



# Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon .....	4
1.1 Oppgavens struktur .....	5
2. Opprinnelsen av seer/kringkaster-interaksjoner på Twitch .....	6
3. Observasjoner av forholdet mellom seer og kringkaster i direktestrømming: På jakt etter bevis på det sosiale.....	8
4.1 Metode for litteraturgjennomgang av Twitch .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Sosiale elementer i direktestrømming på Twitch.....	8
4.2.1 Immediacy.....	8
4.2.2 Individuell og direkte henvendelser.....	9
4.2.3 Tilstedeværelse .....	9
4.2.4 Sosial tilfredsstillelse .....	11
4.2.5 Fellesskap.....	11
4.3 Para-sosiale elementer i direktestrømming på Twitch... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.3.1 Abonnementer + donasjoner: En kort forklaring.... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.4 Metode for tekstanalyse .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Para-sosiale og sosiale elementer observert på Twitch.....	12
5.1 Para-sosiale elementer på Twitch .....	14
5.1.1 Bli lagt merke til: Donasjoner og abonnementer .....	14
5.2 Sosiale elementer på Twitch .....	17
5.2.1 Utmerkelse.....	17
5.2.2 Individuell vs. felles henvendelser.....	17
5.2.3 Stamgjestene .....	18
5.2.4 Komplimenter .....	19
5.2.5 Felles interesser.....	19
5.2.6 Vitser.....	21
5.2.7 Avskjeder .....	21

5.2.8 Fravær .....	22
5.3 Oppsummering og betydning av tekstanalysen .....	22
6. Konklusjon.....	23
7. Referanser .....	25

# 1. Introduksjon

Direktestrømming har revolusjonert måten mediefigurer samhandler med publikum på. Tidligere tillot massekommunikasjon bare utvikling av para-sosiale relasjoner, der seerne kun utviklet en ensidig beundring for mediefigurer (Horton og Wohl, 1956). Direktestrømming har introdusert muligheten for toveis sosiale interaksjoner og relasjonsbygging, og bringer mediefiguren og seeren nærmere hverandre.

Medier som ligner umedierte sosiale interaksjoner, fremmer mer gjensidige bånd mellom seere og mediefigurer. Dette mønsteret skyldes delvis teknologiske fremskritt, men det er likheten mellom medierte interaksjoner og umedierte interaksjoner som er av interesse i denne oppgaven. Begrepet «remediering», introdusert av Bolter og Grusin (2000), forklarer motsetningen mellom interaksjoner som skjer gjennom et medium, men som samtidig ligner på umedierte interaksjoner. Ifølge Bolter og Grusin streber mennesker etter «umiddelbarhet» (*immediacy*) men skaper likevel flere medier basert på eldre medier for å finne den beste måten å presentere et realistisk bilde på (s. 4). Virtuell virkelighet forsøker å imitere virkeligheten, men kommer til kort fordi det fortsatt er et medium som gjenskaper virkeligheten gjennom grafikk og videoanimasjon, og skaper en opplevelse som kun kan oppleves gjennom en skjerm (s. 21-22).

Bolter & Grusin (2000) skriver at ønsket om umiddelbarhet er tydelig i preferansen for digitale bilder og videokonferanser fremfor meldinger og telefonsamtaler (s. 23). Dette ønsket er også tydelig i engasjementet folk ønsker fra TV, sosiale medier og direktestrømming. Direktestrømming er mer engasjerende enn asynkrone sosiale medier eller TV, ettersom det gir en mer umiddelbar og realistisk opplevelse. Direktestrømming gjør at seerne endelig kan være nær sin favoritt mediefigur, som de kanskje har beundret på avstand gjennom andre medier. Sosiale medier gjorde det mulig for publikum å kommunisere med mediefigurer, men det var fortsatt en betydelig avstand i forholdet mellom dem.

Populære massemedier ser ut til å utvikle seg nærmere ansikt-til-ansikt interaksjon, noe som reduserer avstanden mellom mediepersoner og seere. Interaksjoner gjennom hvert nyutviklet

medium blir mer sosialt<sup>1</sup> og ligner mer på umedierte interaksjoner. Direktestrømming følger dette mønsteret og er det nyeste massemediet med mulighet til å skape *sosiale* bånd, i motsetning til *para-sosiale*, mellom mediepersoner og seere. Direktestrømming på Twitch.tv er svært sosialt ettersom det har de fleste av elementene til ansikt-til-ansikt-interaksjon, gir umiddelbar og direkte respons og kan skape gjensidige følelser. Selv om disse elementene kan ha eksistert separat i eldre medier, tilbyr Twitch dem alle på én plattform, noe som gjør det til det mest sosiale mediet hittil. Twitch sin grad av nærhet er med på å skape nære relasjoner mellom mediefigurer og deres seere, og endrer måten de samhandler på.

