy kvalitet på diktafonen og en ekstern mikrofon som ble brukt under intervjuene har lydfilene vært av god kvalitet, og det har gått fint høre hva som har blitt sagt. Det har vært noen unntak hvor det har vært vanskelig å høre enkeltord i de tilfeller hvor intervjuene har funnet sted utendørs og lyden av forbigående tog eller fly har blitt plukket opp av diktafonen.

Intervjuene har blitt transkribert i sin helhet på normalisert engelsk, slik de var utført og for lesbarhet. Transkripsjonen har blitt skrevet slik som informantene har sagt de, inkludert slangord, fyllord, pauser, lyder som latter og lignende (Gentikow, 2005, s. 116-117), og jeg har ikke korrigert informantenes grammatikk. Dette har blitt gjort for å bevare et mest mulig autentisk uttrykk og være en del av å gi leser inntrykk av informantens fulle mening bak utsagnene (ibid). Noen av informantene har også litt mumling og en informant stammer, men det har i liten grad vært noe problem etter å ha hørt over filen et par ganger. Det har blitt gjort iherdig innsats og forsøk i å redusere bruken av (uhørlig), spesielt hvor det som blir sagt har et viktig poeng (ibid). Noen ganger har det vært nødvendig å fortolke hva informanten har sagt (ibid), men dette har stort sett vært problemfritt. Det er et viktig poeng å fremstille lydopptakene på en mest mulig sannferdig måte, for å styrke arbeidets validitet (Schröder m.fl., 2003, s. 147).

Jeg har tatt utgangspunkt i Kvale m.fl. sine transkripsjonsregler (2009, s. 190-191), og gjort noen tilpassinger:

- Ordinære utsagn vil ha vanlig skrift, både for informant og intervjuer.
- Utsagn hvor informanten etterligne andre, eller seg selv, vil representeres med "tekst i gåseøyne".
- Detaljer og kommentarer, som for eksempel latter, sukk, kremt og lignende, vil representeres med (tekst). Tilfeller hvor jeg under transkripsjon ikke klarer å tyde hva informanten sier, har jeg skrevet (uhørlig).
- Dersom informant, eller intervjuer, legger spesiell trykk på ord, vil disse skrives i *kursiv*.

¹⁰ Lenke til mappe i Dropbox med transkripsjon:

<https://www.dropbox.com/sh/m51e3smdoh513y6/AACpOofho54aqh5SnvD-priWa?dl=0>

- Det er ulike typer pauser i løpet av intervjuene og transkripsjonen, og representeres ulikt i forhold til lengde:
 - Korte pauser på mindre enn et sekund skrives med to punktum: ..
 - Lenger pauser, på to-tre sekunder skrives med tre punktum: ...
 - De lengste pausene, mer enn fire sekunder, skrives som (pause), og pause i opptaket representeres som [pause].
- Tekst som har blitt anonymisert vil representeres slik: [tekst], hvor det inni klammene vil beskrives den sensurerte informasjonens natur for kontekst. Dette kan inkludere for eksempel [anonymisert brukernavn], [anonymisert informasjon relatert til kringkaster xx] eller [anonymisert informasjon, geografisk område].

På grunn av at jeg først transkriberte intervjuene i sin helhet, før jeg så gjennomgikk transkripsjonen for anonymisering, har jeg fått svært god kontakt med det innsamlede datamaterialet (Gentikow, 2005, s. 117), som er svært viktig for en komparativ analyse (Schrøder m.fl., 2003, s. 147). Ved å transkribere har det tvunget en nærlesing av de innsamlede dataene, og har medført at jeg har oppdaget flere interessante aspekter ved det som ble pratet om intervjuene i ettertid (Gentikow, 2005, s. 117).

3.5.2 Analyse av data

Analysen har vært en gjennomgående prosess gjennom hele arbeidet med forskningsprosessen (Bruhn Jensen, 2012, s. 278), og er en tematisk analyse som bygger på en interaktiv og dyptgående tilnærming til det innsamlede empiriske datamaterialet (Bruhn Jensen, 2012, s. 277). Gjennom tematisk analyse arbeider man systematisk, ved å sammenligne utsagn mot tema (Gentikow, 2005, s. 136). Med et fokus på å finne og belyse kontraster, i tillegg til likheter og mønster, passer denne type analyse godt til å finne informantens mening bak sin bruk av mediet (Bruhn Jensen, 2012, s. 277). Det innsamlede datamaterialet har vært svært rikt og potensielt overveldende, og har vært arbeid i prosess helt siden forskningsprosjektet startet. Som Gentikow skriver er det et paradoks, hvor et svært rikt materiale, kan være svært vanskelig å analysere (Gentikow, 2005, s. 46).

For å gjøre prosessen for analyse enklere for meg selv, valgte jeg å organisere informasjonen i et Excel-dokument samtidig som jeg transkriberte, hvor jeg noterte svarene til informantene. Dette gjorde det enklere å holde oversikt over hva de forskjellige informantene sa og mente om forskjellige tema og spørsmål, samtidig kunne jeg enkelt sammenligne svarene mellom informantene i ettertid, slik som anbefalt (Gentikow, 2005, s. 118-119). I samme dokument lagde

jeg et tematisk identisk dokument hvor jeg kondenserte notatene, dette var svært praktisk ved analysen da jeg var på jakt etter kategoriske likheter og ulikheter mellom de forskjellige informantene (ibid). Dette viste seg å ikke bare være praktisk, men faktisk kritisk i analyseprosessen, og viktig for at jeg skulle beholde kontroll, forstå innholdet og forsøke å unngå feil eller forvrenging i prosessen med det innsamlede materialet (Gentikow, 2005, s. 118-119).

I tillegg laget jeg et lengre notat-dokument hvor jeg samlet spesielt merkverdig og interessant informasjon fra hver enkelt informants intervju. Spesifikt har jeg i dette dokumentet samlet alle utsagn som jeg anser faller innunder Gentikows definisjon av *gullkorn*, informanters sitater som formidler og bidrar til ny innsikt i empirien på en måte jeg ikke hadde tenkt på i forkant av intervjuene (Gentikow, 2005, s. 45). Samlet skal dette gi muligheten til å nå målsetningen om økt innsikt og forståelse av fenomenet, selv om det ikke vil være mulig å generalisere noe for den generelle populasjonen basert fra dette forskningsprosjektet alene.

Temaene i analysen har stort sett basert seg på rekkefølgen i intervjuguiden, med noen unntak. Det har også underveis med arbeidet dukket opp noen andre temaer, som det ble pratet om under intervjuene, men som ikke da fremsto som egne tema. Dette inkluderer oppfattelsen av tilstedeværelse og anerkjennelse fra kringkaster, og informantens rolle i kringkastinger.

3.5.3 Anonymisering

Jeg har gjort det til en prioritet å beskytte informantenes anonymitet i forskningsprosjektet, samtidig som det har vært viktig å beholde den informasjonen om informantene som setter deres utsagn i kontekst. Potensielt identifiserende informasjon har i intervjuene blitt anonymisert etter beste evne og intensjon. Dette inkluderer å gi informantene kodenavn som ikke er tilknyttet deres virkelige navn eller skjermnavn, som er helt vanlig i denne typen studier (Gentikow, 2005, s. 116).

Alle kringkasterne har blitt kodet i transkripsjonen for å gjøre det enklest mulig for meg selv ved anonymisering. Jeg har laget et skjema med oversikt over kringkasterne som er nevnt under intervjuene¹¹. Oversikten skal tilby leser muligheten å enkelt få inntrykk av de ulike kringkasterne som omtales uten å selv måtte undersøke kanalene på nett, samt få et inntrykk av kanaler som har blitt anonymisert (Gentikow, 2005, s. 119). I skjemaet står det informasjon om kringkasters referanse i tekst og transkripsjon (kode), skjermnavn (det vil stå “(anonymisert)” der det er nødvendig), kanalens organisering (personlig eller ikke-personlig), type kringkaster (nisje eller variasjonskringkaster, etter inntrykk fra kanalens arkiver), hvorvidt kringkasteren har partnerskapsavtale (ja/nei), samt antall følgere på Twitch og YouTube. Ved personlige kanaler har

¹¹ Vedlegg 3: Kringkaster-oversikt.

jeg også inkludert informasjon om kringkasterens kjønn og omtrentlige alder. Kringkastere som informantene oppgir å være en del av nettfellesskapet til har blitt anonymisert.

Opprinnelig hadde jeg inkludert Twitter, Instagram og Facebook, men jeg har valgt å fjerne denne informasjonen for å unngå kryss-kontroll for å identifisere kringkastere og derav potensielt informanter. Poenget med konstruksjonen av kringkaster-oversikten var uansett å gi leser et innblikk i kringkasters popularitet på plattformer de distribuerer innholdet sitt, ikke på sosiale medier.

Dersom kringkasteren ikke har en offisiell profil på det YouTube har jeg markert dette med en strek i kolonnen. Dersom kringkasteren har svært få følgere (under 1000) har jeg beskrevet antallet med et overslag, for eksempel som <400, for å vise av kringkasteren har færre enn 400 følgere på det aktuelle sosiale mediet. Tallet er rundet opp til nærmeste 50. Dette har jeg gjort for at det ikke skal være for lett å identifisere kringkastere, og derav potensielt informanter, ved å kontrollere antallet i følgerskare opp mot datoer samlet inn. Alle tallene er oppdatert i løpet av mai 2017. Kategoriseringen av kanalens type kringkasting (nisje/variasjon) har blitt estimert etter å ha undersøkt hva som har blitt arkivert i arkivet på Twitch, eventuelt på YouTube i tilfeller hvor Twitch ikke inneholdt brukbar informasjon. Dersom kanalene har nesten utelukkende et og samme spill, vil det defineres som nisje, ellers som variasjon.

Kringkastere som er svært store, og som informantene ikke har noen direkte fellesskapstilknytning til, har blitt ansett som offentlige personer og vil ikke anonymiseres. Jeg har forsøkt å unngå bidrag til rykter og negativ omtale av konkrete kringkastere, som videre kan potensielt ødelegge forskningsprosjektets troverdighet og legitimitet. Samtidig har beskrivelsene og begrunnelser informanten har bidratt med blitt inkludert, slik at det fremstår representativt og bidrar til viktige poeng (Bryman, 2012, s. 544-546).

3.5.4 Problematiserte oversettelser og slang

Selv om norsk og engelsk er rike språk, er det ikke alltid så lett å finne norske uttrykk som presiserer i god nok grad hva det engelske uttrykket refererer til eller mener. Generelt har dette blitt løst i denne oppgaven med å skrive det norske uttrykket, etterfulgt av (engelsk: oversatt ord), der det er nødvendig. Det er noen begrep som går mye igjen, som jeg ønsker å presisere i forkant av resten av oppgaven. I denne oppgaven vil *community* på norsk stort sett omtales som fellesskap. For enkelhetens skyld vil jeg stort sett bruke uttrykket kjendis når jeg refererer til det som ofte på engelsk kalles *performer*, men i forbindelse med kjendiser spesifikt på Twitch vil jeg referere til disse med samme begrep som de kringkastende som har følgerskare av mindre størrelse, altså

kringkastere. Alle kringkasterne er nevnt av fans (informantene) som følger eller kjenner til vedkommende på en eller annen måte.

Under arbeidet med forskningsprosjektet har jeg oppdaget tendenser til høy forekomst av bruk av slang, (nett)kulturelle referanser og begreper som er direkte tilknyttet den omliggende nettkulturen. Slanguttrykk vil stå slik som oppgitt i teksten, da det ikke oppleves som hensiktsmessig å oversette disse, men det vil ved introduksjon av uttrykket blir forklart hva det betyr. Dette inkluderer for eksempel *cancer* og *toxic*. Ulike uttrykksikon, slang og memer vil bli forklart i fotnoter med kilder fra Know Your Meme, som et nettsted hvor brukere kan selv sende inn forslag for slang og memer sin betydning, som jeg normalt vil være noe kritisk til som kilde. Know Your Meme er imidlertid et nettsted som forklarer nettkultur hvor uttrykket blir beskrevet slik det er bred enighet om innad i kulturen, hvor det overordnet godkjennes og vil ha en bekreftet status på nettstedet. Jeg vil i disse tilfellene bruke bidragene som er bekreftet av nettstedet selv, og anse kildene som representative beskrivelser for ulike aspekter, begrep og slang i nettkulturen.

3.6 Etske hensyn og betraktninger

Det har vært noen etiske hensyn og betraktninger å ta både i forkant og etterkant av arbeidet med forskningsprosjektet. I forbindelse med etterarbeidet med transkripsjonen har jeg oppdaget at mye av informasjonen kan knyttes opp mot informanter. Dette gjelder personvern, min rolle i forhold til plattformen og min rolle i forhold til informantene.

3.6.1 Personvern

Forskningsprosjektet har falt innunder meldeplikt for Personverombudet for forskning ved Norsk senter for forskningsdata (NSD), da jeg skulle samle inn personopplysninger indirekte, som bakgrunnsinformasjon om bosted, yrke, alder og kjønn (NSD udatert). I forkant av intervjuene sendte jeg inn en søknad, som ble innvilget 26. september 2016¹².

Det ble i søknaden beskrevet at intervjuer kunne bli tatt over Skype, men da jeg fikk nok informanter til å stille til personlig intervju ved konvensjonen ble dette ikke nødvendig. Slik som beskrevet i godkjennelsen fra NSD har direkte personopplysninger blitt slettet, lydfiler har vært lagret kryptert og har blitt slettet fra alle kilder etter ferdig transkripsjon. Datamaterialet har blitt kryptert ved lagring, og har blitt behandlet varsomt. Indirekte personopplysninger har blitt omskrevet, anonymisert og eventuelt slettet etter beste evne slik at ingen enkeltpersoner skal kunne gjenkjennes. Det ble avgjort å inkludere alder og kjønn da det er viktig for, og gir noen viktige

¹² Se godkjennelse i vedlegg 4: Godkjennelse fra NSD.

poeng, i forbindelse med forskningsprosjektet. Informantene er fra flere store land med svært mange innbyggere, deres geografiske lokasjon har blitt generalisert og anonymisert på en slik måte at de ikke vil gjenkjennes.

3.6.2 Min rolle og mitt forhold til plattformen

En kulturell uvitenhet, eller et bevisst fremmed blikk, kan både være en fordel og en ulempe for denne typen forskningsprosjekt (Gentikow, 2005, s. 39; Kvale [1997] 2001, s. 39). I utgangspunktet har jeg hatt god kjennskap til delen av Twitch som jeg har brukt i lang tid før jeg påbegynte forskningsprosjektet. Sammen med hvilken interesse jeg har privat for visse spill, har disse aspektene sammen tildels farget hvilke forkunnskaper jeg har relatert til kringkastere på plattformen, også selv om jeg har forsøkt å være konsekvent på det både før, under og etter arbeidet med oppgaven. Likevel oppdaget jeg ved nærlesing av transkripsjon at det har hendt at jeg som forsker har tatt opp enkelte spesifikke kringkastere i samtalen, som ellers ikke ville ha blitt nevnt av informanten, noe som kan fremstå som uheldig. Det har vært viktig å unngå misforståelser i sammenhenger hvor jeg ikke har inngående kjennskap til de konkrete delene av nettkulturen. Jeg har også gjort som Gentikow oppfordrer, og har i ettertid av intervjuene undersøkt grundig de delene av nettkulturen som under intervjuene var for meg ukjent (ibid).

Enkelte av informantene som har blitt rekruttert har vist seg å være en del av nettfellesskap jeg selv kjenner til fra før av, og gjerne i noen grad har observert også utenom forskningsprosjektet. Selv om jeg ikke har direkte deltatt i disse fellesskapene, medfører det at jeg kjenner godt til omstendighetene og de aktuelle kringkasterne. I intervjuene opplevde jeg å lettere fremstå som en insider på grunn av denne forkunnskapen, og forsøkte å la dette bidra til at jeg som forsker var legitim og kunnskapsrik innenfor feltet og nettkulturen. Det ble derimot tydeligere i intervjuer hvor jeg pratet med informanter som tilbringer mye tid på helt andre deler av Twitch enn hva jeg gjør selv, at jeg ikke hadde like inngående kunnskap ovenfor hele plattformen.

3.6.3 Min rolle og mitt forhold til informantene

Både under arbeidet med transkripsjonene og utarbeidingen av analysekapittelet har det vært viktig å ivareta lojaliteten jeg har ovenfor informantene, ved å ikke representere disse på en ukorrekt eller unødvendig negativ måte (Gentikow, 2005, s. 66). Samtidig er det viktig å belyse de punktene hvor informantene skiller seg ut, også i et negativt lys, da det ellers ville gått på bekostning for forskningen og i seg selv kunne vært uetisk å holde tilbake disse funnene (ibid). Slik som

anonymiseringen foreligger oppfatter jeg informantenes konfidensialitet og min lojalitet til de som ivaretatt.

Alle informanter fikk spørsmål før intervjuet startet om noe i samtykkeskjemaet var uklart og om de var sikre på at de ønsket å delta i forskningsprosjektet. Informantene fikk også en kopi av samtykkeskjemaet tilsendt i ettertid, inkludert kontaktinformasjon til både forsker og veileder, og ble oppfordret til å ta kontakt dersom de ønsket å trekke seg fra studien eller om de hadde spørsmål ved en senere anledning. Jeg vil derfor konkludere med at samtlige informanter har inngått et informert samtykke (Gentikow, 2005, s. 64). Jeg har ved innleveringsfristen ikke mottatt noen henvendelser. De eneste henvendelsene jeg har fått i ettertid er noen forsøk på kontakt fra enkelte informanter via sosiale medier. Dette har sammenheng med at jeg brukte min private konto da jeg søkte etter kontakt med potensielle informanter.

En av henvendelsene er fra Egon, som jeg i analysen vil belyse har et spesielt relasjon til en kringkaster han følger. Under intervjuet med Egon får jeg inntrykket av at han har en annerledes tendens for tilknytning til kvinner på nett, ulikt resten av informantene. Jeg har som forsker valgt å ikke svare på hans henvendelser, som utelukkende har vært spørsmål om hvordan det går med meg privat, for å beholde informant-forsker-relasjonen som nettopp det. Jeg ble oppmerksom under arbeidet med analysen på noen oppfølgingsspørsmål jeg kunne ha tenkt meg å tatt med Egon, men jeg ønsket ikke å oppfordre til ytterligere kontakt med informanten.

I retrospekt kunne jeg ha laget ny brukerkonto på de forskjellige mediene for å oppnå kontakt med informanter. Slik ville jeg ha sluppet denne typen kontakt, og kun mottatt eventuell kontakt via de offisielle kanalene som oppgitt i samtykkeskjemaet. Det er lite trolig at jeg ville ha opplevd at noen av informantene hadde tatt kontakt i ettertid i nettopp disse kanalene for å spør om trivielle og ikke-akademiske sammenhenger. Samtidig kunne det ha medført vanskeligheter med å rekruttere informanter på grunn av at nye kontoer kan se mistenkelig ut som for eksempel spam, svindel eller lignende.

3.7 Konklusjon

I dette forskningsprosjektet har jeg studert fans av Twitch, spesifikt deltakere ved konvensjonen TwitchCon 2016, som hver tilbringer minimum 20 timer på plattformen hver uke som publikum. Det var også ikke en intensjon å sikte seg inn på deltakere ved konvensjonen, men er resultatet av utlysning og rekruttering av informantene. Gjennom kvalitative dybdeintervjuer har jeg gjort meg bekjent med informantenes bruksmønster, og fått inntrykk av deres erfaringer, opplevelser og forhold til og på Twitch. Denne type forskningsmetode er avhengig av informantenes

selvrefleksivitet og ærlighet, og jeg har fått inntrykket av at de fleste informantene har svart ærlig om sine opplevelser og erfaringer.

Jeg hadde i utgangspunktet håpet på å få tak i individer som bruker plattformen aktivt, noe jeg har inntrykket av å ha fått til. Det må dog påpekes at på grunn av utvalgets utfall har forskningsprosjektet endt opp som en studie bestående av en relativt homogen gruppe av hovedsakelig ugifte, hvite menn, og er ikke like mangfoldig som jeg opprinnelig hadde håpet. Samtidig er det nødvendig å påpeke at jeg ikke fokuserer på den *vanlige* mannen (eller kvinnen) i gata, og det spesifikke utvalget kan være hensiktsmessig og representativt for hvem man antar er på plattformen.

Forskningsprosjektets metode og utfall av intervjuene har i stor grad styrt tematiseringen, som også blitt noe annerledes enn hva jeg opprinnelig hadde sett for meg. Jeg ble gjennom intervjuene overrasket over hvor ulike bruksmønstre et ellers homogent utvalg kunne ha, og oppdaget at min opprinnelige hypotese om at informantene forbinder hendelser på plattformen med store tilstedeværende øyeblikk ikke stemte helt. Opprinnelig anså jeg informantene som storkonsumenter, men forskningsprosjektet har i større grad blitt en fanstudie som undersøker deres bruk, erfaringer og relasjoner, og ikke like mye om informantenes konsum og minner på plattformen enn tiltenkt.

Kapittel 4: Analyse

I dette kapittelet vil jeg presenter forskningsprosjektets analyse. Før vi gjør et dypdykk inn i analysen vil jeg først presentere informantene. Etter presentasjonen vil jeg kort forklare informantenes introduksjon til plattformen.

Jeg har valgt å dele seksjonere ulike måter informantene beskriver sin tilværelse på plattformen i to; passiv og aktiv. I den passive delen vil jeg utbrodere om ulike måter informantene er passive på plattformen, hvilke årsaker de oppgir for å være passive, og hva de får ut av å være passive. I seksjonen om aktiv deltakelse vil jeg utbrodere om gjengangere i kringkastinger, givende deltakelse i både store og massive kanaler, hvordan informantene beskriver sine fellesskap og følelser relatert til dette, hvordan de forholder seg til anerkjennelse fra kringkaster og fellesskap, og hva informantene forventer fra Twitch som differensierer fra tradisjonelle medier.

Videre vil jeg utdype informantenes relasjoner til kringkasterne de ser på. Jeg har valgt å fokusere på de mest interessante perspektivene som kom frem under analysearbeidet, som heltedyrkelse i parasosiale interaksjonsrelasjoner, skillet mellom ekte og imaginært vennskap, beundring. Til slutt vil jeg kort forklare informantenes persepsjon av nettkulturen de omgir seg i, som baseres på informantenes identitet, deres forståelse, læring av, holdninger til og tolkning av kulturen i kontekst gitt av informantene selv. Jeg vil i forbindelse med nettkultur særlig bruke trolling, memer og cypypasta som eksemplifisering.

4.1 Presentasjon av informantene

I beskrivelsen av informantene har jeg inkludert relevant bakgrunnsinformasjon som kjønn, alder, generalisert geografisk lokasjon, rase, utdannelse og yrke. Jeg har også inkludert informasjon om deres bruk av Twitch, som hvor mange kontoer de har, om de selv kringkaster, hvor mange følgere de har, hvor mange de følger, hvor mange kanaler de abonnerer på og informantens eget estimat av antall timer de tilbringer på plattformen ukentlig.

Videre har jeg også inkludert informasjon om hvilke interesser informantene har innenfor spill, hvilke kringkasterne de prater om i intervjuet og hvorvidt kringkasterne de følger er personlige eller organiserte, store eller små, kringkasternes kjønn og hvilke relasjoner de beskriver til disse kringkasterne og nettfellesskapet tilknyttet dem. Til slutt har jeg inkludert hobbyene og interessene informantene har utenom spill, og hvilket inntrykk jeg som forsker satt igjen med etter intervjuene basert på kroppsspråk og eventuelle (selv)motsigelser. Målet med å presentasjonene er å gi leser et bilde av hver enkelt informant.

4.1.1 Informant Alfred

Alfred er en hvit, enslig mann fra sørstatene i USA, født i 1988. Han har åtte års veterinærutdannelse og jobber fulltid. Han har to Twitch-kontoer, en personlig og en som han bruker til å dobbelsjekke innstillinger og lignende før han starter sin egen kringkasting. Han forteller å selv kringkaste sporadisk. På tidspunktet for intervjuet opplyser Alfred at han har 116 følgere på sin personlige, mens han følger 81 kontoer. Han abonnerer ikke på noen kanaler. Han estimerer selv å tilbringe omkring 20 til 25 timer ukentlig på Twitch.