Bolter og Grusin (2000) bemerker derimot at medier aldri helt kan tilfredsstille ønsket om umedierte interaksjon, ettersom de aldri helt kan nekte for sin mediering. Selv om Twitch tilbyr sosiale elementer som ansikt-til-ansikt-interaksjon og umiddelbare svar, er det fortsatt et medium og mangler full sosial nærhet. Det har også noen medierte elementer som pengedonasjoner. Twitch tilbyr likevel et nytt nivå av sosial interaksjon som vi ikke har sett i massemediene tidligere. Det para-sosiale forholdet skaper da et paradoks, ettersom ønsket om sosial nærhet kommer i konflikt med essensen av det para-sosiale. Ifølge Bolter & Grusin (2000) mislykkes alle nye medier som forsøker å tilby et tettere forhold til mediefigurer, fordi mediet i seg selv forhindrer ekte nærhet. Direktestrømming bryter imidlertid dette mønsteret ved å gjøre det mulig å danne sosiale relasjoner til tross for at det er et medium.

## 1.1 Oppgavens struktur

I denne oppgaven skal jeg gjennomføre en tekstanalyse av direktesendinger fra tilfeldig utvalgte kringkasterne. Disse kringkasterne vil være et utvalg av de som kun snakker med seerne sine uten noen annen form for aktivitet, som f.eks. spilling. Tidligere forskning på det para-sosiale har kun intervjuet seere (McQuail, Blumler og Brown, 1972), mens andre analyserte generelle observasjoner av seernes reaksjoner på mediefigurer (Horton og Wohl, 1956). Selv om begge disse metodene er like effektive, vil jeg med denne oppgaven tilby

---

<sup>1</sup> Begrepet "sosial" beskriver i denne sammenhengen den tradisjonelle forståelsen av interaksjoner som skjer uten et medium, ansikt-til-ansikt, umiddelbart, involverer direkte svar og inkluderer en eller annen form for gjengjeldelse av vennlighet eller hengivenhet mellom de to involverte partene. I en ansikt-til-ansikt sosial interaksjon foregår kommunikasjonen i sanntid. I løpet av denne utvekslingen snakker en person mens den andre responderer eller reagerer umiddelbart. Begrepet "umiddelbar" fanger det tidsmessige aspektet av samhandlingen og gjenspeiler mediebrukernes preferanse for ansikt-til-ansikt interaksjon. I denne oppgaven vil "umiddelbar" og "umiddelbarhet", som stammer fra latinske *immediātus*, "uten noe mellom" (Harper, 2015), brukes for å indikere det øyeblikkelige tidspunktet noe skjer. For samhandlinger gjort uten bruk av et medium, vil begrepet "umedierte" bli brukt.

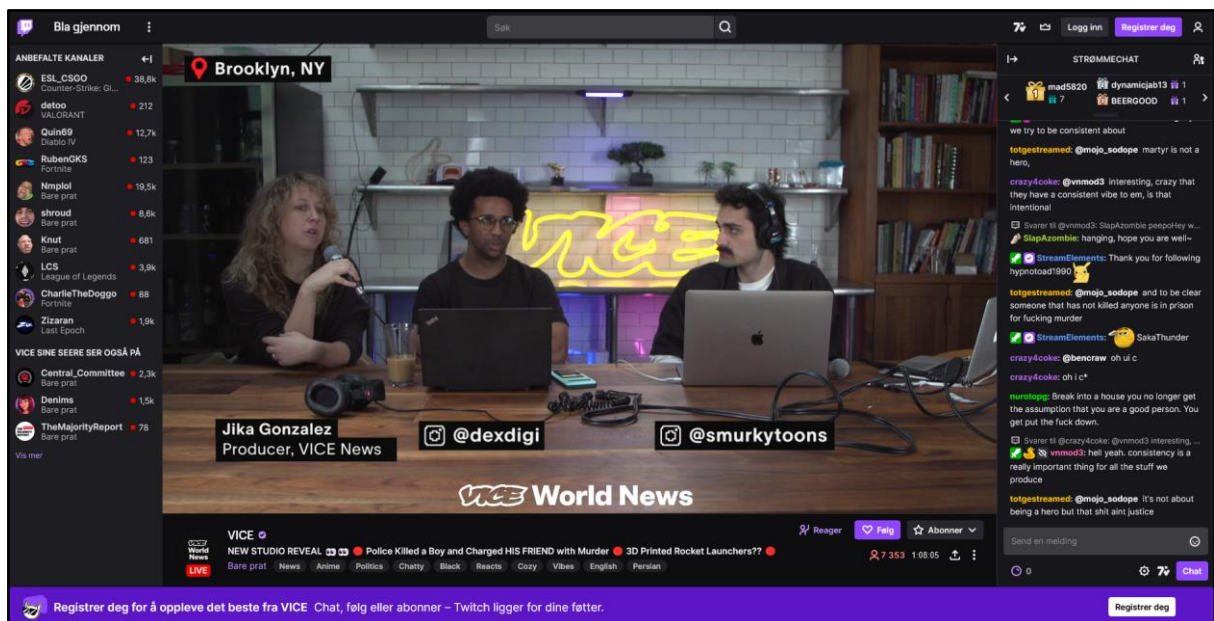
tekstanalyse som en måte å observere både kringkasteren og seeren, og hvordan sosiale interaksjoner og sosiale relasjoner utspiller seg under direktestrømming. Ved å observere hvordan kringkastere og seere kommuniserer har denne oppgaven som hensikt å avdekke sosiale elementer, slik de utfolder seg under direktestrømming, i det kringkasteren og seeren sier til hverandre.