Alfred interesserer seg for et bredt spekter innenfor forskjellige spillsjangere, men nevner i hovedsak overlevelsesspill, førstepersonsskytespill, massive multiplayer online rollespill, eSport og sandkasse/overlevelsesspill, hvorav alle spillene er på datamaskin og ikke konsoll. Han forteller å stort sett se på store kringkastere som viser seg å ha partnerskap med Twitch, både personlige og organiserte, samtidig som han forteller at han liker å tilbringe noe tid i kanaler med mindre trafikk. Disse mindre kanalene kan, ifølge Alfred, både være venner og familie som han kjenner personlig, eller fremmede. Selv beskriver han å ikke føle særlig personlig tilknytning til noen kringkastere på Twitch. Alle kringkastere Alfred ser på, eller ha noen form for positiv tilknytning til, er menn.

Alfred beskriver seg selv som en mann som liker både utendørs- og innendørsaktiviteter, men at han ikke har så mange venner å finne på ting sammen med der han bor nå. Han uttrykker generelt liten interesse for nyheter. Under intervjuet opplevde jeg Alfreds kroppsspråk som noe nervøst og skeptisk, men at han varmet opp til situasjonen etterhvert som intervjusituasjonen forløp.

4.1.2 Informant Benny

Benny er en hvit, enslig mann fra Storbritannia, født i 1991. Han har to års utdanning etter videregående, som heter Higher National Diploma, og han jobber for tiden fulltid innenfor varehandel. Han har to kontoer, men forklarer at sekundærkontoen aldri har blitt brukt utover opprettelse. På sin personlige konto oppgir Benny å ha to følgere, følger 50 og har fire abonnenter. Han estimerer selv å vanligvis tilbringe omkring 20 til 25 timer på Twitch i uken.

Informant Benny beskriver en vid interesse for spill, hvorav samtlige er dataspill og ikke på konsoll. Stort sett ser han på overlevelsesspill/sandkasse-spill og rollespill (RPGs). Benny følger stort sett kringkastere med partnerskapsavtaler, og beskriver sine relasjoner til ulike kringkasterne som vennlig, men ikke nødvendigvis særlig personlige vennskap. Kringkasterne er halvt om halvt kvinner og menn, og spiller i stor grad varierende typer spill. Benny forklarer at interaksjonen er det han liker aller best med Twitch.

Benny beskriver sine interesser som for det meste relaterte til internett, men at han også leser mye bøker. Under intervjuet opplevde jeg Benny som avslappet til intervjusituasjonen, men at jeg ofte måtte be han utbrodere om sine svar, da han ofte kunne svare svært kontant.

4.1.3 Informant Harry

Harry er en hvit mann fra vestlige USA, født i 1984. Han informerer å for tiden være i et forhold, og har et barn (gutt, 11 år) som han ikke bor sammen med, men har delt foreldrerett til. Han har gått på høyere utdanning i to år, men droppet ut og jobber for tiden fulltid innenfor byggebransjen. Harry har kun en konto, hvor han opplyser å følge tilnærmet 50, blir fulgt av fem og abonnerer på én kringkaster¹³. Informanten forklarer å ha prøvd kringkasting selv, men at han ikke gjør det regelmessig. Han estimerer å tilbringe omkring 70 til 90 timer på Twitch hver uke.

Harry interesserer seg for ulike overlevelsesspill, men forteller at han liker også å se på andre spill han ikke får tid til å spille selv. Han ser stort sett på Twitch via mobile enheter og konsoll, da han bruker sin mobiltelefon til å se på Twitch mens han er på vei til og fra jobb, samt mens han er på jobb. I tillegg til å koble sin konsoll opp mot fjernsynet i hjemmet, og bruke det for å se på Twitch.

I motsetning til andre informanter følger informant Harry i liten grad store kringkastere som har partnerskapsavtale, da han forklarer å tilbringe mesteparten av tiden sin på tilfeldige kringkastinger. Han nevner å ha sett noen større kringkastere som han har blitt referert til via sitt barn. Barnet ser også på Twitch, og var den som introduserte Harry til plattformen. Han vektlegger at han er medlem av et nettfellesskap hvor han anser kringkasteren som en personlig venn. Vennen har ikke partneravtale med Twitch. Harry møtte vedkommende under en tidligere TwitchCon (2015). Samtlige kringkastere som Harry nevner er menn.

Harry beskriver å interessere seg for modelbygging av båter og lignende, i tillegg til å være svært interessert i film og filmnyheter. Han beskriver seg selv som skeptisk til nyheter, og refererer til nyheter som “*regular bullshit*”. Under intervjuet opplevde jeg Harry som svært vennlig og imøtekommende, og han var øyeblikkelig svært komfortabel i intervjusituasjonen. Samtidig som han var noe surrete og det forekom noen motsigelser i løpet av intervjusamtalen.

¹³ Det viser seg ved nærmere undersøkelse under etterarbeidet at abonnentet er via tredjepartstjeneste GameWisp, ikke via Twitch.

4.1.4 Informant Egon

Egon er en afroamerikansk mann fra vestlige deler av USA, født i 1984. Han informerer å ha nylig blitt skilt etter syv års ekteskap og er for tiden enslig. Egon har ingen formell utdanning utover videregående, men forteller at han tok noen college-kurs før han sluttet seg til hæren. Han jobber for tiden fulltid som bevæpnet sikkerhetsvakt etter å ha avsluttet mangeårig militærtjeneste. Han har kun én konto, hvor han estimerer å følge 40 kontoer, ha 20 følgere og abonnerer på én kringkaster. Egon har ikke prøvd kringkasting selv, og anslår at han tilbringer omkring 20 til 25 timer på Twitch hver uke.

Egon uttrykker interesse for å se på, og å selv spille massive multiplayer online spill, førstepersonsskytespill og slåssespill. Han både spiller på og bruker konsollen for å streame Twitch, i tillegg til PC. Han tilbringer en signifikant andel av intervjuet på å snakke om en spesifikk (kvinnelig) kringkaster (Kringkaster 16), som han bruker mye tid og penger på å støtte. Egon beskriver seg selv som en del av vedkommendes fellesskap og forklarer at han opplever en personlig relasjon til vedkommende. Utover den kvinnelige kringkasteren nevner Egon kort en mannlig kringkaster. Begge kringkasterne er variasjons-kringkastere og partnere med Twitch. Egon beskriver også å ha personlige og vennskapelige relasjoner til andre brukere fra plattformen.

Egon beskriver seg selv som en fyr med varierte interesser, som fotografi og volleyball, i tillegg til at han liker å være kreativ med grafisk design og tegning. Under intervjuet opplevde jeg Egon som vennlig og lavmælt, men fremoverlent og komfortabel i intervjusituasjonen. Egon beskriver sitt eget nyhetskonsum som “*litt hver dag*” og “*cirka fire timer til dagen*”, hvorpå han spesifiserer at han konsekvent oppsøker nyheter som er “*unbiased*”, og nevner Fox News som et eksempel. Det kan hende at Egon, for eksempel, regner med all tiden han tilbringer i bil og hører på radio, men dette vil utelukkende være spekulasjon, da det ikke ble oppklart i intervjuet. Et oppklarende oppfølgingsspørsmål ville vært på sin plass, men på grunn av tidlige nevnte årsaker i metode-kapittelet 3.6.3 Min rolle og mitt forhold til informantene (s. 59), får det forbli et mysterium.

4.1.5 Informant Frank

Frank er en hvit, enslig mann fra østlige USA, født i 1991. Han har en fireårig bachelorgrad innenfor naturvitenskapen. Han har frem til nylig jobbet innenfor kvalitetskontroll på et laboratorium, men er på tidspunktet for intervjuet arbeidsløs og på jobb jakt, og i løpet av intervjuet fremgår det at han bor hjemme hos sine foreldre. Frank har én konto, kringkaster ikke selv, følger 70 kanaler, blir fulgt av mindre enn tre, og abonnerer på tre kanaler. Han estimerer selv å tilbringe

omkring 35 og 50 timer på Twitch hver uke, og sier at dette har gått noe opp sammenlignet med tidligere, men ikke markant mye, da han brukte mye tid på plattformen også før han ble arbeidsløs.

Frank har en brennende interesse for eSport, sanntidsstrategi (RTS)- og rolle/eventyrspill. Kanalene og kringkasterne han følger er både organiserte nisjekanaler og variasjons-kanaler, med en miks av både kvinnelige og mannlige kringkasterne. Alle nevnte kringkasterne har partnerskap med Twitch. Frank oppgir ikke å oppleve et spesielt personlig bånd til kringkasterne, men at han har personlige bånd til flere andre brukere på plattformen.

Frank beskriver seg selv som en mann med mange varierte interesser, men forklarer at mye av utendørsaktivitetene han liker å ta del i, må han reise et stykke for, og at det derfor blir lite av disse aktivitetene til hverdags. Han beskriver seg selv som årvåken for bias i nyheter. Under intervjuet opplevde jeg Frank som noe nervøs i starten, hvor han stammet mer enn etterhvert, men at han relativt raskt ble komfortabel i intervjusituasjonen.

4.1.6 Informant Gudmund

Gudmund er en enslig, hvit mann fra vestlige USA, født i 1980. Han har en fireårig bachelor fra naturvitenskapelig felt og jobber fulltid innenfor et naturvitenskapelig felt. Gudmund har tre kontoer, hvorav en av disse fungerer som hans personlige. De to andre kontoene har funksjoner som ikke er relevante for forskningsprosjektet. På den personlige kontoen, som han bruker mest, kringkaster han ikke selv, har Gudmund 10 følgere, følger cirka 100 til 150 kontoer og har 2 abonnenter via Twitch. I tillegg abonnerer Gudmund på “et par” kringkasterne via Patreon. Han estimerer selv å tilbringe minst 28 timer ukentlig som tilskuer på Twitch. Det hender at han også ser på kringkastinger mens han er på jobb.

Gudmund er mest interessert i eSport, sanntidsstrategi- og eventyrspill. Han liker også å i blant tilbringe tid innenfor kreative deler av Twitch, som maling og musikk, men nevner ingen spesifikke kringkasterne som kringkaster innhold innenfor disse alternative områdene på Twitch. Kringkasterne Gudmund nevner er både variasjons-kringkasterne og nisjekanaler, og han bistår av og til med å hjelpe en større kringkaster med organisering av aktiviteter innad i nettfellesskapet. Han beskriver sitt eget bånd til kringkasteren som noe mer personlig og vennlig sammenlignet med andre kringkasterne. Det som gjør at Gudmund ikke blir ekskludert fra studien, slik som informant Christine ble, er at Gudmund ikke får betalt for hjelpen han bidrar med. I all hovedsak nevner Gudmund mannlige kringkasterne, men nevner også en kvinnelig kringkaster i negativ kontekst.

Gudmund beskriver seg selv som en aktiv mann med mange interesser, både innendørs og utendørs, og beskriver seg selv som “*I’m very driven to help humanity*”. Han liker å være kreativ

med kunst og musikk, interesserer seg for film, i tillegg til at han spiller mye dataspill. Under intervjusituasjonen opplevde jeg Gudmund som sikker og engasjert.

4.1.7 Informant Valborg

Valborg er en singel, hvit kvinne fra Storbritannia, født i 1994. Hun har ingen utdanning utover videregående, jobber fulltid på en fabrikk og det viser seg i løpet av intervjuet at hun bor hjemme hos sine foreldre. Valborg har to kontoer, hvorav en ikke er i regelmessig bruk da den er en del av en internvits med en kringkaster. På hennes personlige konto har hun 1600 følgere, da hun tidligere pleide å kringkaste regelmessig, men sluttet etter hun fikk seg fulltidsjobb. Tidligere har hun variert med å kringkaste opp mot hver dag, ofte omkring en gang i uken, men i tiden før intervjuet har hun ikke kringkastet i det hele tatt på lang tid. Hun har Twitch Turbo, abonnerer på åtte kanaler, og anslår at hun følger nesten 200 kanaler. Valborg estimerer omkring 42 til 50 antall timer på Twitch ukentlig basis.

Valborg interesserer seg for et bredt spekter spill, men fortrinnsvis sandkasse/overlevelsesspill. Hun nevner både variasjons- og nisjekringkastere, utelukkende menn. Hun forteller selv at hun har vennskapelige bånd med både store og små kringkastere, at hun er aktiv innenfor mange fellesskap, og beskriver Twitch som en viktig sosial arena.

Valborg beskriver sine interesser som for det meste relaterte til datamaskin og internett, men at hun ikke selv spiller så mye dataspill for tiden og heller ser på andre spille. Hun følger ikke med på nyheter. Under hele intervjusituasjonen opplevde jeg Valborg som vennlig og komfortabel, til tross for at vi snakket om situasjoner hun har opplevd som ukomfortable.

4.1.8 Informant Jens

Jens er en singel, hvit mann fra Midtvesten i USA, født i 1991. Han har en *associates degree*, som tilsvarer to år på høyere utdanning, innenfor kunst. Han jobber for tiden fulltid som skoleassistent og noe deltid i tillegg, og estimerer å totalt ha en 50 timer arbeidsuke. Han har to kontoer, en personlig som han bruker, og en som er en internvits med en av kringkasterne han følger. På den personlige kontoen har Jens 580 følgere ved tidspunktet for intervju, som et resultat av tidligere kringkasting. Jens forklarer at han ikke lenger har tid til å kringkaste jevnlig, og tilbringer på dette tidspunktet fortrinnsvis sin tid på Twitch som publikum, men at han håper på å få mer tid til å streamer i fremtiden. I løpet av intervjuet husker Jens at han har en sekundærkonto som er en slags internvits med en større kringkaster. Han anslår å følge 100 kontoer, og at han vanligvis har hatt et abonnement, men at han er usikker på om fortsatt er gjeldende på grunn av at han har byttet

betalingskort. Jens anslår å tilbringe fra 35 til 50 timer på Twitch ukentlig, med 50/50 fordelt mellom seeing og chatting. I tillegg lar Jens ofte Twitch stå på selv når han ikke er hjemme. Da han kringkastet selv, tilbrakte han fortsatt mye tid på plattformen som tilskuer.

Informant Jens uttrykker en interesse for førstepersonsskytespill og sandkasse/overlevelsesspill, og forteller at han av og til ser på kreative kringkastinger som musikk eller (miniatyr)modellbygging. Han nevner mange mannlige og noen kvinnelige kringkastere. Han forteller også at han er en gjenganger i flere, men at han også varierer mellom forskjellige kringkastinger han tilbringer tid i.

Jens beskriver selv at han interesserer seg for mye, både innendørs og utendørsaktiviteter, som å bygge små miniatyrmodeller, camping og lese bøker. Han nevner også at noen aktiviteter faller bort fordi han ikke har overskudd til å gjennomføre de etter arbeidsdagen, og at det da veldig ofte blir til at han sitter foran datamaskinen på Twitch. Han ser ikke på fjernsyn og får nyhetene sine fra sosiale medier. Under intervjusituasjonen opplevde jeg Jens som imøtekommende, komfortabel og engasjert, men at han ofte slet med å skille på sine erfaringer som kringkaster og sine erfaringer som medlem av publikum.

4.1.9 Informant Kjell

Kjell er en hvit, singel mann fra vestlige USA, født i 1987. Han har en mastergrad innenfor naturvitenskapelig ingeniørkunst, og har inntil nylig jobbet for den amerikanske marinen. På tidspunktet for intervjuet skal han om kort tid starte i ny jobb i privat sektor innenfor landbruk. Han forklarer å ha prøvd å kringkaste selv for å teste funksjonene, men gjør det ikke jevnlig. Kjell opplyser å ha fem følgere som han beskriver som brødre og fettere, mens han selv følger 20 til 30 kanaler, og har mellom fire til fem abonnenter. Totalt estimerer Kjell å tilbringe mellom 35 til 70 timer på Twitch hver uke.

Kjell interesserer seg mest for eSport, online samlekortspill og førstepersonsskytespill. Mens han nevner svært mange kringkastere, både store og små i størrelse, er nesten samtlige kvinnelige kringkastere. Kjell beskriver sine relasjoner til flere av de kvinnelige kringkasterne som personlige, spesielt to kringkastere blir nevnt spesielt ofte. Ut av de enkelte mannlige kringkasterne Kjell nevner, er alle uten om én Twitch-partnere og de fleste er nisje-kringkastere. Det er også noen få ikke-personlige kanaler, hvorav en er spillutvikler.

Kjell beskriver seg selv som en mann som trener mye, har stor interesse for musikk og liker godt å arbeide i garasjen med motor. I tillegg leser han mye bøker, og synger i kvartett. Under intervjuet opplevde jeg Kjell som svært åpen og komfortabel i intervjusituasjonen, men at det

forekommer en del selvmotigelser i løpet av intervjuet. Dette på grunnlag av hvordan Kjell veldig velvillig fremhever mye imponerende informasjon om seg selv, også utover hva spørsmålene i utgangspunktet etterlyser. Dette inkluderer spørsmål i forbindelse med bakgrunnsinformasjonen, hobbyer og interesser, i tillegg til at han beskriver en nær relasjon til flere store kringkastere. Det kan tenkes at informanten forsøker å fremstille seg selv på en mest mulig positiv måte for, eller imponere, meg som forsker.

4.1.10 Informant Ulf

Ulf er en singel, hvit mann fra Nederland, født i 1993. Han har tre års utdanning etter videregående innenfor programmering og utvikling, men presiserer at dette ikke ansees som høyere utdanning i hans hjemland. Han jobber fulltid innenfor samme felt som sin utdanning og bor hjemme hos sin mor. På fritiden trener han et sportslag for barn.

Ulf har fire kontoer, hvorav to er bots, en har et utdatert skjermnavn og en 'main' som han for tiden bruker. Den personlige hovedkontoen har cirka 525 følgere som et resultat av at han på tidspunkt for intervjuet sporadisk har kringkastet. Han estimerer å selv følge mellom 100 og 150 kontoer, og abonnerer på 2 eller 3 kanaler. Ukentlig anslår han å tilbringe omkring 20 til 30 timer på Twitch som seer. Informant Ulf interesserer mest seg for sandkasse-/overlevelsesspill og førstepersonsskyterspill, men uttrykker også interesse for speedruns¹⁴. Han uttrykker eksplisitt at spill ikke er det viktigste da han ser på kringkastinger, men at han synes kringkasters personlighet er viktigere. Ulf nevner kun mannlige kringkastere, hvorav nesten alle har partnerskapsavtale med Twitch.

Ulf er svært interessert i musikk, spesifikt symfonisk metall, og liker å gå på konserter. Måten Ulf beskriver sitt forhold til nyheter på i løpet av intervjuet gir meg inntrykket av at han er en nyhetsunnviker/skeptiker, da han uttaler: "*I mean, mostly it's propaganda and bullshit, but (ler) and yeah, occasionally I read news on my phone*". I forhold til Ulfs rolle til sin posisjon på plattformen opplevde jeg under intervjuet at Ulf tidvis slet med å skille på erfaringer han har gjort seg som kringkaster, fra de erfaringene han har som publikummer. Dette medførte at jeg som forsker i blant måtte lede han inn igjen på riktig sport. Generelt opplevde jeg Ulf som åpen og engasjert under intervjuet, og det er åpenbart at Twitch er en viktig del av hans liv.

¹⁴ *Speedrun* er en gjennomspilling av spill, hvor selve målet med gjennomspillingen er for spilleren å gjennomføre hele (eller deler) av spillet på kortest mulig tid.

4.2 Å bli introdusert for Twitch

Ingen av informantene oppgir at de på noe tidspunkt følte noe press for å begynne å se på kringkastinger på Twitch, men uttrykker at dette er noe de ser på fordi de interesserer seg for spill. Alle informantene oppgir en generell interesse for spill fra ung alder. Informantene har i stor grad blitt introdusert til Twitch enten via venner og familie (Alfred, Benny, Egon, Harry, Valborg), at de ble oppmerksom på Twitch via andre plattformer som YouTube (Frank, Gudmund, Jens, Ulf), eller en kombinasjon av disse (Kjell).

Dette stemmer godt overens med de fire nøkkelfaktorer for sosialisering av (sports)fans er familie, jevnaldere, skole og fellesskap (Crawford, 2004, s. 44; McPherson 1976). Alle informantene har startet som en del av allmennheten hvor de har hatt liten eller ingen interesse og kunnskap om Twitch, og har gjennom interaksjon og erverving av kunnskap arbeidet seg inn i (fan)fellesskap av ulike variasjoner på plattformen (ibid).

4.3 Det passive publikum

Selv om kringkasteren spiller et spill på Twitch, vil det for tilskueren likevel være mer likt tradisjonelle medier. I spillet har kringkasteren valgmuligheter til utførelsen, men spiller må likevel se på det som blir kringkastet etter kringkasters vilje (Newman, 2004, s. 58-59). Dog har kringkastinger på Twitch muligheten for tilskuer-deltakelse, ved at man kan delta med chatting. Dersom kringkasteren velger å lese og respondere (eller reagere) til chatten, vil tilskueren ha innvirkning på kringkastingen. Dersom kringkasteren derimot bare overser chat i sin helhet, eller tilskuer ikke deltar, ligner Twitch i større grad på tradisjonelle medier.

Informantene oppgir et tidsforbruk som varierer fra 20 til 90 timer i uken. Etter å ha sammenlignet informantenes beskrivelse av hvordan de bruker plattformen, spesifisert med hvor mange timer og hvorvidt de beskriver aktiviteten som aktiv eller passiv, viser det seg at foreligger stor variasjon. Til tross for informantenes varierte bakgrunn, arbeid, utdanning, kultur og andre interesser, tilbringer alle en betydelig andel av fritid sin på nett, og spesifikt på Twitch som publikum. Alle informantene oppgir at de tidvis tilbringer tid på plattformen hvor kringkastinger ikke er i hovedfokus, men fungerer som en side- eller sekundæraktivitet. Noen av informantene bærer preg av å være fans av eSport og har likheter med tradisjonelle sportsfans (Alfred, Gudmund, Frank), hvor de i stor grad deltar passivt.

Flere informanter oppgir at de på ulike typer innhold for å selv bli bedre i spillene. Alfred beskriver underholdning som en viktig faktor på Twitch, men poengterer også at han gjerne ser på kringkastinger av spill han selv spiller og som han har et ønske om å bli bedre i. Alfred nevner

spesifikt eSport-spill i denne sammenhengen, hvor han er på ønsker å se på gode (profesjonelle) spillere, som han kan lære tips og triks fra, i likhet med Frank. Jens og Ulf er ikke så opptatt av at kringkasterne skal være flinke, og synes at det er viktigere at de er morsomme eller underholdende på en annen måte. Kjell oppgir at han først ble oppmerksom på Twitch ved å bli anbefalt Kringkaster 52 (personlig nisjekringkaster med partnerskapsavtale) som produserer pedagogisk innhold på både YouTube og Twitch relatert til Blizzard-spillet Hearthstone, som også er et konkurranse spill. Jens oppgir å ha lært mye fra spill som DayZ og Rocketleague fra Kringkaster 43 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale). Ulf forklarer at han setter pris på kreative løsninger innenfor spill. Jeg oppfatter at informantenes atferd støtter oppunder Newmans beskrivelse av normal og forventet atferd innad i interesse-felleskap knyttet til spill (Newman, 2004, s. 157-158), også når den sosiale interaksjonen er stort sett enveis.

4.3.1 Fullt fokus på kringkaster, overser chat

Det er en utfordring å sette et klart skille på hva som er aktiv og passiv deltakelse på medier som Twitch. Særlig fordi man tradisjonelt har ansett aktiv bruk som at man ikke blir distraheret av andre medier eller aktiviteter. Twitch har muligheter for toveiskommunikasjon både mellom kringkaster og tilskuere, og tilskuere imellom.

Stort sett beskriver Frank at han gjør andre ting mens han ser på Twitch. Unntaket er da han ser på eSport, som Frank er veldig dedikert til. Så dedikert at han (også mens han var i full jobb) ofte står opp flere timer tidligere for å få med seg eSport-kringkastinger som sendes på andre siden av jorden. Han trekker selv likhetstegn mellom hvordan han ser på eSport som tradisjonell sport, men presiserer også at han ser på for å få tips til hvordan han selv skal spille bedre. Når han ser på eSport er det hovedsakelig Kringkaster 19 (organisert kringkastingskanal med partnerskapsavtale), hvor det ofte foregår høy chataktivitet. Når Frank ser på eSport, beskriver han det som en "fullfokus aktivitet", hvor han ikke bedriver andre aktiviteter samtidig. I løpet av intervjuet forteller Frank at han ikke deltar i chat som har særlig høy aktivitet. Dette innebærer at Frank verken deltar i eller leser pågående chat. Frank begrunner dette med at han ikke får med seg det som skrives i chatten ved for pågang uansett, og dedikerer hele sitt fokus til den pågående kringkastingen.

På grunn av elementet av chatting, og muligheten for interaktivitet, vanskeliggjør det hvorvidt Frank skal defineres som aktiv eller passiv i kringkastingen. Jeg oppfatter at Franks beskrivelse har likhetstrekk til Eisenbergs definisjon av seremonielle begivenheter (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 63; Eisenberg 1988). Frank interesserer seg spesielt for eSport, og setter ofte av tid til å se på eSport-kringkastinger, også hverdagslige arrangement. Han bedriver aktiviteten på en aktiv måte, hvor han eliminerer andre potensielle distraksjoner, inkludert kringkastingens pågående

chat. Frank passer ikke helt i Warburtons beskrivelse av en lurker i denne sammenheng, da han ikke observerer chat og tilsynelatende heller ikke ønsker å bli en del av publikumsfellesskapet i eSport-kanalene (Warburton, 2013, s. 150-156).

4.3.2 *Lurking, læring og avslapping*

Ut fra hvordan brorparten informantene beskriver sin lurke-aktivitet er den annerledes enn Warburtons beskrivelse av lurking (Warburton, 2013, s. 150-156).

Ulf forteller at det varierer om han lurker eller er en aktiv deltaker i kanalene, og utdyper dette med at han “*don't really talk, I just relax, just watch*” i de massive kanalene. Harry oppgir at han ikke opplever å ha nok tid til å spille dataspill. Han beskriver scenario hvor han ønsker å spille et spill, og tenker på det i flere uker, men etterhvert som han fortsatt ikke har kjøpt eller spilt spillet, velger han å heller ta en titt på Twitch. Ved å se på Twitch (eller høre), han får utløp for behovet og interessen sin, og at han opplever aktiviteten som terapeutisk. Selv om han ikke anser tiden brukt som nødvendigvis velbrukt, forklarer han å ikke oppleve skyld relatert til tiden brukt på Twitch, fordi han ofte gjør noe produktivt samtidig.

Både Ulf og Harry beskriver en passive tilstedeværelse i kringkastingen som tilsynelatende ikke har som mål om å bli en del av fellesskapet eller å bedre sin forståelse av fellesskapet. Informantene vil derfor ikke falle innunder Warburtons lurking slik de selv beskriver sin bruk (Warburton, 2013, s. 150-156). Twitch er for begge informantene en kilde for underholdning og avslapping, som en form for humørdistraksjon fra en ellers stressende hverdag (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2248; Zillmann 1988; 2000). På denne måten minner Harry og Ulf sin bruk av Twitch mye om tradisjonelle underholdningsmedier.

Jens anser seg selv som gjenganger i de en rekke store kringkastinger, som blant annet Kringkaster 46 (personlig kringkaster med partnerskapsavtale) og Kringkaster 43 (personlig kringkaster med partnerskapsavtale), men oppgir at han kun lurker i de aller største kringkastingene, som han beskriver som å være en seer og ikke deltar i chat. Det synes derimot til at han i større grad observerer det som foregår chat i disse kanalene, da han refererer til å se de samme klippene via VODs med chat flere ganger. Basert på dette passer Jens inn Warburton sin definisjon av lurking, selv om det ikke er som hånd i hanske (Warburton, 2013, s. 150-156). Dessuten foreligger det noen likhetstrekk med publikumsdeltakelse via SMS-tv, hvor enkelte informanter fant underholdningsverdi i å lese andres meldinger og meninger, men selv ikke deltok på grunn av kostnader (Gentikow, 2010, s. 220-222). Dette er særlig representativt for Ulf som forklarer at han

velger å ikke delta i massive kringkastinger, nettopp fordi man ‘må’ kommunisere med kringkaster via donasjoner for å respons.

En informant som derimot passer godt inn i denne definisjonen er Egon, som strengt tatt beskriver lurking som “*being a ghost*” ved inaktiv observasjon av kringkastinger og chat. Han beskriver seg selv som å stort sett være “ghost” i andre kringkastere enn Kringkaster 16. Da jeg spør Egon om hans opplevelse av Twitch chat forklarer han at han tidligere pleide å ikke delta så mye i chat, men at dette har endret over tid har begynt, og at han har begynt å i større grad delta, og oppgir på tidspunktet for intervjuet at han er svært aktiv i Kringkaster 16 sine kringkastinger. Slik jeg oppfatter det, passer måten Egon forklarer sin aktivitet godt med Warburtons beskrivelse av lurkers læringsprosess (ibid).

4.3.3 Bakgrunnsstøy og multitasking

Informantene beskriver at de tilbringer tid på plattformen både med fullt fokus, som aktive seere og som sekundæraktivitet mens de holder på med en annen aktivitet, på eller i nærheten av skjermen hvor kringkastingen foregår. Informantene oppgir å ofte selv spille eller gjøre andre aktiviteter på samme tid mens de ser på kringkastinger. Enkelte informanter oppgir også at de lar Twitch foregå på sin datamaskin selv om de ikke er tilstede i rommet i det hele tatt (informant Jens og Frank), eller at de sovner fra kringkastinger (Harry). De to informantene som oppgir å bruke mest tid på Twitch, Kjell og Harry, oppgir at mye av tiden de bruker på Twitch skjer i arbeidstiden som bakgrunnsstøy.

Informanter som Jens, Harry og Kjell oppgir å ha på kringkastinger i bakgrunnen som bakgrunnsstøy mens de gjør noe annet. Harry forteller at han i løpet av arbeidsdagen oppsøker tilfeldige kringkastinger hvor det spilles spill han har lyst til å spille selv, men ikke har tid til. Harry forklarer at han lenge har brukt ulike underholdningsmedier mens han er på jobb som bakgrunnslyd, for eksempel musikk. Selv beskriver Harry at han opplever seg å være mer produktiv mens han hører på kringkastinger enn musikk, og at han ikke behøver å se på kringkastingen dersom han ser på spill han kjenner godt til.

Informanter som Alfred, Benny og Frank forteller at de ofte spille dataspill parallellt med en kringkasting pågående i bakgrunnen, som ligner Gentikows “heavy multitasking” (Gentikow, 2010, s. 273-274). Informantenes beskrivelse av egen bruk ligner på monitoring (ibid), hvor informantene aktivt bedriver en annen aktivitet på eller i nærheten av kringkastingen som er ens hovedfokus. Det kan debatteres hvorvidt man kan bruke Warburtons definisjon av lurking i dette tilfellet (Warburton, 2013, s. 150-155). Slik jeg oppfatter informantenes beskrivelse av passive bruk, er mitt inntrykk at

de ikke observerer den pågående chatten aktivt, men at chatten gjerne er en del av den medieovervåkningen (Gentikow, 2010, s.273-274).

Noen informanter forklarer at de hører på kringkastinger på grunn av kringkasterens (bakgrunns)musikk. Mitt inntrykk er at dette er som en slags radio. Deriblant Kjell spesifiserer å ofte høre på kringkastere med gode spillelister, han trekker frem Kringkaster 58 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale) som eksempel. Jens oppgir at han ofte hører på kringkastere som spiller remikser eller lager musikk, som Kringkaster 48 (ikke-personlig kreativ kringkaster med partnerskapsavtale). Harry, som gjerne hører på tilfeldige kringkastinger, forklarer at det for han ikke bare er stemmer og bakgrunnsstøy, men at han har en genuin interesse av å bli eksponert for varierte meninger:

I like to hear people talk, it helps me focus [...] especially if they're talking about something [...] I'm interested in. [...] He might have a, an approach [...] on the game and then I'll watch someone else play and they've got a completely different approach and they don't like the games and they just wanna trash the game [...] I like getting different people's opinions [...] it's something that I'm interested in.

Harry

I likhet med Harry oppgir også Kjell å like å høre på andre prate og høre på musikk:

[...] I do enjoy music a lot, which kind of attracted me to Twitch, cause I'd be listening to Twitch and, because a lot of like home studies and working in the garage and things like that, it's very quiet and so it's nice to have — voices, in the background. And that's why I like Twitch, because the playlist is generally someone that has a good playlist that I enjoy listening to, and then there's also voices going on in the background.

Kjell

Dessuten forteller Kjell at han synes det er fint å høre kvinnelige stemmer i bakgrunnen da han arbeider på et sted hvor det er en overvekt av menn. Både Harry og Kjell har arbeidsdager som ellers har lite menneskelig kontakt, og har kringkastinger fra Twitch pågående i bakgrunnen mens de gjør noe annet. Harry gir imidlertid inntrykk av å være særlig interessert i hva kringkasterne faktisk sier om spillene de spiller, og virker nærmere som en fan-aktivitet (Crawford & Rutter, 2007, s. 280-282) enn Kjell som gir inntrykk av å bare ha det gående i bakgrunnen for selskap.

Flere informanter oppgir å ikke bruke eller å ikke ha fjernsyn. Alfred omtaler Twitch som *“it's like my TV”*. Jens beskriver Twitch som hans kilde for underholdning, og forklarer at han har fjernsyn tilgjengelig i hjemmet, men bruker det aldri: *“can't tell you the last time I watched it”*. I tilfeller som disse ser jeg hvordan Twitch kan fungere som en direkte erstatning for fjernsynet, i form av underholdningsmedium. Jeg oppfatter generelt at dette underbygger funnene Gentikow gjorde i sin ungdomsstudie, hvor det kom frem at fjernsynet sto sterkt som passivt medium (Gentikow, 2010, s. 253-254), og bekrefter at internett har for noen informanter tatt over (Gentikow, 2010, s. 266-267).

4.3.4 Å være en av mange og forsvinne i mengden

I store massive kanaler, som beskrevet av Hamilton, Garretson og Kerne (2014, s. 1321), hvor det foregår mye trafikk i chat og over 1000 seere samtidig, kan det være mer utfordrende for publikum å føle at de blir sett av kringkaster (Hamilton m.fl. 2004, s. 1316). Informantene oppgir at de i disse tilfeller ofte velger å ikke delta i chat, både av erfaringsmessig og av praktiske årsaker.

Rent praktisk presiserer Frank at han ikke leser så fort, og at det er begrenset hvor mye han får med seg dersom chatten går for raskt får han lite ut av å lese den. Flere informanter oppgir å ofte lukke vinduet for chat i disse tilfeller. Harry forklarer at han lukker chatten dersom den er *“too much and too crazy, like that there’s no point”*. På denne måten slipper de å forholde seg til chatten i det hele tatt, enten fordi de ikke får noe med seg av hva som skjer eller fordi de ikke bryr seg om hva som skrives, kringkasterens spill blir tilskuers eneste fokus på Twitch. Slik jeg oppfatter informantenes utsagn ligner dette i større grad på tradisjonelle underholdningsmedier, som fjernsyn, hvor man ser på kringkasterne for deres unike innhold (Hamilton m.fl., 2014, s. 1315).

Valborg uttrykker at hun aldri forventer en respons fra disse kringkasterne, fordi aktiviteten er så høy: *“I never expect to be seen in those”*. Da jeg spør informant Harry blir spurt om hva han synes om Twitch Chat, spesifikt i store kanaler, svarer han:

Sometimes it’s a little too much. It just gets like flooded with all kinds of stuff, and when I see, like, how crazy its going, just like (lager summe-lyd) before, like... (...) It’s like you don’t have a chance to say anything, it’s like, pfff— I’m not even gonna try, I’m just gonna watch (laughs).

Harry

Alfred forteller at han generelt er mest interessert i å prate med kringkastere samtidig som han liker å prate med fellesskapet der det er mulig, men uttrykker at det er vanskelig i chatter hvor aktiviteten er høy. Samtidig viser Alfred forståelse for at profesjonelle eSport-spillere ikke vil anerkjenne publikums tilstedeværelse i like stor grad som kringkastere som spiller ikke-konkurransespill. Det kan være vanskelig å bli sett, selv om det “bare” er et par hundre som slåss om kringkasters oppmerksomhet og ikke flere tusen. Kringkastere som ikke går under Hamilton, Garretson og Kernes definisjon av en massiv kanal kan fortsatt ha veldig mange seere og høy aktivitet. Tilskuere i kanaler som har færre tilskuere enn de massive kanalene, men som har like mange deltakende, vil oppleve de samme kanalene som tilskuere massive kanaler relatert til deres ønske om deltakelse og anerkjennelse. Dette er avhengig av hvilken grad kringkastingens publikum er aktive deltakere, og det kan fortsatt være utfordrende for de som ønsker anerkjennelse.

Både Alfred og Benny forklarer at de har observert innholdet i kanaler med mange seere og høy aktivitet i chat som ofte utrivelig, og bruker slanguttrykket *“cancerous”* (norsk: *som kreft*) for å

beskrive atferden. Benny legger vekt på at han ikke liker å bruke uttrykket, men at det er et slangord som brukes for å beskrive atferden. Da Alfred blir bedt om å beskrive cancer chat og svarer han “*it’s just... It’s not meaningful, basically*”. Alfred oppgir å hovedsakelig se på store eSport kringkastinger hvor denne atferden forekommer ofte, og Alfreds oppfattelse av atferden kan være årsaken til hvorfor han foreløpig ikke føler å være tilknyttet noen kringkastere sine fellesskap. Mangelen på meningsfylt interaksjon ødelegger den individuelle tilskuers opplevelse av å bygge fellesskap. Dette støtter Hamilton m.fl. (2014, s. 1321-1324).

Jens gjerne ser på kringkastinger av varierte størrelser, og beskriver han ved store kringkastere fortrinnsvis er en lurker. Det er i disse kringkastinger viktig for Jens at kringkasteren har høy underholdningsverdi eller at er noen han *kjenner*:

I don’t like to talk, or— I just don’t talk in the really big streams, because the chat is going by so fast. So it’s kind of like, how much is really getting noticed, to really talk to the streamer.

Jens

Jeg oppfatter utsagnet fra Jens at han ikke ser poenget med å delta i chat hvor det foregår Super Scale Chat Behavior (Harry 2015). Det er tydelig at målet for Jens er å delta i chat sosialisering, da hovedsakelig med kringkaster. Dette illustrerer hvordan Jens og andre informanter som forklarer lignende holdninger og erfaringer til høy aktivitet i chat, opplever å ikke få anerkjennelsen de ønsker. Ved å ikke få anerkjennelse, opplever de å ikke få et behov oppfylt, og mangel på følelsen av å kunne ha innflytelse på kringkastingen (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318; McMillan & Chavis 1986). Dette resulterer i at informantene ikke ser hensikten med å bidra i chat, egne bidrag blir i de tilfeller meningsløse. Informantenes opplevelse av meningsløshet relatert til denne type atferd støtter observasjoner gjort av Hamilton m.fl. (2014, s. 1321-1324).

Likevel vil jeg påpeke at store (og massive) kanaler ikke bør avfeies helt som kommunikasjonskanal mellom kjendis og fan. Jens uttrykker forståelse ovenfor sin viktighet som lurker ved å si “*The lurkers are the backbone of every Twitch channel*” og legger til at det ikke fungerer dersom 20 000 seere skal forsøke å prate med hverandre samtidig, som understreker Nielsens regel (Gentikow 2010, s. 226; Nielsen 2006). Flere store kringkastere, som ikke er massive, har de samme utfordringene ved aktive fellesskap. Dette er et viktig poeng med medier som har mulighet for toveiskommunikasjon og deltakelse, at selv om alle kan delta betyr det ikke at det er meningsfylt at alle deltar.

4.3.5 Støtte eller hjelp: ulike motiv for ikke-deltakelse

Noen informanter oppgir å åpne flere kringkastinger enn de faktisk ser på, eller ikke en gang er i samme rom som skjerm for kringkastingen. Informantene begrunner dette ulikt. Valborg, Jens, Kjell og Frank oppgir at kringkastinger ofte står på selv om de ikke på, eller de ikke er hjemme.

Det fremgår at de informantene som har erfaring med å kringkaste selv tidligere, uttrykker i større grad å være positive til å følge og eventuelt ha åpne kringkastinger de ikke ser på, slik at kringkasteren får flere seere. Valborg og Jens oppgir å åpne mange kringkastinger, uten å faktisk iaktta kringkastingene, men oppgir at de da gjør dette for å "telle" som seer. Ved å øke kringkasteres seer-tall støtter Jens og Valborg den aktuelle kringkasteren, uten å bruke penger eller ytterligere engasjement. For Valborg er dette både store og små kringkastere hun anser som venner, og forklarer at hun ønsker å støtte de:

I will find several different streamers I enjoy watching and just open all of them. [...] I will have sound on for specific ones, and I'll just have the others in the background, they're open to support the streamer.

Valborg

Jens og Valborg gjør dette for å støtte kringkastere de føler har trenger og fortjener det. Min oppfatning er at dette er på grunn av tidligere erfaring med kringkasting identifiserer de seg med små kringkasteres behov for et større publikum for å oppnå suksess. Erfaringen farger hvordan Jens og Valborg erfarer Twitch også som tilskuere, og forsterker deres holdning til og ønske om å bidra til å øke kringkasteres seer-tall. Mitt inntrykk er at atferden er knyttet til ego-involvering for informantene, som en del av fellesskapsfølelsen av å ha vært en kringkaster relaterer de til behovet for å ha et publikum for å kunne bygge sin kanal (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2249; Suckfüll 2004), eller eventuelt sosio-involvering ved å identifisere seg med vedkommende på samme grunnlag (ibid). Twitch fungerer slik at jo flere seere man har, jo mer synlig blir man.

Frank har ikke erfaring med kringkasting, og har en annen motivasjon enn Jens og Valborg. Frank oppgir å alltid ha en kringkastingen til en spesifikk kringkaster (Kringkaster 20, personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale) i en åpen fane uavhengig om vedkommende kringkaster eller ikke, til og med dersom han ser på andre kringkastere. Årsaken til at Frank gjør dette er at, i følge Frank, samler han poeng ved å oppholde seg i kringkasterens kanal. Ved nok poeng, kan han løse disse ut i en premie. Det er et begrenset antall premier som kan løses inn, og Frank jobber hardt med å få nok poeng før kringkasteren går tom for premien han sparer til.

Frank beskriver muligheten for å få en fysisk premie fra kringkasteren med en voldsom iver, og det er tydelig at han synes dette er veldig stas. Jeg vil gjerne poengtere at premien det er snakk om ikke er noe storslagent, men en helt vanlig ting å finne i hjemmet. Det som gjør premien storslagent for Frank er at det er noe som kringkasteren tidligere har samlet på, og som hun nå gir

som belønning til sine aller mest dedikerte følgere. Jeg vil argumentere for at Franks bakgrunnsaktivitet vil ikke kan ansees som sekundæraktivitet. Det er ikke noen form for aktivitet, det bare foregår uten at den observeres verken aktivt eller passivt, men en ikke-aktivitet. Slik jeg oppfatter det er muligheten for å løse inn poeng en form for belønning for den individuelle fan sin dedikasjon og lojalitet, og ved å anerkjenne dette vil fan-individet oppleve en følelse av belønning (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis 1986).

Kjell har heller ikke erfaring med å kringkaste selv, men beskriver en lignende aktivitet ved to anledninger i intervjuet. Han rekker også å motsi seg selv og uttrykker at han ikke anser aktiviteten som noe positiv. Først forteller han at han åpner enkelte kringkastinger, og lar de ligge åpne i bakgrunnen selv om han ikke ser på. Han begrunner dette med at *“we’ve gone drinking together, heh. Sure (ler) I’ll keep this open”*, da spesifikt til Kringkaster 56 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale) som han kjenner personlig, i tillegg til at han forklarer å ofte ha kanalen til Kringkaster 53 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale) åpen og tilgjengelig selv om han ikke aktivt deltar:

Sometimes I’ll [...] turn that one down and then have someone else playing as my primary, and then I’ll just have a note in there like, ‘hey if [...] you guys need me, I’m not going to be in the chat, just tell Kringkaster 53 and then she’ll start screaming, and I can hear that and I’ll come back’ (ler) and see what’s going on, and then someone would probably want to talk to me or asking a question.

Kjell

Derimot da han blir spurt om denne type aktivitet (i forbindelse med uttalelsen relatert til Kringkaster 56) er for å bidra til at kringkasteren får høyere seertall, avviser Kjell dette kontant og svarer at *“Nah. If I’m not there trying to be a part of it, then I won’t boost their numbers”*, før han innrømmer et unntaket for Kringkaster 53. Det skal påpekes at Kringkaster 56 er av langt større størrelse enn Kringkaster 53, og mitt inntrykk er at Kjell ønsker å støtte denne kringkasteren da han opplever relasjonen som personlig. Å støtte vedkommende kan da føles som en følelsesmessig belønning for Kjell (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis 1986), og potensielt bedret relasjon gjennom å vise lojalitet som trofast fan (Jenkins, 2006, s. 137).

4.4 Aktivt publikum: fans og fellesskap

Om man er en fan av en skuespiller i et fjernsynsprogram, en sportsstjerne på et fotballag eller en Twitch-kringkaster kan i mange tilfeller sammenlignes. Med utgangspunkt i uttalelsene fra informantene, kan det ved første øyekast bære flere likheter med ulike typer fans, som sportsfans, dataspillfans og fans av kjendiser.

Informantene som har deltatt i forskningsprosjektet er alle deltakere ved TwitchCon. Som deltaker ved konvensjonen kan vedkommende med nokså sikkerhet defineres som å være en del av en større Twitch-fankultur (Jenkins, 2006, s. 41). Hver informant dedikerer tid for deltakelse og har brukt penger for å dyrke sin interesse. I realiteten *kunne* de ha fått med seg det mye av det som skjer på konvensjonen også hjemmefra, da det hele blir kringkastet (på Twitch, selvsagt). Personlig deltakelse ved konvensjoner som TwitchCon muliggjør en rekke fan-aktiviteter, som å møte andre likesinnede som deler sin interesse, møte kringkastere de følger (og er fans av) (ibid). Ved å delta omfavner de denne delen av sin identitet og sin lidenskap til hobbyen (Taylor, 2012, s. 240-241).

Gjennom intellektuelle og følelsesmessige investeringer, som aktiv deltakelse, fostrer man de mest trofaste fansene (Jenkins, 2006, s. 137). Selv om Jenkins presiserer at det ikke nødvendigvis er økonomiske investeringer, vil jeg gjerne belyse at det er noe påfallende at Egon, som fremstår for meg som den mest hengivne fan av alle informantene, er tilfeldigvis også den som har donert mest til sin favorittkringkaster (Kjell oppgir å donere mest, men spesifikt som veldedighet).

4.4.1 Gjenkjent som gjenganger

Basert på Hamilton, Garretson og Kernes forskning hadde jeg allerede før intervjuene interessert meg spesielt for hvorvidt informantene var gjengangere i ulike kringkastinger. Hamilton m.fl. (2014) argumenterer for at det er gjengangerne som er de som driver og bygger fellesskap til (og sammen med) kringkasterne, fordi det er de som involverer nye og returnerende seere (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318).

Med unntak av Alfred, oppgir alle informantene å i større eller mindre grad være gjengangere og anse seg selv som del av kringkasteres fellesskap. Dette kan ha noe med årsaken til at de velger å dra på en konvensjon som fungerer som et samlingspunkt for fans og gir dem muligheten til å møte kringkastere de er fan av. Informantene som er del av fellesskap beskriver å bli gjenkjent av kringkastere via sine brukernavn. Gjenkjennelsen er et resultat av jevnlig tilstedeværelse og deltakelse i sosiale aktiviteter under kringkastinger (Hamilton m.fl., 2014, s. 1315), og det er over tid de har gjort seg fortjent til å bli ansett, og anse seg selv (Jenkins, 2010, s. 99-100), som gjengangere (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318).

Kjell, Jens, Ulf, Valborg og Benny forteller at de er gjengangere i mer enn én kanal. Kanalene er av ulike størrelser, men samtlige har partnerskapsavtaler og er av signifikant størrelse om ikke nødvendigvis massiv. Generelt oppfatter jeg at informantene relaterer til kringkasternes fellesskap ved å dele en felles interesse for både spill og underholdningen kringkasteren tilbyr

(Jenkins, 2010, s. 109-111). Informantene opplever å være en del av gruppen ved at nok individer i fellesskapet, eller kringkasteren som kan sies å være en leder for fellesskapet, har anerkjent de i stor nok grad til at de føler seg inkludert (Jenkins, 2010, s. 44-45; Barth 1969). Kjell uttrykker at han ønsker å forholde seg kun til noen få kringkastere, for å opprettholde meningsfulle relasjoner (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319).