## 2. Opprinnelsen av seer/kringkaster-interaksjoner på Twitch

Allerede fra starten av hadde Twitch elementer som lignet sosiale interaksjoner, og populariteten så ut til å indikere et behov for virkelighets-elementer i interaksjoner på nett. Plattformen ble først opprettet i 2007 av Justin Kan, som opprinnelig begynte å kringkaste hverdagslige aktiviteter på sitt personlige nettsted «Justin.tv» (Ask, Spilker og Hansen, 2019). Det ble så populært at Kan, senere samme år, åpnet opp nettstedet og gjorde det mulig for andre brukere å kringkaste eget innhold. Mot slutten av 2007 hadde nettstedet rundt 3000 aktive kringkastere som holdt på med alt fra musikk til radioprogram til matlaging, der seerne kunne følge med og holde kringkasteren med selskap i et virtuelt rom (Ask, Spilker og Hansen, 2019). I 2008 introduserte Kan offisielle kategorier på plattformen for ulike aktiviteter som nyheter, teknologi, spill, underholdning, sport, livskringkasting, musikk og radio (Ask, Spilker og Hansen, 2019). Men etter hvert som nettstedet fikk mer oppmerksomhet fra brukere og media, oppsto det problemer. Kringkastere strømmet ofte opphavsrettsbeskyttet TV-innhold som folk tidligere måtte betale for tilgang til. Dette problemet, i tillegg til flere rapporter om trakassering og mobbing, førte til at nettstedet ble stengt i 2014 (Ask, Spilker og Hansen, 2019). Men tidligere i 2011 opprettet Kan og hans medeiere ett nytt nettsted, «Twitch.tv», da de la merke til populariteten til spillkategorien på Justin.tv. De videreutviklet Twitch til et sted der brukerne kunne direktestrømme seg selv mens de spilte videospill.

I 2012 trakk Twitch til seg 20 millioner unike besøkende per måned (Business Wire, 2012). Amazon kjøpte plattformen i 2014 for hele 970 millioner dollar, noe som gjorde Twitch til det fjerde mest besøkte nettstedet, rett bak Google, Apple og Netflix (Taylor, 2018). Etter oppkjøpet begynte Twitch å utvide innholdet sitt utover spill, i likhet med forgjengeren

Justin.tv. I 2015 opprettet de en kategori for kreativt innhold som lot brukere kringkaste kunst og håndverk (Moorier, 2015). Nesten to år senere ble kategorien IRL (engelsk: *in real life*) introdusert som skulle omfatte alle aktiviteter gjort i det virkelige liv, som inkluderte alt utenom spill (Berrones, 2016). Denne kategorien ble ytterligere inndelt i 2018, og det ble opprettet egne kategorier for aktiviteter som matlaging, musikk og poddkasting (Robertson, 2018). Opprettelsen av disse kategoriene understreker et ønske om interaksjoner på nett som ligner opplevelser i “det virkelige liv”. En av kategoriene, "Bare prat", lar kringkastere delta i hvilken som helst ‘virkelig’ aktivitet, og noen velger å ikke klassifisere kringkastingen sin ytterligere enn det. Det definerende trekket ved kringkastinger i "Bare prat" kategorien er imidlertid kringkasterens kontakt og engasjement med publikum, som om det var en samtale gjort ansikt-til-ansikt, uten at spill eller annen mellomliggende aktivitet tar opp plass på skjermen. Kringkasteren kun snakker og observerer chatten, mens seerne kommuniserer tilbake gjennom chat-funksjonen (figur 1).



Figur 1: Skjermbilde av nyhetskanal VICE sin kringkasting på twitch.tv/vice, tatt med tillatelse

Når en bruker velger en kringkasting å se på, vil direktestrømmen oppta mesteparten av skjermen, mens chattefunksjonen ligger på høyre side av skjermen. Etter hvert som brukerne sender meldinger, vises meldingene i kronologisk rekkefølge og beveger allerede eksisterende meldinger oppover. Chatten har en bla-funksjon, slik at brukeren kan se alle meldinger som er blitt sendt siden de begynte å se på. Hvis kringkasteren lagrer direktestrømmen på kanalen sin, kan brukerne få tilgang til hele chattelagret i det nå

asynkrone opptaket av den siste kringkastingen. Kringkastere har ulike grensesnitt på sin side, men for de fleste har chattefunksjonen en skrollefunksjon akkurat slik som på brukerens side.