Egon legger vekt på anerkjennelse som en særlig viktig del av opplevelsen: *“This is a friendly place to be in”* eller *“Okay, I’m just a fly on the wall here, oh, okay”*. I forbindelse med andre hobbyer (som deles via sosiale medier) bekrefter Egon at han opplever respons og interaksjon som særlig motiverende for videre engasjement og bidrag (Hamilton m.fl., 2014, s. 1315). Egon synes at spamming kan være gøy, dersom det er gjort riktig i (det han oppfatter som) rett tid. Han trekker frem et eksempel hvor Kringkaster 17 (personlig nisjekringkaster med kringkastingsavtale) som ber sine følgere fylle opp chatten med et taco-uttrykksikon ved nye abonnenter. Ved å ønske nye velkommen, tydeliggjør det et skille mellom å være inne i, og utenfor, fellesskapet (Jenkins, 2010, s. 45).

Copypastaen Egon nevner virker som en form for velkomst til individet som har blitt med i nettfellesskapet, hvor gjengangere er de som kjenner til fenomener og setter i gang spammingen av uttrykksikonet (Hamilton, m.fl., 2014, s. 1315). Slik jeg tolker Egons utsagn er at opplevelsen av anerkjennelse og respons er helt essensiell for at Egon skal oppleve kringkastinger som et hyggelig (virtuelt) sted å oppholde seg, både på Twitch og på fan-fellesskap. Egons oppfattelse av denne atferden er, i nevnt kontekst, en form for verdsettelse, inkludering og støtte til både kringkaster og nettfellesskap (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). Dette kan ligne på anerkjennelsen som blant annet Jens og Harry ønsker fra massive kringkastere, hvor ens ankomst og aktivitet har en innvirkning på kringkastingen i sin helhet med både kringkaster og chat (ibid). Responsen og anerkjennelsen kan komme fra både kringkastere og det omliggende fellesskapet, og støtter Hamilton m.fl. (2014, s. 1315-18).

4.4.2 Massive kringkastere: Å betale for å bli sett

Mulige seer-handlinger for publikum på Twitch ligner på de man ser i tradisjonelle medier. Kringkastinger på Twitch har noen likhetstrekk med Gentikows beskrivelse av publikumsdeltakelse ved SMS-tv, for eksempel Mess-tv. Det er likheter og ulikheter varierer etter kringkastingeres størrelse og popularitet. Ved høy deltakelse i chat, eller høy fan-aktivitet, drukner individet og kanalens hierarki bestemmer hvem som blir sett (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000), og i massive kanaler overstyrer dette av én ting: penger.

Generelt er det likt at kringkastingen styres av en enkeltperson som gjerne svarer på det publikum prater om, og at publikum kan i chatten prate med hverandre. Det skal presiseres at SMS-tv så og si alltid var kostnadsbelagt, en stor forskjell fra generell deltakelse på Twitch. I større kringkastinger kan man argumentere for at publikumsdeltakelse må gå gjennom donasjoner, som er et likhetstrekk med formatet for SMS-tv. Som Jens forklarer *“A lot of the time when it comes to the bigger streamers, that’s some of the only way you can talk to them, because it pops up on-screen”*. I kringkastinger av liten størrelse, hvor aktiviteten i chat er lavere, er det derimot enklere for kringkasteren å respondere til all publikumsdeltakelse.

Flere informanter uttrykker en negativ holdning til kringkasterne som er så store at man må kommunisere med dem gjennom donasjoner. Ulf sier: *“Once a streamer gets so big when you wanna talk to them you gotta talk to them through donations, then I don’t enjoy it”*. Utifra dette oppfatter jeg at Ulf opplever interaksjonen som lite genuin og givende, på grunn av at det er en form for å betale for å kommunisere, som stemmer godt overens med det Gentikows informanter følte omkring sin bruk av Mess-tv (Gentikow, 2010, s. 220-222). Ved at Ulf mangler følelsen av å få behov som anerkjennelse oppfylt, og å føle at han kan gjøre en innflytelse på kringkastingen som foregår, kan være en årsak til hvorfor han ikke føler en fellesskapsfølelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis 1986). Med tanke på at Ulf omtaler seg selv som en *“community kind of guy”*, understreker han hvorfor dette er viktig for at han skal trives i en kringkasting.

På den andre siden er det ikke alle som er like negativ til de største kringkasterne som Ulf. Jens forklarer at han iblant donerer småbeløp i større kringkastinger, som til Kringkaster 42, hvor samtaler mellom kringkaster og nettfellesskapet stort sett foregår gjennom donasjoner da vedkommendes chat er svært aktiv. Jens forklarer at dersom man ønsker å bli sett i disse kringkastingene, må det da skje via donasjoner, men uttrykker ikke nødvendigvis noe særlig misnøye over dette. Slik jeg oppfatter Jens opplever han interaksjonen som da skjer gjennom donasjoner som meningsfull (Hamilton m.fl., 2014, s. 1323-1324), og derfor anser det som velbrukte penger for å kommunisere med noen han er fan av.

4.4.3 Å donere for å bidra til avgjørelser

I andre tilfeller ligner Twitch på NRKs *Svisj* og *Jukeboks*, hvor man kan avgi stemmer på ulike ting de ønsker å se på kanalen, som ved avstemninger på Twitch (Gentikow, 2010, s. 219-220). For eksempel beskriver informant Ulf at han ved en tidligere anledning har sett på en veldedighetskringkasting, hvor det i kringkastingen ble vektlagt ulike valg kringkasteren (Kringkaster 65) måtte utføre i spillet, basert på donasjoner han mottok. Ulf har brukt over 100 USD i løpet av det ene arrangementet. Mitt inntrykk er at det er underholdningsfaktoren av det

tilknyttede spillet som motiverer Ulf i størst grad til å donere, og at det letter hans samvittighet for å bruke penger da det er til inntekt for veldedighet. Han er langt mer positiv til denne typen donasjon enn han er til donasjoner som er nødvendig for å kommunisere med kringkasteren. Jeg tror også at følelsen av å ha en innvirkning på hva som skjer i kringkastingen kan medføre at Ulf i større grad forholder seg positiv til denne typen donasjoner (Hamilton m.fl., 2014, s. 1321-1322).

Selv om man gjennom sosiale medier kan gi en respons til tradisjonelle medier, betyr det ikke at de nødvendigvis vil se det. På Twitch foregår interaksjonen i samme medium som kringkastingen foregår i, ikke i et sekundært medium som tradisjonelle medier potensielt belager seg på. På Twitch kan man øyeblikkelig se sitt eget bidrag (og eventuelt vente på en respons eller reaksjon fra kringkasteren) og gjør Twitch mer direkte kontakt enn om det må gå gjennom andre instanser først (Gentikow, 2010, s. 231, Enli m.fl., 2010, s. 217).

Brorparten av informantene beskriver sitt favoritt innhold som kringkastere med høy underholdningsverdi, gjerne i form av humor, som interagerer med sitt publikum, og oppgir dette som viktig for en god kringkaster. Utsagnene fra informantene vitner om at flere sidestiller det å betale for abonnent til en kringkaster sidestilles med å betale for en tjeneste, og at det generelt oppleves som god bruk av sine midler i forhold til hvor mye tid de tilbringer på plattformen. Kjell utviser en lignende tilnærming som Jens da jeg spør han om hvordan han selv oppfatter det å bidra finansielt:

They're taking time out of their day to be in the entertainment field. It's like, I would buy someone's album if I liked their music, I would buy a movie if I liked it, uh, why not buy a coffee for a friend. [...] It's a service, it's entertainment. And it's a really cheap form for entertainment considering the hours I put into it.

Kjell

Kommentaren til Kjell gjelder spesifikt å betale for et abonnent. Dette er en kontrast til holdninger som Gentikow fant hos sine informanter om Mess-tv (Gentikow, 2010, s. 220-222). Generelt er alle informantene positive til å abonnere på kringkastere. Imidlertid er flere informanter negative til donasjoner, eller iallfall i den grad at de velger å ikke bidra. Unntaket er Jens som sammenligner små-donasjoner med å betale for en kinobillett eller fjernsyns-service. Det er en form for underholdning, eller som å legge igjen tips til servitøren. Jens forklarer at han ikke alltid behøver noen spesiell grunn til å donere, som "*I just feel like donating*", men forklarer også at det gjerne er i sammenheng med massive kringkastere man kun kan prate med via donasjoner. Jens er forøvrig også positiv til å abonnere på kringkastere.

4.4.4 Givende deltakelse og relasjonsbygging

Å være en del av et nettfellesskap er ikke bare å være “sammen” på nett. Det indikerer også en felles identifikasjon med andre deltakende. Når brukere oppholder seg i samme virtuelle rom, og samhandler med hverandre, kan gjerne vennskap oppstå. Det er ikke kun vennskap med kringkaster man investerer i ved å oppholde, delta og samhandle med omliggende nettfellesskap, men også innad i nettfellesskapet, ved å etterhvert gjenkjenne skjermnavn, hilse og forholde seg til hverandre. Som nevnt tidligere er gjengangere de som alltid kommer tilbake, samhandler med andre i fellesskapet og er grobunnen for bryggende fellesskap, også seg i mellom, med kringkasteren som fellesnevner.

Samtlige informanter oppgir at Twitch stort sett fungerer som underholdning, og at underholdningsfaktoren er en viktig del av deres konsum. Alle informanter med unntak av Kjell oppgir at de opplever Twitch som en viktig del av deres liv. Egon, Valborg, Jens og Frank uttrykker spesifikt at de anser Twitch som en viktig sosial arena. Valborg sier eksplisitt “*it’s become like a big part of my life, and if I didn’t have that anymore I don’t know what I’d do (ler)*”. Jens og Alfred bor på steder hvor de ikke har så mange venner, og tilknytter seg på den måten andre. Valborg forklarer at hennes tid på Twitch som arbeidsledig var “*basically every, every day. All day. It was something for me to fill in the space of not working or not going to college*”. Valborg forklarer at hun brukte da mer tid på å kringkaste selv, og opplevde det som en måte å sosialisere igjen etter å ha slitt sosialt av personlige grunner (“*get back into socializing*”).

Både Kjell og Frank beskriver sosialisering de deltar i som ofte ikke-spillrelatert, selv om de foregår i kringkastinger (offline for Franks del), og med andre fans (og kringkasteren selv for Kjells del). Egon forklarer en kombinasjon mellom personlige og spill-relaterte samtaler. Dette er veldig utypisk for sosialisering i spillrelaterte forum og arenaer i følge Taylor (2012, s. 192). Mer typisk for dataspill-fans beskriver informantene Alfred, Jens, Harry, Benny og Valborg at de så og si kun prater om spill når de deltar i kringkastinger (ibid). Diskusjonene om spill kan være for eksempel relatert til tilskuers ønske om å lære, som på Twitch blir en deling av kunnskap om spill, diskusjon om hvorfor kringkaster tar de valgene vedkommende gjør og lignende (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000). Ved at dette diskuteres i sanntid, kan også kringkasteren delta i disse diskusjonene, gi oppklaring eller bidra til ytterligere engasjement for tilskuer/fans.

Etter å ha konkludert alle intervjuene i forskningsprosjektet, står Franks sosialisering på plattformen ut som spesielt annerledes fra øvrige informanter. Frank oppgir å tilbringe mye tid i kringkastinger hvor kringkaster er offline¹⁵, hvor han chatter med andre som gjør det samme. Han

¹⁵ At kringkaster er ‘offline’ vil si at vedkommende ikke har en pågående kringkasting, samtalene foregår fortsatt over nett i det virtuelle stedet som er kringkasterens kanal.

forklarer at han i lang tid har gjort dette i kringkastingskanalen til Kringkaster 18 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale), og at han etter å ha blitt arbeidsløs har begynt å gjøre det samme i kanalen til Kringkaster 20 (personlig kringkaster med partnerskapsavtale). Frank forklarer at denne chattingen kommer i tillegg til eventuell chat som foregår på Discord. Da jeg spør Frank om hva de prater om i kringkastingerne forklarer han at det gjerne kan være svært faglige diskusjoner relatert til naturvitenskapelige felt. Frank uttrykker også en glede over å bruke kringkastingskanalene til nettopp dette, og sier selv at det i stor grad har utvidet hans horisont i forhold til å prate med individer fra andre land.

Slik jeg oppfatter Franks beskrivelse å bruke disse kringkasternes kanaler, bærer det likhetstegn med tradisjonell bruk av chatterom på internett, som Internet Relay Chat (IRC). På samme måte som kanaler på IRC har emneknagg for ulike interesser, fungerer Franks bruk av Twitch i disse tilfellen som om han oppsøker #kringkaster18 eller #kringkaster20, hvor den spesifikke kringkasteren er en felles interesse for de som deltar i chat. Jeg tolker Franks engasjement om dette til at han opplever sosialiseringen som meningsfylt og viktig for han, men at plattformen fungerer i større grad som nettopp det — en plattform som muliggjør sosialisering for mennesker som interesserer seg for det samme som Frank (og mange andre interesser, som Kjell).

Selv om interessene ikke nødvendigvis relatert til spill, men vitenskapelig fagfelt. Gruppeidentifikasjonen går på den felles interessen for de spesifikke kringkasterne (Jenkins, 2010, s. 110-111), men siden samtalen Frank beskriver ikke deltar mens kringkastinger pågår, blir kringkasterne i større grad knytnepunkt for interesser, fremfor interessen selv. Frank beskriver sin relasjon til de andre deltakerne i disse diskusjonene som vennskap over internett, som jeg oppfatter at han er svært glad for og knytter seg til. Slik jeg ser det, er dette en undergruppe av de større kringkastingerne, og fungerer godt for Frank sin fellesskapsfølelse. Observasjonen støtter Hamilton m.fl. sin hypotese om at undergrupperinger i større kringkastinger kan fungere positivt for fellesskapsfølelsen (Hamilton m.fl., 2014, s. 1323-1324).

Kjell bruker Twitch på noenlunde samme måte som Frank. Forskjellen mellom Frank og Kjell er at Kjell deltar i lignende typer samtaler, i forhold til samtaleemner (ikke relatert til spill), men samtidig som kringkasteren kringkaster og at kringkaster gjerne tar del i disse samtalen. Kjell forklarer at kringkasterne har tatt del i større livsavgjørelser for han i løpet av de siste årene. Samtaleemnene kan i følge Kjell både være svært fagtunge, filosofiske og fylt av råd til hverandre, og de kan være svært useriøse og 'lette' hvor de for eksempel prater om kjendisnyheter. Det må presiseres at kringkasterne det er snakk om, særlig Kringkaster 53 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale) og Kringkaster 57 (personlig variasjonskringkaster uten partnerskapsavtale), har relativt overkommelig aktivitet og er av mindre størrelse enn mange andre

kringkastingskanaler som er nevnt i forbindelse med forskningsprosjektet. Slik jeg oppfatter Kjells interaksjon med kringkasterne og fellesskapet deres, opplever også han disse samtalene som meningsfulle og givende (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316).

Ulf har også et mønster som kan ligne på hvordan Frank beskriver sin sosialisering. Imidlertid forteller Ulf at han oppholder seg i kringkastinger som er pågående (live). I likhet med Frank forteller Ulf at han foretrekker å prate med andre fans og deltakere i fellesskap fremfor kringkastere: *“I’m a community kind of guy”*. Selv om han i det virkelige liv er introvert, beskriver han seg selv som annerledes over nett. Jeg får inntrykket av at det er også derfor Ulf tidligere har kringkastet, og at det er derfor han har et ønske om å kringkaste i fremtiden.

Sosialiseringen Ulf beskriver ligner også på den som man oftere ser i tradisjonell OMF (Online Fandom), hvor det er fans som sosialiserer om nettopp det som de interesserer seg for (Lawrence, 2013, s. 233-234). Jeg tror også det kan være en av årsakene til at han liker å kringkaste selv, og har ambisjoner om det i fremtiden. Mens han selv interesserer seg for både spill og kringkastere, fremgår det at han også er interessert i å produsere kringkastinger selv. Ved at han da går fra å være tilskuer, til å være kringkaster, er sammenlignbart med å skifte rolle fra leser til forfatter (Jenkins, 2006, s. 144; Leavy, 1997, s. 121).

4.4.5 *Jeg er fellesskapet, fellesskapet er meg*

For å suksessfullt være en del av et nettverk kreves det også en forståelse av normer og koder, atferd og språk, å oppleve følelsen av innflytelse og medlemskap, oppfylte behov og emosjonell tilknytning (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318; McMillan & Chavis 1986). Fellesskapers norm og generelle gang varierer dem i mellom, hva som er akseptert og normalisert atferd i et fellesskap kan være ulikt i et annet. Flere informanter oppgir opplevelsen av et fellesskap som å være viktig for dem. Både Benny og Ulf presiserer at det for dem er viktig at kringkasteren har et fellesskap som er inkluderende, hvor man føler seg akseptert fra starten av.

En god kringkaster blir av informantene beskrevet som en kringkaster som har det gøy mens han eller hun spiller, skaper interaksjon og engasjement med sitt fellesskap, og som ikke kringkaster med mål om å generere inntekt. Egon bruker ordene *“interactive, humble and grounded”*, og legger til at vedkommende bør vise takknemlighet ovenfor sine seere, sitt publikum, for posisjonen de er i. At en kringkaster skal fremstå som positiv, genuin, autentisk og ekte blir nevnt av de fleste informantene, også om de ikke kan svare på alle henvendelsene fra sitt fellesskap. Om en kringkaster forteller Jens:

He's like a really... Genuinely good person, I can tell, because like when someone donates he stops whatever he's doing in that game and takes the time to talk to that person. (...)

Jens

Det er veldig tydelig fra Jens sin uttalelse at han verdsetter kringkasteres anerkjennelse av sitt publikum, og at det styrker hans opplevelse av innflytelse og involvering i kringkastingen, også når anerkjennelsen ikke er rettet mot Jens (Click m.fl., 2013, s. 375).

Etter Egons beskrivelse av sitt bruksmønster oppfatter jeg at store deler av dagen hans handler på en eller annen måte om Kringkaster 16. Han er en del av en sammensveiset vennegruppe ("*tight nit group of friends*") som er "*really really good friends with each other*". Vennegruppen chatter i løpet av dagen, og at medlemmene fant sammen på grunn at de alle er fans av Kringkaster 16. Kringkasteren er ikke en del av vennegruppen. Den nettbasert klikken, bestående av totalt 6 fans, har vært venner i 2 år i følge Egon. På Twitch kan dette representeres ved for eksempel undergrupperinger innad i fellesskapene, som Egons vennegruppe, og fremstår som særlig meningsfylt for Egon (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316). Bare det å være en del av fellesskapet til Kringkaster 16 fremstår som en svært meningsfylt erfaring for Egon (Jenkins, 2010, s. 109-111). Det virker også som det er veldig givende for han å dele sin interesse for kringkasteren og relaterte interesser (andre OMF) med fellesskapet og vennegruppen (ibid).

Når Egon beskriver Kringkaster 16 sitt fellesskap er takknemlighet, ydmykhet og aksept er tre ord som går igjen. På grunn av Egons beskrivelse av hvilke prioriteter kringkasterens fellesskap har, ser jeg sterke konnotasjoner til Little Monsters virtuelle fristed, hvor de legger vekt på å kunne være seg selv og dyrke sin egen identitet (Click m.fl., 2013, s. 361-364). Under intervjuet legger Egon flere ganger vekt på at han ikke deltar på konvensjonen kun for sin egen del, som for å ha det gøy, men at han anser seg selv som en representant for nettfellesskapet relatert til Kringkaster 16. Han forteller at han ønsker med sin fysiske tilstedeværelse representere alle i fellesskapet hun har skapt, og hvor betydningsfullt fellesskapet er.

Det virker for meg som at Egon er tydelig på hvilke normer man følger i Kringkaster 16 sitt fellesskap. Selv om han legger vekt på at det skal være åpent for alle, legger han også vekt på at det forventes at man er hyggelig med hverandre, og det er etablert forventninger til både publikum og kringkasteren selv for hvordan man skal oppføre seg, hvilke mønster og regler man følger (Lister m.fl., 2003, s. 175; Baym 1998). Egon poengterer at han opplever kringkasterer som dårlige dersom de ikke forsøker å engasjere seg i sitt omliggende nettfellesskap, og som ikke utviser en form for takknemlighet og verdsettelse ovenfor sitt publikum. Egon forklarer at han forventer dette ettersom det er publikummet som har bidratt til at de (kringkaster) er i posisjonen de er i. I forhold til hvordan Egon uttaler dette, forstår jeg det slik at han da refererer til større kringkasterer med

(Twitch-)partnerskapsavtaler. Jeg ser her paralleller mellom Egons beskrivelser og hvordan informantene Little Monster-forskningen krever ikke bare å være en fan, men også å utøve en atferd som stemmer overens med identiteten som foregår innad i fellesskapet (Click m.fl. 2013, s. 368-369).

Måten Egon uttrykker seg på virker for meg som at han oppfatter at fellesskapet er viktig for både han, kringkasteren og hele fellesskapet. Ved at fellesskapet er et sted han kan dyrke sine interesser og fylle hverdagen med gleder (Jenkins, 2006, s. 42), dyrke sin identitet (Jenkins, 2010, s. 111) og andre som har disse tilfelles med Egon (Click m.fl., 2013, s. 361). Egon forklarer under intervjuet at Kringkaster 16 har kallenavn for sine fans, som en slags fellesskapsbetegnelse (Click m.fl., 2013, s. 371). Det skal presiseres at kallenavnet ikke bærer de samme konnotasjonene for individene i fanfellesskapet til Gaga, hvor det for Little Monsters fungerte en måte å ta tilbake det å være utskudd (ibid). Det skal påpekes at fans som abonnerer via Twitch får et ekstra adjektiv til det samme kallenavnet, og gir meg et inntrykk av at det er en form for hierarki i fan-fellesskapet samtidig som det fungerer som en samlebetegnelse. Jeg fant også ut i etterkant av Egons intervju at Kringkaster 16 refererer til seg selv med et kallenavn som er ekvivalenten til Gagas *Mother Monster* i Little Monster-fellesskapet (Click m.fl., 2013, s. 361).

Gudmund er gjenganger i én kringkasting, Kringkaster 18 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale), og forteller at han blir både gjenkjent av kringkasteren selv og resten av fellesskapet. Anerkjennelsen bidrar til å styrke Gudmunds fellesskapsfølelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). Måten Gudmund omtaler kringkasteren og kringkasterens kanal på poengterer særlig Jenkins (2010) sitt poeng om hvordan gruppeidentitet eksisterer i forhold til hverandre (s. 109-111):

Somebody like [Kringkaster 18] has a very strong user community, often identified throughout Twitch as being somewhat unique. [...] every streamer says 'ah, I have the best community, you guys rock'. [...] if you poke 'em a little bit, they'll probably admit that, well no, [Kringkaster 18] has one of the more tight-nit communities. [...] he's one of the originals, [...] it's always been an act of effort on our part to maintain that kind of character of the community.

Gudmund

Slik jeg oppfatter situasjonen er ingen tvil om at Gudmund er en nøkkelperson og kjernemedlem i Kringkaster 18 sitt fellesskap, som bygger og engasjerer fellesskapet (Hamilton m.fl., 2014, s.1318), selv om han oppgir å ikke lenger delta særlig aktivt i kringkastingene. Gudmund er aktiv i fellesskapet utenfor kringkastingene, hvor han organiserer ulike møter mellom fans og kringkasteren (ibid).

4.4.6 Ulikt tradisjonelle medier: tilskuers forventninger

Noen informanter beskriver negative reaksjoner på manglende respons fra kringkastere. Både Valborg og Jens tar opp mangelen på interaksjon og respons fra kringkaster som negativt, og indikerer at Jens forventer en form for anerkjennelse for sin rolle som publikum da han gjør noe som aktivt kan bidra til at kringkasterens nettfellesskap øker. Som eksempel trekker Jens frem mangel på notifikasjoner vedfølging, alternativt abonnenter. Eksplisitt sier han: *“Like ‘Hey, I just followed you. That’s, I know it doesn’t take much to follow you, but it’s helping you”*.

I motsetning til andre informanter oppgir Harry å stort sett oppsøke tilfeldige kringkastinger mens han er på jobb, men spesifiserer senere at han er en del av en spesifikk kringkasters nettfellesskap (Kringkaster 15, personlig variasjonskringkaster uten partneravtale med Twitch) og følger hans kringkaster når han har mulighet til det. Likevel uttrykker Harry at han gjerne ønsker en form for tilbakemelding da han for eksempel forlater kringkastinger:

If I’m leaving I’m usually like [...] “It was great watching the stream, catch you later” and then like [...] I’ll try and wait for a response and if I don’t get one, or do get one, and there’s a lag, like. I mean I tend to wait, and then it’s like “ah, cool.” and then I close it, or watch something else [...]