### 3. Observasjoner av forholdet mellom seer og kringkaster i direktestrømming: På søken etter det sosiale

Denne delen utforsker hvordan direktestrømming på Twitch tar i bruk elementer av virkelighet og hvordan det påvirker forholdet mellom seeren og mediefiguren. Tidligere forskning innen litteratur om para-sosialitet og direktestrømming har brukt ulike metoder slik som eksperimentelle studier, undersøkelsesstudier, intervjuer med kringkastere og litteraturgjennomganger (Woodcock og Johnson; 2019; Kowert og Daniel, 2021; McLaughlin og Wohn, 2021; Wulf, Schneider og Queck, 2021). Resultatene antyder at likheten mellom direktestrømming og virkelighet styrker forholdet mellom seeren og mediefiguren, og at interaksjonene nærmer seg det sosiale snarere enn det para-sosiale. Disse observasjonene viser at Twitch og direktestrømming representerer den nyeste utviklingen innen massemedier og legger til flere elementer av ansikt-til-ansikt-interaksjon for hver utvikling.

#### 3.1 Sosiale elementer i direktestrømming på Twitch

##### 3.1.1 Umiddelbarhet

Det viktigste elementet som direktestrømming har som tidligere plattformer ikke har hatt, i hvert fall ikke i tilsvarende kapasitet, er umiddelbarheten i interaksjonen. Dette er et hovedelement som hindrer andre medier fra å ligne på umedierte interaksjoner. For eksempel har asynkrone sosiale medier elementer av interaksjon og kommunikasjon, men ofte tar det lang tid før mediefigurer svarer på henvendelser. Det kan ta dager, uker eller til og med måneder, noe som ikke kan sammenlignes med en samtale i virkeligheten.

Før direktestrømming ble vanlig, la forskere merke til effekten som umiddelbarhet hadde på forholdet mellom seer og mediefigur. I sin artikkel «Television Performance as Interaction» (1998) fant Pekka Isotalus at en intim kommunikasjonsstil forsterker programlederens



umiddelbarhet. Horton og Wohl (1956) antyder at den eneste illusjonen som opprettholdes på TV, er direktheten og umiddelbarheten i seernes deltakelse (s. 219). Når mediepersoner henvender seg til publikum, skapes det en illusjon om at mediepersonen samhandler med seeren. Derimot tilbyr direktestrømming interaksjon i sanntid, der kringkastere kan lese og svare på direkte meldinger i løpet av sekunder, på samme måte som en umediert samtale.

### 3.1.2 Individuell og direkte henvendelse

Direktestrømming tar i bruk individuelle og direkte henvendelser for å skape nære relasjoner mellom kringkastere og seer. Direkte henvendelse betyr at kringkasteren henvender seg felles til seerne, ofte ved å se inn i kameraet eller lese opp chat-meldinger. Individuell tiltale tar det et skritt videre ved å henvende seg til en bestemt seer ved navn eller ved å svare på meldingen deres. Ifølge Wulf, Schneider og Queck (2021) hadde seere som mottok individuelle henvendelser fra kringkasteren de høyeste vurderingene av para-sosial interaksjon, sammenlignet med de som mottok felles henvendelser.

Wulf, Schneider og Queck (2021) gjennomførte en studie som utforsket effekten av individuell henvendelse, felles henvendelse og ingen henvendelse i direktestrømmer. Forskerne observerte hvordan ulike kringkastere henvendte seg til seerne sine og hvordan det påvirket seernes opplevde sosiale nærhet. De fant at seere som fikk individuelle henvendelser hadde en høyere vurdering av para-sosial interaksjon, mens de som mottok felles henvendelser, hadde betydelig lavere vurderinger (s. 652).

John B. Thompson (1995) beskriver tre typer interaksjoner i kommunikasjonsteori: ansikt-til-ansikt, mediert og kvasi-mediert. Medierte interaksjoner skjer når informasjon går gjennom et medium fra person til person. Kvasi-medierte interaksjoner refererer til når informasjon kommuniseres fra én person til et publikum bestående av et ubestemt antall mennesker.

Horton og Wohl (1956) sitt arbeid diskuterer direkte henvendelser som en kommunikasjonsmåte som brukes av mediefigurer for å minne publikum om deres «uavhengige identitet» mens de deltar i programmet (s. 218). Ved å stadig henvende seg til publikum hjemme som en tredjepart i programmet, blir seeren påminnet om at de er en uavhengig deltaker (s. 219).

Thompsons ville klassifisert Horton & Wohl (1956) sin interaksjon som kvasi-mediert (en-til-mange) og Wulf, Schneider og Queck (2021) sin individuelle henvendelse som mediert (en-til-en). I direktestrømming brukes imidlertid en individuell interaksjon på en plattform som er optimalisert for en-til-mange-interaksjon, noe som skaper en mellomting. På Twitch betyr for eksempel flere seere bedre resultater for kringkasterens kanal eller karriere.

Wulf, Schneider og Queck (2021) sin studie fant at ignorerte seere rapporterte lavere sosial nærhet til kringkasteren enn de som ble adressert felles. Dette tyder på at enhver henvendelse betyr mer enn ingen henvendelse, men individuelle henvendelser er mer givende enn felles henvendelser og skaper mer nærhet til kringkasteren. Denne observasjonen støtter ideen om at direktestrømming nærmer seg ansikt-til-ansikt-interaksjon, der det å henvende seg til noen som individ er mer engasjerende enn å henvende seg til en gruppe. Thompsons (1995) og Wulf, Schneider og Quecks (2021) observasjoner gir ytterligere bevis for at individuell henvendelse skaper mer nærhet.