Harry

Brorparten av informantene beskriver kringkasters interaksjon med sitt publikum som viktig for dem. Ved spørsmål om hva han synes om å få respons fra kringkastere, svarer informant Harry svarer entusiastisk: *“Oh it’s awesome!”*. Harry hilser alltid når han “kommer inn” i (eller forlater) en kringkasting. Dette gjelder også dersom han ikke kjenner kringkasteren eller har vært i kanalen tidligere. Spesifikt bruker Harry uttrykket *“creepy”* om å se på en kringkasting uten å si noe:

Any time that I go to watch a stream I’ll always post something in a chat room [...] I can’t just sit there and creepily on [the] stream even if it’s someone I think that’s like ‘oh that’s uninteresting’ or ehr— ‘this guy is talking trash about a game I like’, I go like ‘Hey man, it was great watching you stream’.

Harry

Mitt inntrykk av Harrys utsagn er at han anser hilsing som viktig, slik man gjør i det virkelige liv, og at dette er en måte å anerkjenne tilstedeværelse. Dette gjelder spesifikt kringkastere av liten størrelse, da han også ved et annet tidspunkt i intervjuet forklarer at han ikke føler samme behovet for å nødvendigvis gjøre sin ankomst kjent i større kanaler. Han begrunner dette med at de kringkastingene er uansett så travle, at det ikke er vits i.

I likhet med Harry synes Jens synes det er viktig med anerkjennelse. Han viser samme forståelse for at man har begrenset med oppmerksomhet å gi, og at det blir et problem i massive kanaler. Jens forklarer at han må oppleve å få inntrykket av at kringkastere bryr seg, om egen kvalitet og om sitt nettfellesskap, for at han skal anse de som gode kringkastere. I utgangspunktet sier Jens at kringkastere bør gjøre forsøk på å opprettholde kvalitet, engasjement og deltakelse for å

fortjene han som seer. Han går imidlertid noe tilbake på det og oppsummerer: *“I would watch just because I know that they care about it”*.

Jeg oppfatter utsagnene fra Harry og Jens som indikasjoner av deres forventninger til toveiskommunikasjon ved deltakelse (Enli m.fl., 2010, s. 217), og at mangelen på respons oppleves som meningsløs (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316). Fra utsagnene til Harry oppfatter jeg at han i større grad er et individ i kringkastinger med en interesse, og i liten grad et fellesskap (med unntak av tilknytning Kringkaster 15). Mitt generelle inntrykk av informantene er at de ønsker generelt å bli interagert med, og reagerer negativt når de ikke opplever dette behovet oppfylt (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis 1986).

4.5 Relasjoner til kringkastere

Det synes flere ganger i løpet av intervjuene at informantene beskriver kringkastere med svært positive ord, ord som tydelig viser at dette er en person som vedkommende ser opp til, beundrer eller på en eller annen måte har en sterk forbindelse med. Dette forekommer også selv i tilfeller hvor informanten ikke har møtt kringkasteren de prater om, men informanten opplever fortsatt at de kjenner kringkasteren nok til å beskrive de på den måten de gjør. Noen informanter er derimot veldig presis på definisjonen av hvorvidt de vil anse det som vennskap, og skiller mellom det å ha en vennskapelig tone, et vennskapelig bånd, og å ha et vennskap.

Informanter som Jens og Benny er veldig spesifikk på at selv om de føler at det tildels er vennskapelig, opplever de det ikke som veldig personlig og dypt. Benny presiserer at det tar mye *tid* å bygge vennskap, og at han derfor ikke anser å være venner med noen av kringkasterne selv om de er vennlige. Valborg beskriver sine relasjoner som vennskapelige, og føler at hun har vennskapelige bånd med kringkaster, selv om de ikke har særlig personlige samtaler. Frank uttrykker at han håper at resultatet av å være på konvensjonen, hvor han møtte Kringkaster 18, vil medføre at han i større grad kan ha en personlig relasjon til vedkommende.

4.5.1 Heltedyrlkelse

Det er ikke alltid lett å skille vennskap fra heltedyrlkelse. Basert på uttalelser fra informantene, er mitt inntrykk at dette kan være vanskelig for de involverte også. Mens enkelte informanter er veldig klar over sine relasjoner til kringkastere som fan-til-kjendis, beskriver andre sine relasjoner som vennskapelige eller faktisk vennskap. Toveiskommunikasjonen på Twitch legger til rette for interaksjon i sanntid, interaksjonen kan oppleves som ekte og autentisk som igjen kan styrke emosjonelle bånd fra individuelle fans til kringkastere. Click, Lee og Holladay sin forskning på

Little Monsters bærer noen likhetstrekk med tendenser jeg observerer hos Egon, og Kringkaster 16 har som mediekarakter flere likhetstrekk Lady Gaga. Jeg vil trekke frem Egon som et spesielt interessant eksempel på hvordan parasosialt interaksjonsrelasjon kan *oppleves* for den individuelle fan som et ekte vennskap, men i realiteten er imaginært.

Egon har abonnert på kringkasteren siden hun fikk sin partnerskapsavtale med Twitch to år i forveien. I tillegg abonnerer Egon gjennom Patreon med ytterligere 20 USD månedlig. På toppen av abonnementene oppgir Egon å jevnlig donere til Kringkaster 16, og estimerer selv å ha brukt omkring 1000 USD¹⁶ over de siste to årene. Donasjonene består av cirka 70 prosent pengedonasjoner og 30 prosent i form av gaver fra hennes ønskeliste på Amazon. Om donasjonene sier Egon: *“I have done, uhm, let’s just say my fair share of [...] donations and gifts”*. Egon innrømmer også i løpet av intervjuet at han vil se på Kringkaster uavhengig av hva hun velger å kringkaste. Slik jeg oppfatter det har Egon investert tid, energi og penger i kringkastingen (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318; McMillan & Chavis 1986).

Egon er svært aktiv i Kringkaster 16 sine kringkastinger, og han prioriterer disse kringkastingene når det er mulig. Det kommer frem under intervjuet at han tidligere har opplevd negative reaksjoner på sin bruk av Twitch, ved at han i noen anledninger har prioritert Twitch fremfor venner i det virkelige liv. Mitt inntrykk er at Egon definitivt er en lojal og dedikert fan, og jeg tolker Egons relasjon til Kringkaster 16 som en form for heltedyrkelse. Ved tidspunkt for intervjuet har Egon fulgt Kringkaster 16 i (da) 3 år over ulike medier. Måten Egon fant kringkasteren på var gjennom en annen fandom (anime/manga) på YouTube, hvor Kringkaster 16 aktivt produserer og deler eget innhold relatert til den aktuelle fandom (Jenkins, 2006, s. 1). Egon forteller at han har fulgt henne siden den gang, og fulgte henne over til Twitch da hun begynte å kringkaste. Egon sier: *“she comes off to me like [...] someone I can really relate to. I guess we have a lot of the same interests [...] we have similar personalities”*. Mitt inntrykk er at ved å være fan av det samme, identifiserer Egon sterkt med kringkasteren direkte (Jenkins, 2010, s. 109-111).

Under konvensjonen møter Egon Kringkaster 16 for første gang, men forklarer at han har ved en tidligere anledning “møtt” henne virtuelt, Å møte kringkasteren virtuelt vil si at Egon spilte sammen med kringkasteren under en kringkasting. I følge Egon er muligheten å få spille sammen med kringkasteren en av fordelene han får som abonnent. Selv forteller Egon at han tenkte: *“wow this is really happening”* og beskriver opplevelsen som spesiell og minneverdig for han. Slik jeg ser det bekrefter Egons utsagn også det som Taylor skrev i 2012 om hvordan avstanden mellom profesjonell og fans innenfor dataspill er kortere enn i tradisjonelle sporter (Taylor, 2012, s. 197), og

¹⁶ 1000 USD utgjorde ca 8250 NOK per oktober 2016.

at hans følelse som insider i kringkasterens fellesskap har blitt forsterket av erfaringen (ibid). Om sitt første *fysiske* møte med kringkasteren forteller Egon:

[...] my heart skipped a beat when I.. as soon as I actually saw her in person I was like “Oh my gosh!” [...] it’s definitely different when you meet that person [...] they’re right in front of you.

(...)

I was fortunate enough to meet her today. It was awesome.

Egon

Jeg oppfatter at Egon definitivt er *starstruck*, og at både virtuelle og fysiske møter forsterker ytterligere hans engasjement til og heltedyrkelse av Kringkaster 16.

Imidlertid er det til tider noe uklart i hvilken grad Egon og kringkasteren er venner. Gjennom hele intervjuet med Egon refererer han til Kringkaster 16 som “*my friend*”, før han plutselig sier “[...] *it’s like having a friendship with her*”, og det viser seg at han sjeldent har vært i direkte kommunikasjon med kringkasteren. Uttalelsen skaper en tvetydighet om hvorvidt Egon faktisk opplever å ha et vennskap eller ikke. Mitt totale inntrykk er forøvrig at Egon virkelig oppfatter relasjonen som et reelt vennskap, basert på hans øvrige uttalelser. Jeg ønsker å trekke frem en spesifikk uttalelse fra Egon som jeg synes belyser dette svært godt:

(...) You feel like this is someone you can call a friend and someone that you would [...] you would do anything for.

— *Do you feel like she would do anything for you too, or?*

Yes. [...] She’s definitely someone that would reach out to any, anyone in the community, if they’re having an issue. She, if she’s able to, she will take the time to reach out to you, [...] talk with you [...] Just to show that [...] she’s not just a streamer [...] she’s a friend, you know? She’s someone that you can talk to, or share something with and not feel like, you know, it’s one-sided.

Egon

Egon opplever at han relaterer til kringkasteren og føler at relasjonen føles ekte og autentisk, og dette bygger for han en sterk tilknytning og lojalitet til kringkasteren. Med tanke på at Egon oppgir å ikke ha hatt særlig direkte kontakt med kringkasteren, er mitt inntrykk at han trolig har observert og vært en deltaker i Kringkaster 16 sin chat, og at han gjennom å ha observert interaksjoner mellom Kringkaster 16 og andre fans, har gjort seg opp dette inntrykket. Dette ligner svært mye på samme scenario som tidligere nevnt med Jens, og som Click, Lee og Holladay belyser forekomst av i *Little Monsters* (Click m.fl., 2013, s. 375).

Identifikasjonen som medfører Egons emosjonelle tilknytning, blir ytterligere forsterket kringkasteren deler personlig informasjon om seg selv og sitt liv. Han beskriver samtalene i Kringkaster 16 sine kringkastinger som å være av særlig personlig karakter, og opplever kringkasteren er “*being real with you (...) get that [...] one on one personal feel*” og er som åpen om sine følelser:

[...] when you see her really show her emotions, it really touches you and that's one thing I really like about her too is [...] she's not afraid to show her emotions and when she does [...] you feel that emotion with her. And that just, for me that gives you more of that [...] personal touch about her, and [...] it's like 'okay, this is definitely someone that I can relate to and this is definitely someone I feel this connection with' [...] it's like having a friendship with her. [...] You feel like this is someone you can call a friend and someone that you would [...] do anything for.

Egon

Da jeg spør om han tror at hun ville gjort hva som helst for han også, slik han vil for henne, svarer Egon at *"Yes. [...] she's definitely someone that would reach out to any, anyone in the community"*. Egons beskrivelse av hvordan kringkastingene til Kringkaster 16 foregår, ligner veldig på Little Monsters som også opplever at Gaga bryr seg om hele sitt fellesskap, ned til et individuelt nivå (Click m.fl., 2013, s. 373-374). Ved at kringkasteren deler personlig informasjon medfører det at Egon opplever å føle seg involvert i kringkasterens liv, og føler derav et sterkere emosjonelt tilknytning (Click m.fl., 2013, s. 366-367).

I løpet av konvensjonen har Jens tatt et bilde av Kringkaster (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale). Kringkasteren er svært populær, både på Twitch og sosiale medier. Etter Jens hadde tagget kringkasteren i bildet, hadde kringkasteren videre delt dette med sine følgere. Resultatet var at Jens fikk mye trafikk på sine sosiale medier av Kringkaster 3 sine følgere. Dette er tydelig en stor opplevelse for Jens, som svært engasjert forteller historien, viser bildet og hvor mye tilbakemelding han hadde fått på det fra Kringkaster 3 sine fans. Historien til Jens har tydelige likhetstrekk til Lady Gagas deling av coverlåter i fan-fellesskapet Little Monsters (Click m.fl., 2013, s. 373-374).

4.5.2 Når kringkaster inspirerer

Det er gjennomgående at mange informanter har en eller annen mening om sine favorittkringkastere. Stort sett går dette på kvaliteter som at vedkommende er utrolig hyggelig, flink, takknemlig og engasjerer sitt fellesskap. I intervjuet med Gudmund beskriver han å huske et av sine første øyeblikk på Twitch, som har endt opp med å engasjere seg spesielt i en kringkaster (Kringkaster 18) og bistår vedkommende med organisering av fellesskapsaktiviteter¹⁷, forklarer at det for han personlig opplever at innholdet Kringkaster 18 er viktig. Gudmund uttrykker at han abonnerer så lenge han oppfatter innholdet kringkasteren produserer som mer viktig enn de pengene det koster han å abonnere eller donere. Spesifikt uttrykker han en form for opplevelse av samfunnsnytte relatert til videre produksjon av Kringkaster 18s innhold.

¹⁷ Arbeidet er sporadisk, frivillig og ikke betalt.

Gudmund synes at det er ofte bedre å interagere med kringkaster enn resterende nettfellesskap, og at han er negativ til heltedyrkelsen av større kringkastere. Særlig satt i perspektiv med Gudmunds beskrivelse av seg selv som å være “*very driven to help humanity*”, oppfatter jeg holdningen hans å være preg av eudimonisk motivasjon (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2250; Oliver 2008; Oliver & Raney 2008; Waterman 1993), hvor både det å se på innholdet er viktig for han, og det er viktig at innholdet fortsetter å bli produsert. Ikke bare blir han selv inspirert, men også inspirert til å dele det videre med andre gjennom interaksjon for å verve medlemmer og skape mer engasjement som er typisk for fans (Crawford, 2004, s. 44; McPherson 1976), også dataspillfans (Taylor, 2012, s. 235), og typisk for gjengangere på Twitch (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). Spesifikt vil jeg peke på Gudmunds beskrivelse av første gangen han oppdaget Kringkaster 18 sin kringkasting:

It was a profound moment for these guys because so many [...] people had never talked to them straightforward about, you know, talking to girls, or dating, or talking to guys if it's a girl or whatever. [...] I was blown away by the [...] power the platform could have, getting gamers together [...] sitting around, watching somebody play just like you're in the living room, but it's global scale. And, so I was like, holy crap. Whoa, I gotta support this dude.

Gudmund

Det synes å være en gjennomgående holdning for Gudmund og hans mediebruk. I forbindelse med en annen kringkaster, Kringkaster 27 (personlig variasjonskringkaster med partnerskapsavtale), som han ikke har samme nettverk med, men som han beskriver tilby en personlig side av seg selv:

It's not like he was helping kids who had issues they were working through. He was just kinda messed up himself, and was very blunt about it, and [...] it was unique. It, it was providing a service to [...] viewers.

Gudmund

Selv om Gudmund ikke eksplisitt sier at han opplever en form for nærhet til kringkasteren, er det tydelig fra dette utsagnet at han opplever en form beundring. Gudmund uttrykker en forakt for heltedyrking og begrunner egen alder for holdningen sin, og at han forsøker å ta hensyn til at individene som utøver heltedyrking sannsynligvis er veldig unge. Ettersom han er født i 1980 er han forskningsprosjektets eldste informant. Årsaken til at Gudmund engasjerer seg i kringkasteren er definitivt relatert til kringkasterens innhold (Hamilton m.fl., 2014, s. 1315) og hvordan fellesskapet reflekterer det (ibid).

4.5.3 Direkte og personlig, men er det et vennskap?

Enkelte informanter oppgir å kommunisere direkte med kringkastere, deriblant Kjell som oppgir å kommunisere med flere større kringkastere IRL over både telefon og tekst (applikasjoner som WhatsApp). Slik jeg oppfatter Kjells bruk av Twitch er hans bruk todelt: delvis som bakgrunnsstøy,

og delvis sosialisering med et utvalg (kvinnelige) kringkastere og deres fellesskap. Kjell gir inntrykk av å prioritere enkelte kanaler fremfor å finne nytt innhold: “*I would rather have a few small close friends than spread myself out between all the different channels*”. Samtidig som han nevner å være engasjert innenfor flere kringkasteres kanaler, presiserer han at han fortrinnsvis fokuserer på tre kringkastere ved tidspunktet for intervjuet, som er Kringkaster 53, Kringkaster 54 og Kringkaster 57. Alle tre kringkastere er personlige variasjonskringkastere med partnerskapsavtaler.

Mitt inntrykk er at Kjell opplever at han ønsker å oppleve en mer meningsfylt kontakt med kringkasterne, som kan være tidkrevende. Han beskriver samtaleene i de forskjellige kanalene som veldig varierende, fra dype og meningsfulle, til tøysete og morsomme. I motsetning til Kjell tilbringer Valborg mye tid i mange forskjellige kanaler, og opplever fortsatt at hun får gode vennskap ut å tilbringe tid i kringkasternes nettfellesskap. Det må presiseres at Valborg opplever i mindre grad enn hva jeg oppfatter fra Kjell å ha personlige samtaler som ikke handler om spill eller er spillrelatert. Begge informantene gir inntrykk av å oppleve interaksjonene som givende, hvor de oppholder seg i fellesskap med lignende holdninger som sine egne, og hvor de føler en form for gjensidig interesse fra andre deltakere (Rubin & McHugh, 1987, s. 283; Newcomb 1956).

De ulike samtaleemner kan også vitne om hvordan Kjell har separate fremstillinger av egen identitet gjennom språklig interaksjon i Kringkaster 53 sin kanal, hvor emnene gjerne kan være seriøse, mens det i Kringkaster 57s kanal går i sladdernyheter (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 74; Goffmann, 1969, s. 19). Ved å opprettholde eller gi et visst inntrykk, kan det bidra til å bygge videre tilknytninger i fellesskapet, dersom det er målet med interaksjonene til Kjell (ibid). Samtaleemnene kan også være en representasjon atmosfæren i de ulike fellesskapene, satt av kringkasterne selv (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319).

Kjell har mye inngående kunnskap om drama som foregår innenfor kringkasterne han følger sine liv, og tar opp spesifikt Kringkaster 55 (personlig nisjekringkaster med partnerskapsavtale) og utbroderer om hennes turbulente kjærlighetsforhold til andre i eSport-industrien. Kjell forklarer hvordan han og fellesskapet hennes (“*we*”) støttet henne gjennom vanskelighetene:

So there was a core of us that like, tried to keep her on her feet. [...] Yeah I was there for all that. [...] We’re as — the people that have been here for years and hasn’t been fluctuating and everything like that, uhm, it’s kind of a big deal, we’ve been here the whole time, and so we’re trying to like (laugh) keep an eye on her.

Kjell

Slik jeg oppfatter Kjells uttalelse vitner dette om en forkjærlighet for kringkasteren som har blitt utviklet gjennom hyppig kommunikasjon i det medierte fellesskapet (Rubin & McHugh, 1987, s. 281-282; Berger & Calabrese 1977).

Mitt inntrykk er at Kjell opplever interaksjonen som vanlige vennskap, og prater med kringkasterne og fellesskapene han deltar i slik som han ville ha pratet til venner i det virkelige liv, og føler at samtalene er meningsfulle (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316). Jeg opplever det som noe spesielt at han beskriver sine relasjoner på plattformen på denne måten, og likevel poengterer på slutten av intervjuet at han ikke anser plattformen som viktig for han. Jeg tolker Kjells uttalelse som at selv om han ikke mener at *plattformen* i seg selv ikke er viktig, men opplever han fortsatt relasjoner han har ervervet i forbindelse med Twitch som viktige.

4.5.4 Da Harry møtte Kringkaster 15: dedikert fan av liten kringkaster

Noen informanter beskriver å i større grad ha direkte kontakt med kringkasterne de følger på Twitch, også utenom plattformen. Ved relativt små kringkastere som ikke har et særlig stort publikum, da definert ved at de ikke har partnerskapsavtale med Twitch, kan det være utfordrende å skille mellom ekte og imaginært vennskap.

Harry beskriver sin relasjon til Kringkaster 15 som direkte, personlig vennskap. Han prater med kringkasteren om ulike aspekter av sine personlige liv. Kontakten dem i mellom foregår over sosiale medier og SMS i tillegg til kringkastingene. Harry presiserer at samtalene som foregår i pågående kringkastinger er av mindre personlig karakter enn ved direkte og privat kontakt. Her vil jeg gjerne belyse at Kringkaster 15 ikke kringkaster fulltid og har en fanskare på mindre enn 600 følgere. Måten Harry møtte Kringkaster 15 på var ved en tilfeldighet på samme konvensjon året før (TwitchCon 2015). Han kjente ikke kringkasteren i utgangspunktet, og Harry beskriver å ha etablert et vennskap med kringkasteren i løpet av konvensjonen. Harry forklarer å ofte delta i Kringkaster 15 sine kringkastinger, og at det føles som om han har kringkasteren på besøk:

[...] It's so weird. Uh, I know him personally, and it's kinda like ah, it's kinda like (sukker) I get to hang out with him again. And like, I get to invite him into my home, and it's like yeah "What's up dude" and he's like "Oh, you're back!" and it's cool you know [...]

Harry

Harry beskriver vennskapet med Kringkaster 15 som personlig ("*on a personal level*") og beskriver kringkasteren som omtenkstom, barmhjertig, og en generelt bra type ("*a real good good dude*") som han ville i større grad hatt et vennskap med dersom de bodde nærmere. Kringkaster 15 og Harry bor på hver sin kant av USA. Kringkasteren er den eneste Harry abonnerer på, den eneste kringkasteren han oppgir å returnere til jevnlig, og Harry uttrykker tillit til kringkasteren i så stor grad at han ville latt sønnen sin på 11 år se på vedkommendes kringkastinger:

I trust my son to watch his streams, and know he's not going to be forced to watch some sort of garbage content where it's just someone who's trolling and being a jerk.

Selv om omstendighetene omkring hvordan Harry møtte Kringkaster 15, som var personlige og i det virkelige liv, er mitt inntrykk at relasjonen likevel ikke er det samme som et vanlig vennskap. Relasjonen bærer noen preg av å være en parasosialt interaksjonsrelasjon ved at Harry er den som iakttar Kringkaster 15 under kringkastinger over tid (Rubin & McHugh, 1987, s. 280). Den sosiale distansen foreligger der ikke i like stor grad som ved større kringkastinger, og Kringkaster 15 er til tross av forholdsvis liten størrelse.

4.6 Nettkultur

Fellesskap på Twitch kan potensielt sammenlignes med tidlig nettkultur som MUDs (Mortensen 2002). Ved å forstå den tekniske delen (hvordan man deltar), kulturen som finnes inni spillene (fellesskapene) og den kulturen som uttrykkes utenfor (overordnet, fellesskap-spesifikke), og forståelse av spillets mekanikk (funksjon og utøvelse), utgjør dette helhetlig hvordan informantene erfarer Twitch (ibid). Ved å delta i en kringkasting, deltar man i kulturen innad i de spesifikke fellesskapene, men det betyr ikke at alle fellesskap ellers på plattformen har lik kultur og norm man skal følge (ibid).

Hvordan en informant forstår atferden som foregår i kringkastinger kan variere på hvor mye de har deltatt tidligere, hvor mye erfaring de har med nettkultur. Når man deltar tilpasser man seg fellesskapet man er i, og fremfører atferden som man føler er forventet eller som følger de normene og reglene, avhengig av hva man har observert så langt. Dersom man ikke gjør dette, kan man vente seg potensielle negative konsekvenser som svar for sin atferd (Lawrence, 2013, s. 235-236), selv om det er snakk om atferd som er helt legitim andre steder på samme plattform. Selvsagt, med valgmuligheter på dagens nett, kan man strengt tatt bare bytte fellesskap dersom man ikke liker det første.