Hvis direkte henvendelser skaper mer nærhet, betyr det at direktestrømming tilbyr flere muligheter for interaksjon mellom kringkasteren og seeren. Dette betyr igjen at Twitch er en arena der folk føler nærhet til mediefigurer. I tillegg er det få andre medieformer som tilbyr muligheter for individuelle henvendelser sammenlignet med direktestrømming. Mens asynkrone sosiale medier tillater direkte svar, mangler de sanntids- og visuelle elementer som finnes i direktestrømming. Direktestrømming tilbyr de visuelle elementene til umiddelbarhet som diskutert tidligere, og nå ser vi at det tilbyr sosiale elementer av umiddelbarhet gjennom individuelle henvendelser.

### 3.1.3 Tilstedeværelse

Direktestrømming skaper en følelse av "tilstedeværelse" mellom seere og kringkasterer, som er følelsen av å være i samme fysiske rom. Woodcock og Johnson (2019) og McLaughlin og Wohn (2021) antyder at de visuelle egenskapene til direktestrømming gjør at det ligner på ansikt-til-ansikt-interaksjoner, og siterer Short, Bailenson og Welch (1976) sin teori om sosial tilstedeværelse som understreker betydningen av realistiske elementer for sosialisering. Kowert & Daniel (2021) identifiserer fire typer tilstedeværelse i direktestrømming: fysisk, sosial, selv og romlig. Kombinasjonen av auditive og visuelle elementer i direktestrømming skaper en følelse av umiddelbarhet som visker ut grensen mellom seeren og kringkasteren,

noe som fører til en opplevd utvisking av mediet og et sterkere parasosialt forhold (Kowert og Daniel, 2021; McLaughlin og Wohn, 2021). Målet med direktestrømming er å skape en følelse av umediert interaksjon, og jo mindre synlig mediet er, jo nærmere føler seeren seg mediefiguren (Woodcock & Johnson, 2019).

### 3.1.4 Sosial tilfredsstillelse

Mye av litteraturen skrevet om direktestrømming antyder at seere tiltrekkes av direktestrømming på grunn av potensialet for sosial interaksjon og oppfyllelse av sosiale behov (McLaughlin og Wohn, 2021; Kowert og Daniel, 2021). Direktestrømming gir en unik mulighet for umiddelbar, toveis interaksjon mellom seere og mediefigurer, noe som kan skape en følelse av sosial nærhet og gjensidighet (Horton og Wohl, 1956; McLaughlin og Wohn, 2021). Realiteten er imidlertid at ikke alle meldinger som sendes i chatten vil bli lest eller besvart av kringkasteren, noe som kan bryte med seerens forventning om å bli lagt merke til og skape angst over å bli ignorert (Horton og Wohl, 1956, s. 215). Seeren kan da forestille seg ulike grunner for hvorfor meldingen deres ble ignorert, og forholdet til streameren kan bli ustabil (McLaughlin og Wohn, 2021).

Selv om potensialet for interaksjon er nok til å trekke seere til direktestrømming, antydes det at emosjonelt engasjement og para-sosiale relasjoner fortsatt kan gi seerne sosial trøst selv uten direkte interaksjon (Kowert og Daniel, 2021). Oppsummert er ønsket om sosial interaksjon og oppfyllelse av sosiale behov en viktig motivasjonsfaktor for seere av direktestrømmer (Woodcock og Johnson, 2019; McLaughlin og Wohn, 2021; Kowert og Daniel, 2021).

### 3.1.5 Fellesskap

Seerne opplever sitt forhold til kringkasteren individuelt, men gjennom å dyrke et fellesskap kan seerne identifisere seg med en gruppe som ser på den samme mediefiguren (Hamilton Garreston og Kerne, 2014). Å være en del av et fellesskap på Twitch forsterker følelsen av at seeren og kringkasteren har noe til felles, og fellesskapet gjenspeiler ofte strømmerens holdning og verdier (Hamilton, Garreston og Kerne, 2014). Jo mer positiv erfaring medlemmene har i fellesskapet, jo større er deres følelsesmessige tilknytning til gruppen (Hamilton, Garreston og Kerne, 2014). Til syvende og sist kan gruppeidentitet og båndet med

kringkasteren som seeren får fra relasjonsbygging, føre til at spørsmålet om fellesskap blir både sosialt og para-sosialt.

## 4. Para-sosiale og sosiale elementer observert på Twitch

For å lære mer om forholdet mellom seere og kringkastere, har jeg observert direktesendinger på Twitch og analyserte kommunikasjonen mellom dem. Denne delen bruker en annen metode i forhold til tidligere studier av parasosiale interaksjoner i direktestrømming. Mens tidligere forskning har brukt eksperimentelle studier, spørreundersøkelser, intervjuer og litteraturanmeldelser (Woodcock og Johnson, 2019; Kowert og Daniel, 2021; McLaughlin og Wohn, 2021; Wulf, Schneider og Queck, 2021), har jeg gjennomført en tekstanalyse. Gjennom denne tilnærmingen fant jeg bevis for at Twitch er en av de første massemedieplattformene som muliggjør utvikling av sosiale relasjoner.