En viktig del av å ta del i online kultur innebærer også å forstå humoren. Ofte kan internetthumor for outsiders, og for så vidt også insiders, fremstå som rasistisk, kvinnefiendtlig og direkte slem (Milner, 2013, s. 62). Jeg ønsket i utgangspunktet å ta opp temaene trolling, memer og uttrykksikoner med informantene for å undersøke hvor godt kjent de var med nettkultur og i hvilken grad de deltar i den. Spesifikt ønsket jeg å få innsyn i deres erfaringer og forståelse for fenomenet Super Scale Chat-atferd i store kringkastinger, som Drew Harry referer til i sin video (Harry 2015), generelt referert til som *Twitch-chat*.

I likhet med vanlige memer kan cypypastaer gå på bekostning av andres kjerneidentitetsmarkører (Milner, 2013, s. 62). Cypypasta er en aktivitet man ser mye av i massive

kanaler, men som ikke *nødvendigvis* er en ondsinnet aktivitet (Harry 2015). Flere informanter presiserer at kontekst er viktig for denne typen bidrag, som fører oss videre til informantenes holdning til trolling, memer og kappas.

4.6.1 Høy bruk, lav forståelse: insider og outsider på samme tid

Egon fremstår som både insider og outsider på samme tid. Som insider beskriver han gjennom intervjuet i stor grad å identifisere med kringkaster og fellesskapet, og bruker “oss” (engelsk: *we*) da han prater om fellesskapet som en helhet han er en del av (Jenkins, 2010, s. 109-110). Det er tydelig at han anser seg selv som en representant for fellesskapet.

Egon fremstår imidlertid som en outsider til kulturen da han under intervjuet kommer det til synet en manglende forståelse for den overstående nettkulturen på Twitch. For eksempel viser det seg at Egon at ikke forstår hva *kappa*¹⁸ (og andre uttrykksikon på Twitch) betyr, eller hvordan han bruker det spesifikke uttrykksikonet da han forsøker å avgi en forklaring. Egon innrømmer å ikke forstå bruken av kappas. Jeg tolker dette som at nettfellesskapet som Egon er en del av ikke nødvendigvis bruker (eller verdsetter) så mye av den samme diskursen som øvrig nettkultur på Twitch. Dette blir forsterket da jeg spør Egon om hva de pleier å prate om i chatten, og han forteller:

We'll joke around, ask about how everyones day is going, if someone is going through a tough time and they choose to share it we'll show our support for each other, you know, so.. it's a really nice community to be a part of and, you know, it's something where [...] people can go in there and not be afraid to just be themselves, and they're among likeminded people, or people that are caring and [...] going there with open arms.

Egon

For Egon kan den manglende forståelsen av disse kodene medføre at han misforstår kontekst og beskjeder som blir sendt i fellesskap (Mortensen 2002). Jeg tror ikke dette er noe særlig problem for Egon i fellesskapet han oppgir å vanligvis oppholde seg i, siden det er særlig lite ‘*dank*’¹⁹ og er heller familieorientert. Det kan derimot bli et problem dersom Egon vil våge seg ut på andre steder (som er mer ‘*dank*’) på Twitch. I så fall vil kan det kreve at Egon foretar mye observasjon, før han kan forstår nok til å følge det eventuelle fellesskapets spilleregler (ibid).

Harry er informanten som tilbringer desidert mest tid på plattformen, og gir inntrykket av å forstå noe mer enn Egon. Det kommer imidlertid frem noen misoppfatninger og noe uvitenhet om

¹⁸ *Kappa* er et uttrykksikon som består av utklippet av ansiktet til tidligere Justin.TV-ansatt, Josh DeSeno. Uttrykksikonet er et av de mest populære på Twitch, og blir brukt i forbindelse med å uttrykke sarkasme, “ofte brukt av troll” (Know Your Meme 2015b).

¹⁹ En *dank* meme beskriver virale vitser som er bisarre, eller som allerede har utspilt sin humoristiske verdi i den grad at memen nå fremstår som banal og oppbrukt (Know Your Meme 2014a). Uttrykket “*dank*” brukes i denne sammenheng satirisk “kult” (ibid).

Twitch fra Harrys side. Deriblant vet han ikke hva eSport er, han misforstår hva “sub” på Twitch er, eller har ikke helt kontroll på hva som vil si å abonnere via Twitch eller via tredjepartsapplikasjon (GameWisp). Ved forklaring av hva eSport er viser det seg at han kjenner til spill som går innenfor eSport, men at han ikke er så interessert i det, og han liker ikke profesjonell kommentatorer under eSport “*They just, they kind of freak me out. Or, not freak me out, but it’s like “Agh, I can see what he’s doing!” (ler) “I don’t need you to tell me!”*”. Dette er en kontrast til hvordan han f.eks beskriver at han liker å høre kringkastere spille GTA og forteller hva de gjør der. Slik jeg oppfatter Harrys utsagn virker det som om han ikke helt oppfatter kommentatorenes funksjon (Mortensen 2002).

Harry vedgår å i blant se på Twitch mens han er påvirket av alkohol og ikke kan spille selv (“*pretty drunk*” og “*too drunk to play*”). Harry forteller at han er ekstra aktiv i chat når han har drukket alkohol, og beskriver atferden sin som “*not really trolling*” og “*being foolish*”, men presiserer “*never mean, I’m never cruel*”. Han går noe tilbake på uttalelsen senere i intervjuet da han sier: “*I mean some trolling is okay, but not a lot*”, men det viser seg at han ikke mener provoserende trolling i (nettkulturell) forstand:

There’s another streamer I’ve watched before and I like how he verbally like troll people, but like without putting anybody down. [...] He’s not being mean to anyone personally, he’s just kinda making it a lot more funnier to watch, getting other people’s reactions.

Harry

Slik jeg oppfatter Harrys tolkning av Kringkaster 14 av trolling, mener han tøysete atferd som gjerne skal fremprovosere latter, ikke sinne eller frustrasjon (Milner, 2013, s. 84). Det ser med andre ord ut til at Harry og jeg misforstått hverandre når vi pratet om trolling.

Harry innrømmer at han i utgangspunktet ikke var særlig godt kjent med betydningen av de forskjellige uttrykksikonene (som kappa), og forteller at han syntes det var vanskelig å spørre om betydningen. Etterhvert som Harry følte seg mer komfortabel, turte han å spørre om uttrykksikonenes betydning. Han forklarer ikke i hvilken situasjon eller om dette var en spesifikk kringkaster som forklarte det til han, men at han gjennom samhandling med ulike fellesskap på Twitch (ikke nødvendigvis spesifikke) medførte at han ble mer komfortabel med deltakelse. I forbindelse med klamme memer forteller Harry at han liker å observere de, men ikke bidrar selv. Harry sier: “*I’m not that [...] kind of guy (...) I feel like I would not be that funny. (...) I would rather just watch and read*”. Harrys utsagn vitner om at han selv oppfatter at han ikke fullt forstår hvordan han bruker memer. Jeg ser her klare paralleller til både Warburtons beskrivelse av lurking som aktivitet for å lære seg koder (2013, s. 150-155). Denne type lurking kan medføre at Harry etterhvert lærer seg hvordan han skal bruke memer riktig, gjennom en læringsprosess, og deretter selv bidrar (Massanari, 2015, s. 68-69).

Basert på uttalelsene fra Harry og Egon ser det ut til at det ikke nødvendigvis er en sammenheng med å tilbringe (mye) tid på plattformen, og å automatisk forstå den overordnede nettkulturen tilknyttet Twitch. Dette er ulikt de tidligere nettkulturene fra 90-tallet, hvor nettkulturen og fellesskapene var en og samme ting (Mortensen 2002), mens den i dag er massiv, mangfoldig og variert. Det er mange ulike spilleregler i ulike fellesskap, som påvirker deltakernes erfaringer, og hvordan de erfarer fellesskapene. Man kan med andre ord være en insider i et fellesskap, og på samme tid være en outsider i både andre fellesskap og i den overordnede kulturen.

4.6.2 Når kulturen ødelegger fellesskapet

Alfred, Frank, Ulf og Valborg beskriver fellesskapene relatert til eSport som ofte negativt svært negative, og bruker uttrykk som “*toxic*” (norsk: *giftig*). Ved å referere til disse andre fellesskapene som toxic, kan det vitne om en forakt eller avstand til denne nettkulturen. Slik jeg oppfatter informantene, vil jeg si at de fleste forstår trollete-atferd, men tar avstand fra atferden fordi de ikke liker den. Det er gjennomgående at informantene ønsker å være i fellesskap hvor aktiviteten er positiv og trivelig. Uttalelsene kan tyde støtte av funnene av Hamtilon m.fl., om hvordan tilskuere oppfatter kringkasterens fellesskap som en refleksjon av kringkasteren selv (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319), dette gjelder forøvrig ikke Ulf:

I mean [Kringkaster 68] is a *good* guy. I mean, I don't like watching his streams just, you know, because he plays games that I don't always enjoy and his community can be quite toxic, but — uhm, on his own he's a really great guy, but yeah.

Ulf

Ulf velger å ikke se på kringkasteren fordi han ikke klarer å forholde seg til chatten, som de andre, men klandrer ikke kringkasteren selv for at aktiviteten i chatten er som den er. Valborg oppgir å konsekvent unngå miljøet hun oppfatter som toxic, og at det var en bidragende faktor til at hun ikke spiller eSport, som var utgangspunktet for at hun ble introdusert til Twitch. Slik jeg oppfatter Ulf og Valborgs uttalelser, er ikke toxic chat en refleksjon av kringkasterens selv, men en refleksjon av kulturen relatert til kringkasteren og spillene.

Frank forteller at han er svært negativ til kringkastere som blir sinte på de som de spiller sammen med, og at det er viktig for han at kringkastere er positive. I forbindelse med dette blir det tatt opp hvorvidt et gitt nivå av *saltiness*²⁰ er legitimt, og når grensen blir krysset er det ikke lenger greit eller underholdende. For mange kan *salty* atferd være en underholdningsfaktor, men mitt inntrykk av informantene er at de generelt ønsker å forholde seg til positive nettmiljø. Det er ikke

²⁰ Å være *salty*, beskrive noens oppførsel som *salt* eller beskrive noens atferd som *saltiness* vil si at vedkommende er sur, bitter eller opprørt (Know Your Meme 2014b).

ukjent at kringkastere kan oppfostre et fellesskap som reflekteres av dem direkte, og dersom Frank ikke anser bitre kringkastere som underholdende, er det ikke så rart at han vil unngå dem (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319).

Egon presiserer at han kan velge å ikke lenger følge (avfølge, engelsk: *unfollow*) en kringkaster som har en toxic chat. Satt i sammenheng med hvordan Egon beskriver sin favoritt-kringkaster sitt fellesskap, som “*family-oriented*”, ser jeg hvordan trolle-atferd kan være veldig negativt og avskrekkende for Egon. Satt i sammenheng med vanlige sportsfans utvikling er det ikke unormalt å tilegner seg en form for moral, hvor de kategoriserer og dømmer andres atferd og oppførsel (Crawford, 2004, s. 42). Mitt inntrykk er at særlig Egon opplever trolling i kanaler som i overkant ubehagelig ved at han ikke har inngående nok forståelse av nettkulturen til å oppfatte forskjell på leken ironi og legitimt ufølsomme utsagn, og derav ikke tolker andre deltakere i større kringkastinger etter Poe’s lov (Milner, 2013, s. 74; Know Your Meme udatert).

Det er heller ikke utenkelig at informantene rett og slett ikke ønsker å fremstå som trollete på internett, og at de ønsker sin nett-identitet som å representere deres virkelige *jeg*, og utøver dette gjennom å ta avstand fra atferden. Det er ingen av informantene som særlig beskriver å reagere (og respondere) på trolling i kringkastinger som tilskuer, utover Valborg som nevner at hun selv har gjort det da hun var kringkaster. Dette kan være hensiktsmessig av informantene, ettersom troll er ute etter reaksjoner (Milner, 2013, s. 84). Alternative reaksjoner for typen trolling man ser på Twitch er cypypastaer, som enten vil utløse frustrasjon (Harry 2015) fra de som synes det er meningsløst (Hamilton m.fl., 2014, s. 1321-1322) på grunn av den økte aktiviteten drukner ut individet (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000). Alternativt kan cypypasta-trollingen utløse en kjedereaksjon hvor flere velger å delta (Harry 2015), som en form for å ta del i, og utøve det å være en del av, fellesskapet (Jenkins, 2010, s. 112-113; Turner 1984, Turner et al 1987).

4.6.3 Trolling kan være gøy, under rette omstendigheter

Flere informanter vektlegger det at man må kjenne til omstendighetene for å vite hvilke memer som fungerer i kringkastinger. Dersom man tar Massanaris tilnærming til deltakende nettfellesskap, vil man anta at individer som deltar aktivt og mye i nettkultur(en), vil tilegne seg kunnskap om og forståelse av nettkulturen. Jeg vil fokusere på aspekter spesifikt ved identifikasjon og forståelse relatert til trolling og chat-atferd, men først ta den generelle forståelsen.

Jens bekrefter å tidvis bidra med kappas, noe tøys og trolling. Han legger vekt på at det gjelder å vite når det passer seg, og kjenne til hverandre (kringkaster-tilskuer-nettfellesskap). Generelt fremstår Jens som en insider med kjennskap til nettkultur. Både Benny og Ulf bruker

baksete gaming som et eksempel på trolling de er negative til, mens Jens gir uttrykk for at han noen ganger gjør samme aktivitet som beskrives som baksete gaming. Jens presiserer at han forsøker å være konsekvent, og kun bidra når kringkaster sitter fast og ber om hint eller hjelp. Slik jeg oppfatter det, skiller Jens sin type baksete gaming fra Ulf og Bennys definisjon som tilknyttes trolle-atferd. Hensikten til trollene er å ødelegge for kringkaster, mens Jens legger vekt på å se an situasjonen og hjelpe til dersom kringkaster behøver det. Her er det essensielt for Jens å oppfatte situasjonen riktig, blant annet gjennom observasjon av normer i kringkasterens fellesskap (Hamilton m.fl. 2014, s. 1318; McMilan & Chavis 1986). Dersom Jens tolker situasjonen feil kan aktiviteten som i utgangspunktet ikke var ondsinnet bli tolket svært negativt, og han kan oppleve reprimande fra fellesskapet eller kringkasteren selv (ibid). Ønsket om innflytelse og hjelpsomhet i kringkastingen og fellesskapet, blir da potensielt eksil (ibid).

4.6.4 Negativt og morsomt på samme tid

Alfred, som var den første informanten intervjuet i forskningsprosjektet, uttrykte misnøye med cypypasta og trolling, og referer chatten som kreft (engelsk: *cancer*). Da Alfred blir bedt om å utbrodere hva han mener med denne beskrivelsen, forklarer Alfred at det er innhold i chat som “*gives you an ulcer*”, at det er spam av tekst eller uttrykksikoner, som han anser som illegitimt og “analfabetisk” diskurs hvor deltakere bare er ute etter å provosere hverandre. Basert på uttalelsen oppfatter jeg at Alfred prater om trolling i Milners forstand, men at han ikke anser trolling som en måte å åpne for meningsfull samfunnsdebatt (Milner, 2013, s. 84).

Etter Harambe^[21] kommer opp som eksempel uttrykker Alfred at han ikke forstår hvorfor internett valgte å gjøre den spesifikke hendelsen til en meme. Han gir uttrykk for å oppfatte at memen går på bekostning av kjerneidentitetsmarkører, og beskriver dem eksplisitt som rasistiske. Kort tid etter legger Alfred til at han synes de er humoristiske, og det vitner om en holdningsambivalens til trollingen (ibid):

I feel like it's one of those who should really go away and never should have been a thing (1er). Considering the whole circumstance and everything on it, uh, yeah, I'm not sure why the internet chose to make that a meme (1er). [...] I have a fair amount of pictures saved on my phone of memes of that whole ordeal, and they're funny, but.. some of them have touches of racism in them, well actually a lot of them. Not funny for Harambe, but (1er)

Alfred

²¹ Harambe var en gorilla som ble skutt 26. mai 2016, da en 4 år gammel gutt havnet i gorilla-innhengingen. Gorillaen ble i etterkant av hendelsen en populær meme (Know Your Meme 2016).

Rasisme kan sies å være et spesielt ladd tema i USA omkring tidspunktet for intervjuene og dags dato. Hvorvidt Alfred faktisk er rasistisk vet jeg ikke, men slik jeg ser det antar han Poes lov relatert til denne typen memer (Milner, 2013, s. 74; Know Your Meme).

På grunn av Alfreds åpenhet om hvorvidt han synes rasistiske memer er humoristiske, bidrar utsagnet til å styrke mitt inntrykk av at Alfred under intervjuet har gitt en oppriktig fremstilling av sin egen bruk og atferd på plattformen. Gentikow oppgir at det kan være vanskelig å gjøre enkelte innrømmelser i personlige intervju, da spesielt potensielt kontroversielle innrømmelser (Gentikow, 2005, s. 49). Det kan være en del av å eksperimentere med sin identitet og sine grenser (Lawrence, 2013, s. 235-236), eller at han ønsker å holde sitt virkelige liv adskilt sin utøvde identitet på nett (ibid), som er helt vanlig for fan. Slik jeg ser Alfreds utsagn kan det vitne om at han føler seg litt frem, gjennom interaksjon, i hvilken grad han kan utøve sin identitet realistisk ovenfor meg som forsker som iakttaker (Ambercrombie & Longhurst, 1998, s. 74; Goffmann 1969).

Det kan også spekuleres i hvorvidt Alfred under intervjuet oppfatter meg som en *insider* til den aktuelle nettkulturen og fellesskapet relatert til det (Gentikow, 2005, s. 49). Det kan også hende at Alfreds grenser for hva som er greit å tøyse med også har blitt flyttet på grunnlag av hyppig eksponering for denne typen chat. De fleste kringkasterne Alfred nevner å se på er eSport-kringkastere med høy aktivitet i kanalene. Mye av aktiviteten vil kunne anses som trollete. Ved hyppig eksponering kan det argumenteres for at rasistiske trolle-vitser har blitt normalisert for Alfred, og at det ikke er så ille å prate om (Milner, 2013, s. 64-65).

4.6.5 Når copy-pasta blir 'obligatorisk'

Kjell motsier seg selv da han blir spurt om copy-pastas. Han er i utgangspunktet svært negativ til dette, og sier at han (i likhet med Gudmund som også spesifikt nevner dette) ønsker at Twitch hadde implementert en måte å screene meldinger på før de ble sendt i chat, som en måte å unngå denne typen atferd i sin helhet. Han oppfatter atferden som "*it's just, it's spam*" som ikke burde foregå i noen kanaler, verken stor eller liten.

Kort tid oppgir Kjell å tidvis delta med kappas (og copy-pasta) i tilfeller hvor han anser det som situasjoner hvor det passer seg. Han trekker frem et eksempel med eSport-kringkaster Kringkaster 63 (personlig nisjekringkaster med partnerskapsavtale) som ber sitt publikum om å skrive '*Raise Your Doners*' hver gang hun tar livet av en annen spiller i spillet med en spesifikk helt.

Kjell trekker også frem at han vil delta med å poste uttrykksikonet *Sandstorm*²² i chat ved store eSport-turneringer/kringkastinger. Til dette sier Kjell “*I’m pretty sure it’s wrong if you don’t do it*”.

Kjells scenario er hyllest eller feiring etter oppfordring fra kringkasterne, slik som Drew Harry beskriver i SSCB (Harry 2015). Det som er litt spesielt er hvordan Kjell i en situasjon beskriver at han opplever det som feil å ikke delta, mens det i andre tilfeller ansees som svært negativt. Det er tydelig at han skiller på hvor og når denne atferden forekommer (Mortensen 2002). Dette kan vitne om at Kjell har opparbeidet seg nok forståelse av ulike kringkastings normerte atferd (Warburton, 2013, s. 150-155), og lært seg de ulike fellesskapenes spilleregler (Mortensen 2002).

²² Sandstorm er en sang av Darude fra 1999, avspilles ofte på Twitch i forbindelse med forberedelser til League of Legends arrangement som en form for å bli ‘giret’ (Know Your Meme 2014c)

Kapittel 5: Oppsummering av funn i analyse

Dette forskningsprosjektet har fokusert på et spesifikt utvalg informanter bestående av fans som deltar ved konvensjonen TwitchCon 2016, en konvensjon for sanntids-videostrømmingsplattformen Twitch sine fans og kringkastere. Forskningsprosjektet har tatt utgangspunkt i 10 dybdeintervjuer utført i forbindelse med konvensjonen TwitchCon 2016 (30. september til 2. oktober i San Diego, California) mellom 26. september til 3. oktober 2016. Informantene ble rekruttert via ulike Discord-servere relatert til Twitch, TwitchCon-applikasjonen og gjennom personlig kontakt på konvensjonen.

Målsettingen har vært å undersøke informantenes bruksmønster, erfaringer, prioriteringer, investeringer, opplevelser og sosiale forhold relatert til plattformen. For å nå målet har jeg analysert og tematisert utsagnene fra informantene for å sette de i ulike kategorier og perspektiver relatert til aspekter som fanbegrep, identitet, relasjoner til fellesskap og kringkastere.

Min problemstilling har blitt oppsummert til:

Hvilken betydning har informantenes bruk av Twitch for deres opplevelse av fellesskap?

Underspørsmål til problemstillingen har vært:

Hva skiller bruk og forventninger til Twitch fra tradisjonelle medier?

Hvordan beskriver informantene sine relasjoner på Twitch?

Hvilken rolle spiller nettkultur inn på informantenes opplevelse av plattformen?

Det har vært utfordrende å kunne si noe generaliserende om publikum som tilbringer mye tid på Twitch. Det viser seg at plattformen kan brukes på svært forskjellige måter, selv når man bruker plattformen mye. Til tross for informantene tilbringer noenlunde samme mengde tid på Twitch, og gjerne har lignende interesser, vil både bruk og motivasjon for bruk i stor grad variere. Dette gjør det svært vanskelig å si noe generelt om fans på Twitch, fordi informantene jeg har intervjuet er etter min oppfatning over gjennomsnittet mer dedikert enn den gjennomsnittlige tilskuer.

Så og si alle informantene som deltar ved konvensjonen abonnerer på minst en kringkaster. Dog må det presiseres at de aktuelle informantene er alle fans som er så engasjerte at de allerede har brukt mye midler på billetter til konvensjonen for deltakelse, samt kost og losji. Informantenes tilstedeværelse ved TwitchCon er etter alt å dømme fans som utøver fan-aktivitet som overgår hverdagslig engasjement på plattformen. Informantene er individer som har oppsøkt meg som

forsker ved utlysning, og derav antas å være svært engasjerte og sannsynlig sosiale i utgangspunktet. Det ville vært urimelig å påstå at man kan trekke noen harde konklusjoner for *hele* brukergruppen basert på et meget homogent og spesifikt utvalg bestående av ti informanter, som består av spesielt dedikerte fans. Utvalget har bidratt til noen interessante observasjoner, og disse observasjonene kan belyse aspekter og tendenser hos dette spesifikke utvalget informanter. Utvalget er lite, snevert og homogent på mange måter, da det består hovedsakelig (syv av ti) av hvite, single menn.

5.1 Twitch som underholdningsmedium

Det er mange måter å se på og bruke Twitch, også selv om man tilbringer mye tid på plattformen. Det er gjennomgående at Twitch er ofte sekundæraktivitet for informantene. Twitch er for flere informanter et sted hvor de kan slappe av etter en lang dag (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2248; Zillmann 1988; 2000), som bakgrunns- eller parallell-aktivitet mens de gjør noe annet (Gentikow, 2010, s. 273-274).

Informantene beskriver sin lurke-aktivitet i kringkastinger på to ulike måter. Skillet går ved at man enten observerer eller fullstendig overser chat. Ved å overse chat ligner kringkastingene i større grad på tradisjonelle medier, og informantene har et fokus på at kringkasteren skal i disse tilfeller være underholdende. Dersom man også observerer chat, ligner aktiviteten i større grad på Warburton (2013) sin beskrivelse av lurking, som en del av å lære seg hvordan fellesskapene man observerer fungerer. Warburtons beskrivelse passer også godt sammen med læringsprosessen som Massanari (2015) beskriver, og treffer godt for enkelte informanter som gir uttrykk av å ha utviklet sin forståelse av nettkulturen de deltar i.