Fordi bevegelsen mot ansikt-til-ansikt interaksjoner er et mønster som har utviklet seg over mange år, kan det ikke identifiseres ut ifra korte klipp fra noen få direktesendinger. Men det som kan identifiseres er elementer som antyder kringkasterens gjengjeldelse av beundring eller hengivenhet, som kan indikere et sosialt forhold snarere enn et para-sosialt. Det inkluderer for eksempel spørsmål, donasjoner eller abonneringer, i tillegg til gjentatte meldinger. Eventuelle chat-meldinger som virker som et forsøk på nærhet vil bli notert, samt eventuell gjengjeldelse fra kringkasteren.

Elementer ved direktestrømming ligner sosial interaksjon varierer; noen av dem, som direkte henvendelse, kan observeres ved å se på en direktestrøm. Andre elementer slik som opplevelse av tilstedeværelse, kan kun antas. Denne tekstanalysen er begrenset fordi observasjoner av digitale meldinger gir en begrenset mengde informasjon om skribentens intensjoner og oppfatninger, men den tilgjengelige konteksten vil bli brukt til å trekke den rimeligste konklusjonen.

Denne undersøkelsen fokuserer på «Bare Prat»-kategorien på Twitch, som har det største potensialet for samhandling mellom seere og kringkastere. I motsetning til spillkategorien som allerede har blitt grundig undersøkt (Bådsvik, 2017; Taylor, 2018, Haug, 2022, har Bare Prat-kategorien blitt oversett. Kringkasterne i denne kategorien gir sin fulle oppmerksomhet til seerne og bruker tiden sin på å snakke med dem i sanntid, noe som er med på å styrke den

opplevde følelsen av fellesskap og nærhet mellom seer og kringkaster. Å studere denne typen direktestrøm kan avsløre hvordan seerne samhandler med kringkasterne og hvordan sosiale relasjoner utvikler seg i direktestrømmen.

Tre kringkasterne ble valgt for tekstanalysen. Valgprosessen innebar å velge den femtende kringkasteren på hovedsiden til Bare Prat-kategorien. Hvis de var opptatt med andre aktiviteter som matlaging eller musikk, ble den neste femte kringkasteren valgt. Analysen fokuserte på kringkasterne som kun snakket med chatten på tidspunktet for utvelgelsen. En timinutters del av samtalen ble skrevet ned og analysert, med start etter de første tjue minuttene hvis kringkasteren engasjerte seg i andre aktiviteter. Hvis kringkasteren refererte til en bestemt chat-melding, ble tiden registrert og meldingen ble funnet senere for analyse. Denne tilnærmingen var nødvendig ettersom mange streamere bruker Bare Prat-kategorien når direktestrømmen deres ikke passer inn i noen andre kategorier, noe som gjør det vanskelig å velge en bestemt type direktestrøm å analysere.

Den førstvalgte kringkasteren, omtalt som «F», er en Twitch-partner med 4000 følgere. De har et tett fellesskap på kanalen sin. Første direktestrøm, identifisert som «F1», fant sted 31. mars 2023. Den valgte delen varte fra 00:25:00 til 00:35:00. «F» pratet med seerne i omtrent to timer før de begynte å spille. Andre direktestrøm, «F2», fant sted 14. april 2023, og den analyserte delen varte fra 01:00:00 til 01:10:00. Tredje direktestrøm, «F3», fant sted 19. april 2023 og varte fra 00:50:00 til 01:00:00.

Den andre kringkasteren som ble valgt ut, omtalt som «M», er en Twitch-partner med en rundt 200.000 følgere. Dette er et større fellesskap sammenlignet med kringkaster «F». Den første direktestrømmen, identifisert som «M1», fant sted 5. mars 2023 og med den valgte delen fra 00:45:00 til 00:55:00. I løpet av denne strømmen samhandlet «M» med seerne i rundt en time før de startet opp et videospill. Den andre strømmen som ble valgt, referert til som «M2», skjedde 18. mars 2023, og varte i rundt 24 minutter med prat fra «M» før det gikk over til spilling. Den valgte delen startet omtrent kl. 00:05:00 og sluttet kl. 00:15:00. Den tredje direktestrømmen, «M3», fant sted 27. mars 2023. I løpet av denne direktestrømmen pratet «M» med seerne i nesten to og en halv time, og den utvalgte delen varte fra ca. 00:30:00 til 00:40:00.

Den tredje kringkasteren identifiseres som «B». Den første utvalgte direktestrømmen, «B1», fant sted 10. mars 2023. Den valgte delen varte fra 00:02:00 til 00:12:00 og hadde et

gjennomsnitt på rundt 3000 seere gjennom hele delen. Den neste direktestrømmen som ble valgt, «B2», fant sted 23. mars 2023. Den utvalgte delen startet fra 00:20:00 og sluttet kl. 00:30:00. Den hadde i gjennomsnitt rundt 1500 seere gjennom hele delen. Den siste utvalgte direktestrømmen, «B3», fant sted 9. april 2023, og den utvalgte delen varte fra 01:30:00 til sluttet 01:40:00. Strømmen hadde i gjennomsnitt rundt 2000 seere.