Dersom man er en lurker kan man stort sett få dekket behov relatert til kringkastinger ved å se VODs i ettertid av sendinger, da man også kan observere fellesskapet som foregår i chatten. På den andre siden, om man er en aktiv deltaker i det omliggende fellesskapet til kringkasteren er det viktig å nå disse til riktig tid og (virtuelle) sted. Særlig i massive kringkastinger kan lurking sammenlignes med publikumsdeltakelse i SMS-tv, hvor noen ikke velger å delta på grunn av kostnadene (Gentikow, 2010, s. 220-222), da man i disse kringkastingene forsvinner i mengden ved deltakelse.

Enkelte informanter bruker Twitch som seremonielt ved å konsekvent sette seg ned, og konsumere uten distraksjoner — heller ikke chat (Abercrombie & Longhurst, 1998, s. 63; Eisenberg 1988). Det har blitt observert i intervjuene at informantene i stor grad oppgir å ikke delta aktivt i chat i kompetitiv eSport-kringkastinger. Mitt inntrykk er at dette henger sammen med to faktorer

som jeg trekker ut fra Hamilton m.fl. sin forskning, som støtter observasjonen. Den første er at informantene i stor grad ønsker aksept og opplevelsen av å være velkommen i kringkastinger de bruker tiden sin på, mens de opplever fellesskapene knyttet til nettopp denne typen kringkasting som særlig negativ (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319), selv om Ulf påpeker at fellesskapet ikke nødvendigvis alltid er en refleksjon av kringkasteren, en kontrast til Hamilton m.fl. (ibid). Den andre faktoren er informantenes rolle, som aktive gjengangere, og at de i større grad søker til kringkastinger hvor det er enklere å få kontakt med kringkasteren selv og de andre i fellesskapet. I særlig populære eSport-kringkastinger har dette blitt beskrevet av informantene som utfordrende da de opplever at miljøet og fellesskap tilknyttet eSport har en tendens til å fremstå som 'toxic'.

Informanter som velger å være en støttende-tilskuer (som ikke faktisk ser på kringkastingen, men som teller som en tilskuer for å bedre tallene til kringkasteren) motiveres stort sett av ego-involvering og relaterer til egen erfaring (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2249; Suckfüll 2004), eller sosio-involvering gjennom identifisering (ibid). Alternativt motiveres informanten av muligheten for belønning knyttet til kringkasteren (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319; McMillan & Chavis), som enten kan være en fysisk premie (Frank) eller følelsesmessig (Kjell). For informanter som Gudmund, som synes at kringkasteren har et så verdifullt innhold at det er nødvendig å spre og dele så mye som mulig, later det til at han har en eudimonsk motivasjon, som strekker seg forbi det hedonistiske underholdningsperspektivet (Bartsch & Viehoff, 2010, s. 2250).

Selv om det generelt er positive holdninger til å abonnere på kringkastere, foreligger det kontraster blant informantenes forhold til donasjoner. Mens noen er veldig negative, og ikke anser det som verdifull bruk av sine penger, anser andre det som en helt legitim måte å betale for (underholdnings)tjenester på. Ved å donere småbeløp (eller store for den saks skyld) til massive kringkastere, kan man trumfe gjennom og overstyre hierarkiet for å få sin interaksjon og anerkjennelse (Jenkins, 2006, s. 138-139; Baym 2000). Interaksjonen oppleves som en belønning ved at man som fan blir anerkjent av kjendisen og har innflytelse på kringkastingen (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319-1324), selv om den er kostnadsbelagt. Det at interaksjonen er kostnadsbelagt ligner på publikumsdeltakelse i tradisjonelle underholdningsmedier som SMS-tv (Gentikow, 2010, s. 219-220).

5.2 Deltakelse og relasjonsbygging

Den fulle Twitch-opplevelsen vil være å aktivt delta i kringkastinger. Generelt er mitt inntrykk av informantene er at man må være aktiv i fellesskap for å oppleve en tilknytning til kringkastere, med noen unntak. Prinsippet av å kringkaste i sanntid er at de deltakende individene befinner seg på det samme virtuelle stedet, til samme tid. Med individer som samhandler i form av å gi hverandre

respons og anerkjennelser, både kringkaster og publikum, bygger det et fellesskap. Måten Twitch fungerer på legger i utgangspunktet et godt grunnlag for at toveiskommunikasjon mellom kringkaster og publikum, med noen få sekunders forsinkelse. Med denne typen kommunikasjon kan man i teorien enklere føle en personlig forbindelse med kringkasteren, og ved respons føle en form for *ekthet* i kommunikasjonen de erfarer. Mitt inntrykk fra informantenes utsagn er at denne virtuelle formen for tilstedeværelse blir styrket av respons og anerkjennelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1319). Ved at interaksjonen er toveis og oppleves ekte, legger dette en grobunn for potensielle parasosiale relasjoner (Click m.fl., 2013, s. 366-367).

Hvordan man kan være aktiv i fellesskapet varierer, og slik jeg oppfatter det avhenger dette av kringkasterens popularitet. Aktiviteten kan være både med kringkasteren direkte, fans i fellesskap, mindre grupper innad i fellesskapene eller en sammensetning av disse. Slik informantene beskriver sine erfaringer på plattformen, blir man en gjenganger ved å gjenkjennes og anerkjennes av kringkasteren selv og/eller en stor nok del av fellesskapet. Dette støttes både av Jenkins (2010, s. 99-100) og Hamilton m.fl. (2014, s. 1315-1318). Dette er også noe som gjør at Twitch skiller seg særlig ut fra tradisjonelle medier, da man aldri ville forventet dette i tradisjonelle medier. Forventningene om å få en form for anerkjennelse for at man er der og deltar, er viktig for informantene. Mangelen på respons oppleves som meningsløs, som hindrer bygging av fellesskap (Hamilton m.fl., 2014, s. 1316-1319).

Gjengangerne er kjernen i fellesskapene, som bygger relasjoner med kringkaster og med andre i fellesskapet (Hamilton m.fl., 2014, s. 13xx). Mitt inntrykk er at disse gjengangerne er de mest dedikerte og trofaste fansene (Jenkins, 2006, s. 137), det er de som kommer tilbake gang på gang, deltar og engasjerer. For mange er kringkastingene en del av deres hverdag, men det er for dem fylt med glede og mening (Jenkins, 2006, s. 42). I likhet med mange OMF fungerer kringkastinger på en måte hvor engasjerte med felles interesser kan komme og dele sin fandom, sine tolkninger, med hverandre (Lawrence, 2013, s. 233-234). I tillegg kan de forøvrig også dele den med midtpunktet: kringkasteren.

Det har blitt observert at flere informanter spesifiserer at selv om de opplever sine relasjoner til kringkaster de følger på plattformen som *vennlig*, vil de ikke nødvendigvis anse hverandre som *venner*. Informantene er stort sett veldig klar over sin egen rolle i denne typen relasjoner, som fans. Det fremkommer også tilfeller av (under)grupperinger innad i større fellesskap med mindre interessegrupper, som videre utvikler tilknytninger og eventuelle vennskap (Lister m.fl., 2003, s. 175; Baym 1998), som også støtter hypotesen til Hamilton, Garretson og Kerne (2014, s. 1323-1324).

Det er noe varierende i hvor stor grad det enkelte individ får ut av å sosialisere, men de fleste oppgir å være en del av et fellesskap. Samtlige informanter forklarer at de opplever at det er enklere å interagere med kringkaster (og andre) i kringkastinger av mindre størrelse, som støtter Hamilton m.fl. sine funn (2014, s. 1321). Informantene rapporterer å oppleve Super Scale Chat Behavior (Harry 2015) som meningsløs atferd. Det poengteres derimot at i riktig kontekst er atferden legitim, unntaket da er som hilsing eller heiging, som av Egon, Harry og Kjell, og er etter oppfordring av kringkastere eller innenfor fellesskapets norm og sosiale koder (Warburton, 2013, s. 150-155). Ved å utøve atferden i riktig kontekst kan det ansees som en form for meningsfull deltakelse i fellesskapet. Negativiteten til atferden kan stamme fra at dedikerte fans ønsker å bygge fellesskap (Hamilton, m.fl. 2014, s. 1321-1322), og at mangelen på anerkjennelse og innflytelse ødelegger for denne følelsen (Hamilton, m.fl., 2014, s. 1318; McMillan & Chavis 1986).

En av informantene som fremstår som en særlig dedikert fan, Egon, bærer mange likhetstrekk med Little Monsters som er fans av Lady Gaga. Click, Lee og Holladay (2013) sin forskning har vist seg å være svært fruktbar for dette forskningsprosjektet. Egon omtaler Kringkaster 16 gjennom hele intervjuet som "*my friend*", som indikerer at han anser henne som sin venn. I realiteten er relasjonen etter alt å dømme en parasosial interaksjonsrelasjon, vanlig mellom fans og mediekarakterer (Rubin & McHugh, 1987, s. 182). Toveiskommunikasjonen og kringkasterens deling av personlig historie gir Egon inntrykk av et personlig ansikt-til-ansikt relasjon (Click m.fl., 2013, s. 366-367), og den økte kommunikasjonen øker hans forkjærlighet for og nærhetsfølelse til kringkasteren (Rubin & McHugh, 1987, s. 181-182). I realiteten kommuniserer han lite direkte med kringkasteren, og mer med det omliggende fellesskapet, særlig en sammensveiset vennegruppe som alle er fans av Kringkaster 16. Han beskriver følelsen av å kjenne vedkommende personlig, og forteller at han ville gjort alt for henne, at hun ville gjort alt for han både som individuell fan og resten av fellesskapet hennes (Click m.fl., 2013, s. 373-374).

Egon identifiserer sterkt med både kringkasteren og fellesskapet ved at de har felles interesser og verdier styrker hans emosjonelle tilknytning, og bidrar til styrket fellesskapsfølelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318). Dette styrkes ytterligere ved at Egon er medlem i en vennegruppe hvor han kan, sammen med andre fans, ytterligere dyrke sin interesse og sin identitet (Click m.fl., 2013, s. 364), og sammen med økt eksponering for kringkasteren vil forkjærligheten styrkes. Etter min oppfattelse finnes det trolig mange parasosiale interaksjonsrelasjoner på Twitch mellom kringkastere og fans. Den største forskjellen mellom Little Monsters og fellesskap på Twitch, er hurtigheten av interaksjonen og responsen man får og *ser*. At man ser og hører en reaksjon fra kringkasteren, så og si øyeblikkelig, vil etter min oppfatning styrke fans opplevde relasjon til

kringkasteren. Mange kringkaster direkte fra hjemmet sitt, som kan bidra til en ekthetsfølelse hos fansen.

Noen av interessegruppene prater også om andre ting enn spill, kringkasterne de er fans av og eventuelle relaterte fandoms. Både Kjell og Frank rapporterer å dele kunnskap om andre emner, som naturvitenskap, noe som er overraskende sett i perspektiv med hva dataspillfans ellers er forventet å gjøre på disse foraene (Taylor, 2012, s. 192). Egon oppgir også å tidvis prate om mer personlige ting i kringkastinger han er gjenganger i. Kjell har mer kontakt med kringkasterne i tillegg til fellesskapet, ulikt Frank og Egon, og vitner om parasosial interaksjon selv ved direkte kontakt, basert på hans stilling som fan og kringkasters stilling som mediekarakter (Rubin & McHugh, 1987, s. 281-282; Berger & Calabrese 1977). Det er kringkasterne som prater til fellesskapet, og fellesskapet som responderer, og det er en sosial distanse man ikke kommer forbi (Rubin & McHugh, 1987, s. 280). Harry har direkte kontakt med en kringkaster, som han tidligere har møtt i person, men relasjonen bærer fortsatt preg av at det er Harry som iakttar Kringkaster 15 (ibid), selv i mindre kringkastinger. Resten av informantene oppgir å holde samtalene i pågående kringkastinger stort sett relatert til spill, spilling og kringkastingene (Taylor, 2012, s. 192).

Mitt forskningsprosjekt støtter i stor grad mange tendenser som ble påpekt av Hamilton, Garretson og Kerne (2014) i deres forskning. Informantene legger vekt på at det er viktig for dem at det foregår en form for interaksjon, noe som er engasjerende, og som bidrar til at de er underholdt og deltar (s. 1315). Interaksjon kan være både med kringkastere og fellesskap, og når den føles meningsfull, bygges det fellesskap (s. 1321-1324). Det varierer noe mellom informantene hvem som foretrekker hva, men det er gjennomgående at kommunikasjon med kringkaster er øverst på ønskelisten. Informantene oppgir generelt at kringkastinger skal være underholdende både dersom de deltar eller ikke (s. 1315). Både kringkaster og fellesskapet skal være et hyggelig (virtuelt) sted å oppholde seg for å delta i fellesskapet (s. 1318), og det er viktig å få en respons og anerkjennelse fra kringkaster eller fellesskapet for å oppleve deltakelsen som givende (s. 1315). Å oppleve deltakelsen som givende bidrar til at informanten føler seg verdsatt og ytterligere deltar i fellesskapet (s. 1315-1318). Flere informanter gir uttrykk for at de synes det er vanskelig å få anerkjennelse og oppleve god interaksjon i massive kanaler, men at de oppsøker kringkasteren for vedkommendes innhold og ikke nødvendigvis fellesskap i disse tilfeller (s. 1315). Det er tydelig at det kreves deltakelse og engasjement for å bli en gjenganger i et fellesskap, og at dette går over lengre tid (s. 1315-1318).

5.3 Mangfold i fellesskap og nettkultur

Generelt gir de fleste informantene inntrykk av å forstå plattformens nettkultur, samtidig som de uttrykker en ambivalens eller avstand til atferd som de ikke anser som positiv. Gjennom en tidkrevende prosess av tilegnet forståelse, har de utviklet sin oppfattelse av hvor grensen(e) går. Grensene kan variere i stor grad uavhengig av hvilken del av Twitch de interesserer seg for.

Tilnærmet gjennomgående at trolling oppfattes av informantene som kontekstavhengig. I noen tilfeller oppleves trolling som “tøysing”, gøy og morsomt, mens det i andre ganger oppleves som unødvendig, meningsløst eller direkte plagsomt. Noen informanter påpeker at atferd som cypypasta kan være meningsfylt dersom det gjøres i riktig kontekst innenfor det aktuelle fellesskapets setting. En og samme atferd, for eksempel spamming av en cypypasta, kan i et fellesskap ansees som en hyllest eller en feiring (Harry 2015), mens det i andre fellesskap kan skape en svært negativ reaksjon både hos kringkaster og andre deltakere i fellesskapet (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318-1319).

Det er gjennomgående at informantene er opptatte av positivitet og at fellesskapene de oppholder seg i skal være hyggelige. Dersom et individ velger å utføre en trolle-aktivitet, må dette være noenlunde innenfor det spesifikke fellesskapets norm, og jeg får inntrykket av at vedkommende (som troller) gjerne bør være gjenkjent av andre i fellesskapet. Trolling utført av individer som ikke ansees å være en del av fellesskapet vil stort sett bli ansett som svært negativ atferd. Slik jeg oppfatter informantene er det som skiller trolling som er gøy fra trolling som er ikke-gøy avsenders intensjon, som de selv kun opplever å oppfatte dersom vedkommende oppfattes som en gjenganger i kanalen (Milner, 2013, s. 76-84), hvor man kjenner spillereglene etter nok observasjon og deltakelse (Hamilton m.fl., 2014, s. 1318).

Noe overraskende fremgår det at selv om man tilbringer mye tid på en plattform, betyr det ikke at man nødvendigvis forstår den overordnede nettkulturen og spillereglene. Dette er en kontrast til tidlig nettkultur på 90-tallet (Mortensen 2002). Dette gjelder imidlertid kun to informanter, som hver tilbringer mye tid, som utviser begrenset forståelse for betydning av begreper og slang i nettkulturen, i tillegg til enkelte tekniske funksjoner. Samtidig gir de samme informantene uttrykk for at å være dedikerte fans og erfarer sin tid på Twitch som meningsfull.

5.4 Oppsummering av oppsummering

Man kan bruke Twitch både aktivt og passivt, og fortsatt oppleve bruken som meningsfull. Noen måter å bruke Twitch på ligner på tradisjonelt fjernsyn, mens andre ligner i større grad på utøving av fan-aktiviteter, både med og uten kringkastere. Relasjoner på plattformen bygges hovedsakelig

gjennom interaksjon, men relasjonsbyggingen behøver å være direkte mellom fan og kringkaster for at den beskuende fan skal oppleve relasjonen som meningsfylt. Atferd og sosiale koder som hylles i et fellesskap, kan være årsak for utestengelse i et annet, selv av samme informant. Å forstå de sosiale kodene og normene i den overordnede kulturen, er mindre viktig enn å forstå fellesskapene man oppholder seg i, fordi mangfoldet av fellesskap er rikt nok til at de kan være motsetninger til nettkulturen på plattformen.

Litteraturliste

- Aaron, J. (2015) How Much Can you Make Streaming as a Professional Video Gamer? *HuffPost* [Internett], 23. mars. Tilgjengelig fra: <http://www.huffingtonpost.com/jesse-aaron/how-much-can-you-make-str_b_6926362.html> [Lest 24.04.17]
- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998) *Audiences*. London, UK: SAGE Publications.
- Beck, K. (2017) 'Counter-Strike' match breaks Twitch record with over 1 million concurrent viewers. *Mashable* [Internett], 30. januar. Tilgjengelig fra: <<http://mashable.com/2017/01/30/twitch-viewer-record/#FDCqr0CoLkqr>> [Lest 18.03.17]
- Berrones, A. (2017) Everything you need to know about our new subscriptions beta. *Twitch Blog* [Blogg], 19. april. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/subscriptionsbeta-4f7535749f2c>> [Lest 12.05.17]
- Bartsch & Viehoff, (2010) The Use of Media Entertainment and Emotional Gratification. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2010 (5), s. 2247-2255. DOI: 10.1016/j.sbspro.2010.07.444
- Bland, D. J. (2017) What is the Business Model for a Twitch Streamer? *Medium* [Internett], 19. april. Tilgjengelig fra: <<https://medium.com/@davidjbland/what-is-the-business-model-for-a-twitch-streamer-f3b9e5351666>> [Lest 01.06.17]
- Bruhn Jensen, K. (2012) Empirical research designs. I: Bruhn Jensen, K. red. *A Handbook of Media and Communication Research*. 2. utgave. Abingdon, UK: Routledge
- Bründl, S. & Hes (2016) 'Why do users broadcast? Examining individual motives and social capital on social live streaming platforms', ved *20th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2016)* [Internett] Tilgjengelig fra: <https://www.researchgate.net/publication/305709542_Why_do_users_broadcast_Examining_individual_motives_and_social_capital_on_social_live_streaming_platforms> [Lest 03.04.17]
- Bryman, A. (2012) *Social Research Methods*. 4. utgave. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Click, M., Lee, H., & Holladay, H. (2013) Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media i *Popular Music and Society*, 36(3), s. 360-379. DOI: 10.1080/03007766.2013.798546

- Copypastas (udatert a) *Twitch Copypastas* [Internett]. Tilgjengelig fra: <<http://www.copypastas.com/>> [Lest 30.05.17]
- Copypastas (udatert b) *Copy-pastas* [Internett]. Tilgjengelig fra: <<http://www.copypastas.com/index.php/copy-pastas.html>> [Lest 30.05.17]
- Crawford, G. (2004) *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. Abingdon, UK: Routledge
- Crawford, G. (2011) *Video Gamers*. Abingdon, UK: Routledge
- Crawford, G. & Rutter, J. (2007) Playing the Game: performance in digital game audiences. I: Gray, J., Sandvoss, C. & Lee Harrington, C. red. *Fandom: Identities and Communities in a mediated World*. New York, NY: New York University Press, s. 271-281.
- Dredge, S. (2015) Google launches YouTube Gaming to challenge Amazon-owned Twitch. *The Guardian* [Internett], 26. august. Tilgjengelig fra: <<https://www.theguardian.com/technology/2015/aug/26/youtube-gaming-live-website-apps>> [Lest 26.02.17]
- Eadicicco, L. (2014a) This Story Perfectly Shows What An Astonishing Success Twitch Is. *Business Insider* [Internett], 25. august. Tilgjengelig fra: <<http://www.businessinsider.com/twitch-plays-pokemon-2014-8?r=US&IR=T&IR=T>> [Lest 05.04.17]
- Eadicicco, L. (2014b) 10 Facts About Twitch, The Company That Amazon Is Buying, That Will Blow Your Mind. *Business Insider* [Internett], 18. mars. Tilgjengelig fra: <<http://www.businessinsider.com/sean-plott-explains-why-twitch-is-so-successful-2015-3?r=US&IR=T&IR=T>> [Lest 12.01.17]
- Enli, G., Moe, H., Schanke Sundet, V. & Syvertsen (2010) *tv – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- ESRB (udatert) *ESRB Ratings Guide* [Internett] New York, NY: Entertainment Software Rating Board. Tilgjengelig fra: <https://www.esrb.org/ratings/ratings_guide.aspx> [Lest 24.04.17]
- Etherington, D. (2016) You can now stream Android games to Facebook Live from your PC. *TechCrunch* [Internett], 22. september. Tilgjengelig fra: <<https://techcrunch.com/2016/09/22/you-can-now-stream-android-games-to-facebook-live-from-your-pc/>> [Lest 24.02.17]
- Freitas, E. (2016a) That's a wrap on TwitchCon 2016! *Twitch Blog* [Blogg], 12. oktober. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/thats-a-wrap-on-twitchcon-2016-39f9063afb83>> [Lest 29.05.17]

- Freitas, E. (2016b) TwitchCon 2016 update: Party, panels, and more. *Twitch Blog* [Blogg], 12. juli. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/twitchcon-2016-update-party-panels-and-more-8dfe0cf7d0a3>> [Lest 29.05.17]
- Fontaine, R. (2016c) Introducing Cheering: Celebrate, together. *Twitch Blog* [Blogg], 27. juni. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/introducing-cheering-celebrate-together-da62af41fac6>> [Lest 12.04.17]
- Fontaine, R. (2016d) Be a boss on Twitch with Twitch Prime. *Twitch Blog* [Blogg], 30. september. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/twitchprime-458a537a3ae1>> [Lest 05.05.17]
- Fontaine, R. (2017a) And now, something for our non-partnered streamers! *Twitch Blog* [Blogg], 21. april. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/and-now-something-for-our-non-partnered-streamers-53a36a863bca?sf72125895=1>> [Lest 02.05.17]
- Freitas, E. (2017b) TwitchCon 2017 is coming to Long Beach. *Twitch Blog* [Blogg], 10. januar. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/twitchcon-2017-is-coming-to-long-beach-f001eaa4ec9a>> [Lest 29.05.17]
- Gentikow, B. (2010) *Nye Fjernsynserfaringer*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Gentikow, B. (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Revidert utgave. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Gosling, V. K. & Crawford, G. (2011) Game Scenes: theorizing digital game audiences. *Games and Culture*, 6 (2), s. 135-154. DOI: 10.1177/1555412010364979
- Harry, D. (2015) *Super Scale Chat Behaviour - Social Computing Symposium 2015* [Online video] Publisert 10. mars 2015. Tilgjengelig fra: <<https://www.youtube.com/watch?v=1OPqjDcXh5g>> [Sett 18.03.17]
- Hamilton, W. A., Garretson, O. & Kerne, A. (2014) Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media, i *CHI2014: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*”, s. 1315-1324. DOI: 10.1145/2556288.2557048
- Howell, L. (2017) Faker sets individual Twitch streaming record with 245,100 concurrent viewers. *ESPN* [Internett], 6. februar. Tilgjengelig fra: <http://www.espn.com/esports/story/_/id/>

[18632916/faker-sets-individual-twitch-streaming-record-245100-concurrent-viewers](http://www.businessinsider.com/18632916/faker-sets-individual-twitch-streaming-record-245100-concurrent-viewers)> [Lest 22.02.17]

Jacobs, H. (2015) Why video-game streaming site Twitch is so incredibly successful. *Business Insider* [Internett], 18. mars. Tilgjengelig fra: <<http://www.businessinsider.com/sean-plott-explains-why-twitch-is-so-successful-2015-3?r=US&IR=T&IR=T>> [Lest 14.02.17]

Jenkins, H. (2006) *Fans, bloggers and gamers — exploring participatory culture*. New York, NY: New York University Press.