## 4.1 Para-sosiale elementer på Twitch

### 4.1.1 Bli lagt merke til: Donasjoner og abonneringer

Før man diskuterer sosiale aspekter på Twitch, er det viktig å erkjenne at plattformen fortsatt inneholder noen para-sosiale elementer. Donasjoner og abonneringer er unike funksjoner på Twitch, og ligner mer på en mediert interaksjon enn en sosial interaksjon. Som et virkemiddel for å tiltrekke seg kringkasterens oppmerksomhet kan disse funksjonene virke mindre autentiske og kan gi en usosial respons fra kringkasteren. Som en konsekvens gjør donasjoner og abonneringer Twitch mer mediert og mindre sosialt.

I løpet av direktestrøm F3 sendte en bruker to meldinger som skilte seg ut. I den første skrev vedkommende «Oi, han la merke til meg». Rett etterpå skrev vedkommende «Jeg har blitt oppdaget», etterfulgt av en overrasket emoji. Denne brukeren har status som V.I.P., noe som indikerer en viss kjennskap til «F». «F» bekreftet denne kjennskapet selv ved å bruke brukerens virkelige navn og hilse med "Hei, [navn], hei. Du har blitt sett!"

Kombinasjonen av denne kjennskapet og begeistring over å bli lagt merke til tyder på at disse meldingene var ment som en spøk. Det avslører imidlertid også et underliggende ønske om å bli lagt merke til og en oppfatning av at det å bli lagt merke til er en positiv og givende opplevelse. Denne dynamikken kan skape en følelse av avstand mellom seere og kringkastere, og opphøyer sistnevnte til noe uoppnåelig som kun anerkjenner noen få, heldige utvalgte. Selv om denne interaksjonen sannsynligvis var mellom venner, er dette ofte tilfelle på mer populære kanaler. Som et resultat av dette er det ikke alltid at direktestrømming gir den nærmeste tilgangen til en mediefigur.

I direktestrøm M3 skriver en bruker: «@M ohh beklager det jeg mente var at jeg gjør en coverlåt for deg for mitt ett års sub-jubileum.» «M» svarer overrasket: «lager du en

coverlåt?». Bruken av "@" er interessant i dette tilfellet. På Twitch er «@» en chatfunksjon som brukes til å varsle andre brukere når de blir nevnt direkte. Hvis for eksempel «Bruker1» sier «@Bruker2: Hei!», vil «Bruker2» få et spesielt varsel om meldingen. Men i dette tilfellet blir det brukt for «M», som ikke deltar i chatten slik andre seere gjør, men snakker til seerne gjennom webkamera.

I direktestrøm F1 sendte en bruker som var på det tidspunktet en 7-måneders abonnent, meldingen «God påske!» og ga deretter streameren 150 bits (digital valuta). «F» reagerte positivt på gaven og takket brukeren direkte. To minutter senere abonnerte de. Brukeren brukte tre forskjellige midler på under ett minutt. Det er tydelig at de har sterke følelser for «F». Kanskje ønsker de å bli lagt merke til, noe som også peker på en tilbedelseslignende avstand mellom dem og «F».

Seerne i «M» sin direktestrøm bruker også abonnementer og gaver av pengeverdi. Interessant nok ser antallet gaver og abonnementer ut til å øke etter at en gave blir lagt merke til. En bruker donerer, og «M» anerkjenner det og takker for donasjonen. Kort tid etterpå betaler en ny seer for å gi bort 25 abonnementer til andre seere. Som forventet anerkjenner «M» dette også. Umiddelbart etter det abonnerer en ny bruker. «M» anerkjenner det og sier takk. En annen bruker abonnerer på nytt like etter det. «M» leser chatten og sier: «Takk for abonnement i 12 måneder!». «M» leser videre og legger merke til flere abonnementer. "[Navn]! Takk for det nye abonnementet på 5 måneder!». At «M» legger merke til de fleste av disse abonnementene og anerkjenner dem, og at flere abonnementer strømmer inn etterpå, gir enda mer bevis på at en hovedmotivasjon bak å abonnere eller donere er å bli lagt merke til av kringkasteren. Hvis seeren prøver å bli lagt merke til av kringkasteren, prøver de å komme nærmere dem personlig.

Å gi bort abonnementer i gave til andre brukere er en interessant mekanisme. Det er en mindre direkte måte å gi til kringkasteren, ettersom det gir andre brukere muligheten til å abonnere i stedet for at brukeren betaler for abonnementet selv. For eksempel ber «M» vanligvis chatten om å takke giveren hvis de mottok et gaveabonnement. På overflaten ser det ut til å være en uselvvisk handling, ettersom giveren egentlig betaler for andres abonnementer, men det kan også gi oppmerksomhet på en annen måte. Giveren kan få oppmerksomhet fra kringkasteren for sin gavmildhet mot andre seere. Sannsynligheten for å bli lagt merke til når du abonnerer er høy, så det virker som om sannsynligheten for å bli lagt merke til for å gi

abonnemeter til andre vil være høyere. Giveren gjorde noe snilt, ikke bare for kringkasteren, men også for andre seere. Deres uselvskhet er todelt, noe som kan tjene dem ekstra takk fra kringkasteren.