Jenkins, R. (2010) *Social identity*. 3. utgave. Abingdon, UK: Routledge

Kain, E. (2015) TwitchCon 2015 Attendance Topped 20,000. *Forbes* [Internett], 28. september. Tilgjengelig fra: <<https://www.forbes.com/sites/erikkain/2015/09/28/twitchcon-2015-attendance-topped-20000/#712a03c03ba4>> [Lest 29.05.17]

Know Your Meme (2009a) *Copypasta* [Internett], oppdatert 14. februar 2015. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/copypasta>> [Lest 11.05.17]

Know Your Meme (2009b) *Trolling* [Internett], oppdatert 13. mai 2017. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/cultures/trolling>> [Lest 01.06.17]

Know Your Meme (2013) *Raise Your Dongers* [Internett], oppdatert 2. mai 2014. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/raise-your-dongers>> [Lest 04.03.17]

Know Your Meme (2014a) *Dank Memes* [Internett], oppdatert 31. januar 2017. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/dank-memes>> [Lest 03.03.17]

Know Your Meme (2014b) *Saltiness* [Internett], oppdatert 08. april 2016. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/salty>> [Lest 04.03.17]

Know Your Meme (2014c) *Darude - Sandstorm* [Internett], oppdatert 22. mars 2017. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/darude-sandstorm>> [Lest 04.04.17]

- Know Your Meme (2015a) I sexually identify as an attack helicopter [Internett], oppdatert 20. april 2017. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/i-sexually-identify-as-an-attack-helicopter>> [Lest 10.05.17]
- Know Your Meme (2015b) *Kappa* [Internett], oppdatert 8. mai 2016. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/kappa>> [Lest 04.03.17]
- Know Your Meme (2016) *Harambe the Gorilla* [Internett], oppdatert 10. mars 2016. New York, NY: The Cheezburger Network. Tilgjengelig fra: <<http://knowyourmeme.com/memes/harambe-the-gorilla>> [Lest 04.03.17]
- Kristensen, E. (2009) TVNorge legger ned Mess-TV. *Dagbladet* [Internett], 15. mai. Tilgjengelig fra: <<http://www.dagbladet.no/kultur/tvnorge-legger-ned-mess-tv/65214896>> [Lest 20.05.17]
- Kumparak, G. (2016) Twitch announces Twitch Prime, Loyalty Badges and video uploads. *TechCrunch* [Internett], 30. september. Tilgjengelig fra: <<https://techcrunch.com/2016/09/30/twitch-announces-twitchprime-loyalty-badges-and-video-uploads/>> [Lest 17.02.17]
- Kvale, S., Brinkmann, S. Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2009) *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utgave. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Lawrence, K. F. (2013) Identity and the Online Media Fan Community. I: Warburton, S. & Hatzipanagos, S. red. *Digital Identity and Social Media*. Hershey, PA: Information Science Reference, s. 233-255.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2003) *New Media: A Critical Introduction*. Abingdon, UK: Routledge
- Mamiit, A. (2016) Twitch Outs List Of Most Watched Games In 2015: 'League Of Legends,' 'Counter-Strike: GO,' 'DOTA 2' And More. *TechTimes* [Internett], 12. februar. Tilgjengelig fra: <<http://www.techtimes.com/articles/133007/20160212/twitch-outs-list-of-most-watched-games-in-2015-league-of-legends-counter-strike-go-dota-2-and-more.htm>> [Lest 03.02.17]
- Massanari, A. (2015) *Participatory Culture, Community, and Play: Learning from reddit*. 2. utgave. Bern, Sveits: Peter Lang Publishing Inc.
- Milner, R. M. (2013) Hacking the Social: Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz. *The Fibreculture Journal*, 2013 (22), s. 62-92. Tilgjengelig fra: <<http://>>

twentytwo.fibreculturejournal.org/fcj-156-hacking-the-social-internet-memes-identity-antagonism-and-the-logic-of-lulz/ [Lest 03.03.17]

Mortensen, T. (2002) Playing With Players: Potential Methodologies for MUDs. *The International Journal of Computer Game Research*, 2 (1). Tilgjengelig fra: <<http://www.gamestudies.org/0102/mortensen/>> [Lest 26.03.17]

Newman, J. (2004) *Videogames*. Abingdon, UK: Routledge

NSD (udatert) *Må jeg melde prosjektet mitt?* [Internett] Bergen: Personverombudet for forskning ved Norsk senter for forskningsdata. Tilgjengelig fra: <http://www.nsd.uib.no/personvernombud/meld_prosjekt/index.html> [Lest 10.01.17]

Pearson, D. (2016) Overwatch is 2016's most popular Twitch game. *GameIndustryBiz* [Internett], 3. oktober. Tilgjengelig fra: <<http://www.gamesindustry.biz/articles/2016-10-03-overwatch-is-2016s-most-popular-twitch-game>> [Lest 21.02.17]

Perez, S. (2017) Twitch launches Communities to help gamers organize around their shared interests. *TechCrunch* [Internett], 9. februar. Tilgjengelig fra: <<https://techcrunch.com/2017/02/09/twitch-launches-communities-to-help-gamers-organize-around-their-shared-interests/>> [Lest 26.02.17]

Popper, B. (2013) Field of streams: how Twitch made video games a spectator sport: An upstart streaming service is now an omnipresent monopoly. *The Verge* [Internett], 30. september. Tilgjengelig fra: <<http://www.theverge.com/2013/9/30/4719766/twitch-raises-20-million-esports-market-booming>> [Lest 20.02.17]

Quantcast (udatert) *Twitch.tv Audience Insights and Demographic Analytics* [Internett] San Fransisco, CA: Quantcast. Tilgjengelig fra: <<https://www.quantcast.com/twitch.tv>> [Lest 30.01.17]

Raes, T. C. M. (2015) *Twitch TV: motives and interaction, a consumer perspective* [Masteroppgave] Aalborg, Danmark: Aalborg University.

Raju, S. (2017) Pulse: Let's share, emote, and discover more together. *Twitch Blog* [Blogg], 6. mars. Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/https-blog-twitch-tv-pulse-lets-share-emote-and-discover-more-together-57d3460aa9f0>> [Lest 28.05.17]

Rubin, R. B. & McHugh, M. P. (1987) Development of Parasocial Interaction Relationships.

Journal of Broadcasting & Electronic Media, 31 (3), s. 279-292. DOI:

10.1080/08838158709386664

Schröder, K., Drotner, K., Kline, S. & Murray, C. (2003) *Researching Audience*. New York City, NY: Hodder Arnold.

Sjöblom, M. (2015) *Watching others play: a uses and gratifications approach to video game streaming motives* [Masteroppgave] Helsinki, Finland: Aalto University.

Skjetne, O. L. (2014) Etter 15 år er det slutt for MSN Messenger. *Dagbladet* [Internett], 1. november Tilgjengelig fra: <<http://www.dagbladet.no/nyheter/etter-15-ar-er-det-slutt-for-msn-messenger/60817563>> [Lest 04.03.17]

Smith, Obrist & Wright (2013) Live-streaming changes the (video) game i *EuroITV'13*:

Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video, s. 131-138. DOI:

10.1145/2465958.2465971

Statista (2017) *Leading gaming content on Twitch worldwide in April 2017, by peak number of concurrent viewers* [Internett]. Hamburg, Tyskland: Statista. Tilgjengelig fra: <<https://www.statista.com/statistics/507983/leading-game-content-twitch-by-concurrent-viewers/>> [Lest 14.05.17]

Statt, N. (2017) Twitch's new affiliate program will let almost any streamer earn money. *The Verge* [Internett], 21. april. Tilgjengelig fra: <<https://www.theverge.com/2017/4/21/15385190/twitch-affiliate-program-ad-revenue-game-streaming-youtube>> [Lest 27.05.17]

Stuart, K. (2014) UK gamers: more women play games than men, report finds. *The Guardian*

[Internett], 17. september. Tilgjengelig fra: <<https://www.theguardian.com/technology/2014/sep/17/women-video-games-iab>> [Lest 24.04.17]

Sun, J. (2017) The Adventure Comes to an End. *Revlo* [Blogg], 26. mai. Tilgjengelig fra: <<https://blog.revlo.co/the-adventure-comes-to-an-end-fa03f7fab84e?gi=641bb927a33e>> [Lest 28.05.17]

Tassi, P. (2016) Can You Guess which 29 Games Are Banned From Twitch? *Forbes* [Internett], 23. januar. Tilgjengelig fra: <<http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2016/01/23/can-you-guess-which-29-games-are-banned-from-twitch/#3615a56ed4d1>> [Lest 22.01.17]

Taylor, T. L. (2012) *Raising The Stakes*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Twitch Advertising (udatert) *Audience* [Internett]. San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc.

Tilgjengelig fra: <<http://twitchadvertising.tv/audience/>> [Lest 24.04.17]

Twitch (udatert a) *About* [Internett]. San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc. Tilgjengelig fra:

<<https://www.twitch.tv/p/about>> [Lest 20.04.17]

Twitch (udatert b) *Twitch-partnerprogram* [Internett] San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc.

Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/p/partners>> [Lest 10.03.17]

Twitch (udatert c) *Partnersøknad* [Internett] San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc.

Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/partner/signup>> [Lest 20.05.17]

Twitch (2014) *2013 retrospective* [Internett]. San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc.

Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/year/2013>> [Lest 15.09.16]

Twitch (2015) Rules of Conduct Update: Adult Oriented Games. *Twitch Blog* [Blogg], 27. mai.

Tilgjengelig fra: <<https://blog.twitch.tv/rules-of-conduct-update-adult-oriented-games-e0644feb289b>> [Lest 20.03.17]

Twitch (2016a) *How to Broadcast PC Games* [Internett]. Oppdatert 18.10.16. San Fransisco, CA:

Twitch Interactive, Inc. Tilgjengelig fra: <<https://help.twitch.tv/customer/portal/articles/792761-how-to-broadcast-pc-games>> [Lest 10.05.17]

Twitch (2016b) *How to Broadcast Console Games* [Internett]. Oppdatert 18. oktober 2016. San

Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc. Tilgjengelig fra: <<https://help.twitch.tv/customer/portal/articles/792769-how-to-broadcast-console-games>> [Lest 10.05.17]

Twitch (2017a) *List of Prohibited Games* [Internett]. Oppdatert 13. februar 2017. San Fransisco,

CA: Twitch Interactive, Inc. Tilgjengelig fra: <<https://help.twitch.tv/customer/portal/articles/1992676-list-of-prohibited-games>> [Lest 20.03.17]

Twitch (2017b) *Terms of Service* [Internett] Oppdatert 28. februar 2017. San Fransisco, CA: Twitch

Interactive, Inc. Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>> [Lest 24.04.17]

Twitch (2017c) *Community Guidelines (formerly Rules of Conduct)* [Internett] Oppdatert 28.

februar 2017. San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc. Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/p/community-guidelines>> [Lest 20.03.17]

Twitch (2017d) *Year in review — 2016* [Internett]. San Fransisco, CA: Twitch Interactive, Inc.

Tilgjengelig fra: <<https://www.twitch.tv/year/2016/>> [Lest 05.05.17]

- Yeager, M. (2013) Twitch Cutting Streams with Non-Gaming Related Content. *Game Skinny* [Internett], 25. november. Tilgjengelig fra: <<http://www.gameskinny.com/s0ww9/twitch-cutting-streams-with-non-gaming-related-content>> [Lest 20.02.17]
- Warburton, S. (2013) Space for Lurking: A Pattern for Designing Online Social Spaces. I: Warburton, S. & Hatzipanagos, S. red. *Digital Identity and Social Media*. Hershey, PA: Information Science Reference, s. 149-158.
- Webster, A. (2016) You can now stream any Blizzard game live on Facebook. *The Verge* [Internett], 26. august. Tilgjengelig fra: <<http://www.theverge.com/2016/8/26/12661276/blizzard-facebook-live-streaming-launch>> [Lest 25.02.17]

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Background

Year of birth/age.

Work.

Include all accounts if multiple.

Gender.

Number of followers/
following/ subscriptions on

If multiple, ask what

Nationality.

Twitch.

differentiates them.

Relationship status.

Education.

Twitch-use

Tell me how you use Twitch.

What kind of Twitch-user are you?

Start/introduction to Twitch.

What do you use Twitch for?

Viewing pattern/habits (up until now).

When and how do you use Twitch (now)?

Who do you watch Twitch with? (Alone/together) Do you sometimes seek out new streams/content?

How do you find new content?

Do you look via games or broadcasters? Are you a regular in any streams?

Genres/content: your favorites.

Tell me about your favorite content/stream(s) on Twitch.

Why is it your favorite?

If you can't choose one, feel free to talk about a few.

If none, tell me what you prefer to watch on Twitch.

Socializing

Do you socialize on Twitch?

If yes: Who do you prefer to socialize with? Who do you mostly socialize with? To what degree?

If no: why not? What do you do?

Bond to broadcaster

Personal:

What is a good broadcaster to you?

What determines if the channel gets your follow?

Do you have any streams you follow on a regular basis?

Describe your relationship to broadcasters you follow.

Do you follow/interact broadcasters on other medias/ways?

Financial:

Subscriptions?

If yes, please elaborate. If no, why not?

Donations?

If yes, please elaborate. If no, why not?

Ads/alternative revenue.

Feelings in regards to.

Bond to the community: fellow audience

Are you a part of any communities, where you interact with other viewers?

Twitch: Do you have any “I was there” memories?

Interacting outside of Twitch

Do you socialize with people from Twitch in other forums?

Do you have friends you’ve met (also not met IRL, but people you consider friends) over Twitch?

How do you feel about Twitch-chat?

Do you have any local events or gatherings related to Twitch in your geographical area?

Negative feelings

Negative feelings towards broadcasters.

What is a bad broadcaster to you?

Do you have any broadcasters you don’t like?

Have you any streams you’ve stopped following (after previously being a regular)?

How do you feel about unfollowing streamers?

Negative experience (sans-Twitch)

Have you ever gotten comments on your consumption of video game/Twitch?

How do you feel about spending your time on (or on things related to) Twitch?

Do you feel like it's well-spent time?

What do you think you'd spend your time on if you didn't spend it on Twitch?

Everyday life

Do you play video games yourself?

Can you tell me about your personal history of gaming?

How do you feel about your consumption of Twitch and video games?

Do you keep up with the news? What's your main news source?

Do you have any hobbies or other interest?

(Future) ambitions

Do you have a wish/ambitions to broadcast yourself?

Do you have a wish/ambitions to live off of broadcasting, or to have a career related to Twitch/the industry?

Do you think you'll keep enjoying Twitch in the future? Would you say Twitch is important to you?

Requesting participation in research project

«Twitch audience»

Background and purpose

The purpose of the study is to describe the habits and opinions of and between participants in the community of Twitch audience. The research project is conducted in conjunction with a Master's thesis in Media Studies at the Institute for Information Science and Media Studies, University of Bergen.

Selection

The informants has been selected based on the following requirements:

- **Age:** participants must be over the age of 18 at the time of the interviews.
- **Use:** participants must spend roughly 20 hours or more on Twitch on a weekly basis.

Informants has been recruited via specific channels Discord, a Voice over IP-app mainly designed for gaming communities. Others may be recruited through other online forums, such as relevant subreddits (Reddit). The channels and subreddits may be described to an extent in the thesis, but not by name. In addition to this, informants may also be recruited at the conference, TwitchCon 2016, which in 2015 had over 20,000 attendees.

What does it constitute to partake?

The research will be conducted through qualitative interviews. The interviews will have an estimated duration of 40 to 60 minutes and may be conducted through either in person, Skype or similar forms, specified in the thesis. Interviews will be audio-recorded for later transcription. Recordings will be deleted by the end of the research.

In addition to general background information, the interviews will mainly evolve around the informants usage and experience of the platform, in addition to its (potential) social aspects, digital culture and daily life.

What happens to my information?

All information will be treated confidentially and will at any time be under password protection. Access to information during the research is strictly limited to researcher and supervisor.

Informants will be anonymized as far as possible. If the informants happen to say names, geographical locations or similar which may identify the informant, this will be anonymized by

researcher subsequently during transcribing. This may not include referring to more familiar names, such as public and/or key figures within the community.

Research is scheduled to end by May 15th 2017, audio recordings will then be deleted. Processed and anonymized transcriptions will not be deleted, as it serves as context for the thesis.

Voluntary participation

Partaking in this study is voluntary, and you may at any point withdraw your consent without giving any reason. If you withdraw, all information about you will be deleted.

If you wish to participate or have any questions about the research project, contact: researching student Julia Beate Bådsvik (phone: +4791998591, e-mail: jba091@student.uib.no alternatively juliabeate@gmail.com), or supervisor Rune Klevjer (e-mail: Rune.Klevjer@uib.no).

The Privacy Ombudsman for Research in NSD, Norwegian Centre for Research Data AS, has been notified of the research project.

Consent to participation in study

Please sign for consent.

I have received information about the study, and am willing to participate.

(Sign project participant, date)

Vedlegg 3: Kringkaster-oversikt

Kode	Skjermnavn	Kjønn	Ca alder	Partner	Organisert	Type	Twitch	Youtube
Kringkaster 1	GassyMexican	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	705K	1.5M
Kringkaster 2	KateEdge	K	25-29	Ja	Personlig	Nisje (sjanger)	44K	2.5K
Kringkaster 3	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	1.2M	1.3M
Kringkaster 4	Brobson	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	28.7K	6.2K
Kringkaster 5	B0aty	M	20-24	Ja	Personlig	Nisje	306K	274K
Kringkaster 6	(anonymisert)	M	20-24	Ja	Personlig	Variierende	65K	2K
Kringkaster 7	(anonymisert)	K	20-24	Ja	Personlig	Variierende	71K	5.5K
Kringkaster 8	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	196K	2K
Kringkaster 9	(anonymisert)	K	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	278K	197K
Kringkaster 10	(anonymisert)	M	20-24	Ja	Personlig	Nisje	83K	6.3K
Kringkaster 11	(anonymisert)	M	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	933K	1.2M
Kringkaster 12	Swifdor	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	976K	2.3M
Kringkaster 13	Boogie2988	M	40-49	Ja	Personlig	Variasjon	362K	4M
Kringkaster 14	Stonemountain64	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	37K	1.1M
Kringkaster 15	(anonymisert)	M	30-39	Nei	Personlig	Variasjon	<600	<50
Kringkaster 16	(anonymisert)	K	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	16.5K	22K
Kringkaster 17	Maximilliandood	M	50+	Ja	Personlig	Nisje	369K	609K
Kringkaster 18	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	345K	521K
Kringkaster 19	Basetradetv	-	-	Ja	Organisert	Nisje	76K	13K
Kringkaster 20	(anonymisert)	K	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	237K	841K
Kringkaster 21	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	495K	2.2M
Kringkaster 22	itsmejp	M	30-39	Ja	Personlig	Nisje	273K	129K
Kringkaster 23	Reynad	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	486K	134K
Kringkaster 24	Avilo	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	36.8K	2.2K
Kringkaster 25	Nathanias	M	30-39	Ja	Personlig	Nisje	57K	11.8K
Kringkaster 26	WinterStarCraft	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	136K	43K
Kringkaster 27	ManvsGame	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	472K	4.5K
Kringkaster 28	GamesDoneQuick	-	-	Ja	Organisert	Nisje (sjanger)	975K	339K
Kringkaster 29	KaceyTron	K	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	460K	67K
Kringkaster 30	Krepo	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	344K	3K
Kringkaster 31	sourkoolaidshow	-	-	Ja	Organisert	Variasjon	34.7K	1K
Kringkaster 32	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	17K	<200
Kringkaster 33	(anonymisert)	M	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	52K	<100
Kringkaster 34	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	49K	1.5K
Kringkaster 35	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	11K	-
Kringkaster 36	(anonymisert)	M	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	103K	6.6K
Kringkaster 37	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	307K	73K
Kringkaster 38	loltaylor1	M	20-24	Ja	Personlig	Nisje	593K	552K
Kringkaster 39	Jacklifear	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	14K	<150
Kringkaster 40	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	18K	<100
Kringkaster 41	(anonymisert)	K	20-29	Nei	Personlig	Variasjon	11K	42K
Kringkaster 42	(anonymisert)	M	30-39	Nei	Personlig	Variasjon	1.7K	<650
Kringkaster 43	(anonymisert)	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	118K	8K

Kode	Skjermnavn	Kjønn	Ca alder	Partner	Organisert	Type	Twitch	Youtube
Kringkaster 44	(anonymisert)	M	30-39	Nei	Personlig	Nisje (sjanger)	3K	<50
Kringkaster 45	(anonymisert)	M	30-39	Nei	Personlig	Nisje (sjanger)	<500	-
Kringkaster 46	Summit1g	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	1.9M	309K
Kringkaster 47	Futuremangaming	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	62K	8K
Kringkaster 48	Monstercat	-	-	Ja	Organisert	Nisje (musikk)	651K	6M
Kringkaster 49	DJwheat	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	37K	12.6K
Kringkaster 50	(anonymisert)	M	30-39	Nei	Personlig	Variasjon	2.2K	18.7K
Kringkaster 51	Sodapoppin	M	20-25	Ja	Personlig	Variasjon	1.4M	553K
Kringkaster 52	Kripparian	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	990K	915K
Kringkaster 53	(anonymisert)	K	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	17.8K	<50
Kringkaster 54	(anonymisert)	K	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	200K	15K
Kringkaster 55	(anonymisert)	K	20-24	Ja	Personlig	Nisje	183K	8.5K
Kringkaster 56	(anonymisert)	K	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	614K	177K
Kringkaster 57	(anonymisert)	K	20-24	Nei	Personlig	Variasjon	3.7K	<100
Kringkaster 58	KittyPlays	K	20-24	Ja	Personlig	Variasjon	763K	333K
Kringkaster 59	(anonymisert)	M	25-29	Nei	Personlig	Nisje	5K	-
Kringkaster 60	(anonymisert)	K	25-29	Nei	Personlig	Variasjon	<250	<50
Kringkaster 61	GeekandSundry	-	-	Ja	Organisert	Variasjon	285K	1.5M
Kringkaster 62	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Nisje	20K	<200
Kringkaster 63	Behkuh	K	20-24	Ja	Personlig	Nisje	191K	8.6K
Kringkaster 64	Markiplier	M	25-29	Nei	Personlig	Variasjon	563K	17M
Kringkaster 65	(anonymisert)	M	30-39	Ja	Personlig	Variasjon	18.7K	<600
Kringkaster 66	Soaryn	M	20-24	Ja	Personlig	Nisje	139K	3.4K
Kringkaster 67	tirean	M	40-49	Ja	Personlig	Variasjon	21K	<350
Kringkaster 68	Lirik	M	25-29	Ja	Personlig	Variasjon	1.6M	178K
Kringkaster 69	RiotGames	-	-	Nei	Organisert	Nisje	2.4M	1.4M
Kringkaster 70	TrumpSC	M	25-29	Ja	Personlig	Nisje	773K	115K
Kringkaster 71	Rocketjump	-	-	Ja	Organisert	Nisje	25K	7.7M

Vedlegg 4: Godkjennelse fra NSD



Rune Klevjer
Institutt for informasjons- og medievitenskap Universitetet i Bergen
Fosswinckelsgate 6
5007 BERGEN

Vår dato: 26.09.2016

Vår ref: 49722 / 3 / HIT

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 01.09.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>49722</i>	<i>Twitch audience</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Bergen, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Rune Klevjer</i>
<i>Student</i>	<i>Julia Beate Bådsvik</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstillende kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.05.2017, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Kjersti Haugstvedt

Hildur Thorarensen

Kontaktperson: Hildur Thorarensen tlf: 55 58 26 54

Vedlegg: Prosjektvurdering

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.



Utvalget informeres skriftlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er g.j.d. utformet.

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger Universitetet i Bergen sine interne rutiner for datasekkerhet. Dersom personopplysninger skal lagres på privat per/mobile enheter, bør opplysningene krypteres tilstrekkelig.

Det er oppgitt at det kan bli aktuelt å gjennomføre intervjuer via Skype. Skype vil i så tilfelle fungere som databehandler i prosjektet. Dersom det benyttes en databehandler i prosjektet må det foreligge en avtale mellom databehandleren og UiB for den behandling av data som finner sted, jf. personopplysningsloven § 15. For råd om hva databehandleravtalen bør inneholde, se Datatilsynets veileder på denne siden: <http://www.datatilsynet.no/sikkerhet-internkontroll/databehandleravtale/>

Det oppgis i meldeskjema at personopplysninger skal publiseres, men vi forstår det slik at dette er en feilavkrysning. Noen bakgrunnsopplysninger vil bli publisert, men ikke nok opplysninger til at personer vil kunne gjenkjennes i publikasjon.

Forventet prosjektslut: er 15.05.2017. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres. Anonymisering innebærer å bearbeide data/materialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsstykke)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidsted, alder og kjønn)
- slette digitale lyd-/bilde- og videoopptak