Noen kringkastere er imidlertid ikke alltid villige til å ta imot gaver. Under en direktestrøm takket «B» høflig nei til gaver fordi det var helligdag, og oppfordret seerne til å spare pengene sine i stedet. Mens de fleste kringkastere tar imot gaver og uttrykker takknemlighet, kan «B» sitt avslag tyde en grad av omsorg og hengivenhet for seerne sine. Denne lille handlingen kan indikere at hen tar hensyn til seerne sine, selv om hen aksepterer donasjoner under andre direktestrømmer.

I dette tilfellet oppfører en kringkaster seg ikke takknemlig, men er høflig fortvilet over at folk bruker pengene sine på hen, og kommer med et budskap om at hen ikke er verdt gaver. Det er interessant fordi kringkastere som oftest takker seerne for slike gaver og tar imot dem. Ved å takke dem, er det underforstått at kringkasteren sier hen er verdt disse gavene. Men i dette tilfellet er ikke «B» det. I dette tilfellet, når hen oppfordrer seerne sine til å beholde pengene sine, antyder det likevel at hen bryr seg om dem. Hen viser vennlighet til seerne sine ved å avvise deres vennlighet, noe som er omstendelig måte gjøre det på. Hen kan ta imot donasjoner i andre strømmer, men på helligdager. Denne vennligheten kan være en liten indikasjon på hengivenhet for seerne.

Selv om kringkasteren kan føle en viss gjengjeldelse av hengivenhet til seeren, ligner det ikke en vanlig sosial interaksjon. Å gi noen penger kan få dem til å like deg mer i virkeligheten, men det skjer vanligvis ikke så ofte og regelmessig som på Twitch. Seerne kjøper ofte abonnemeter på en månedlig basis. Noe tilsvarende i virkeligheten ville vært å betale noen for å være vennen din eller gi dem penger hver gang du ser dem. Selv om det kan høres fjernt ut, er dette en type interaksjon som skjer på Twitch. Horton og Wohl skriver at gaver og fan-mail er en indikasjon på en vellykket illusjon av intimitet (s. 218), og i dette tilfellet ser det ut til at de har rett. Syvertsen og Enli (2020, som referert i Brinch, 2022) argumenterer for at autentisitet er å handle tro mot egne følelser, uten ytre motiver. Men hvis kringkastere kun liker seere fordi de gir dem gaver, er det ikke autentisk eller ekte fordi denne mekanismen ikke ligner virkeligheten og gir ytre grunner til å like noen. Det skjer kun fordi Twitch tilbyr en plattform og en mulighet for folk å beundre en mediefigur og streve etter oppmerksomhet og hengivenhet, og tilbyr penger som en vei til å oppnå det. Dette er en av måtene Twitch, som et medium, hindrer sosiale relasjoner i å utvikle seg.



## 4.2 Sosiale elementer på Twitch

### 4.2.1 Utmerkelser

Før man i det hele tatt ser på interaksjonene, kan man finne bevis på gjensidighet i brukerens chat-bragder. De vises i form av grafikk ved siden av brukernavnet når de sender en melding i chatten. Det finnes også moderatører for chatten, som kringkasteren velger å gi ansvaret for å overvåke chatten og rapportere eller utestenge upassende oppførsel. Moderatorstatus indikeres med et grønt sverd ved siden av brukernavnet. Det er også V.I.P.-status, en annen rolle gitt av kringkasteren. Den har ingen modererende makt, men gis vanligvis til personer kringkasteren kjenner, slik at de lett kan gjenkjenne dem i chatten. Alle med V.I.P.-status kan også overgå eventuelle chatbegrensninger som settes av kringkasteren, for eksempel å slå av muligheten for seerne til å dele lenker (Twitch Creator Camp). Det innebærer en viss tillit mellom kringkastere og seeren, fordi det forventes de ikke misbruker V.I.P.-privilegier. Denne tilliten indikerer et nært bånd mellom kringkaster og seer. Kringkastere bruker ofte VIP-rollen for utvalgte personer i chatten, noe som tyder på at Twitch gjør det mulig for slike utvikle nære relasjoner.

### 4.2.2 Individuell vs. felles henvendelser

Både individuell og felles henvendelse har implikasjoner for forholdet mellom kringkasteren og seeren som kan variere avhengig av omstendighetene. «M» bruker ofte felles henvendelser. Ved å kalle alle seerne for "chat" grupperes de sammen til en helhet og deres individuelle identitet blir borte. I tillegg bruker «M» ordet "vi" ofte. For eksempel skriver en bruker: "det ville være så gøy å se deg strømme Halo-kampanjen!". «M» svarer: "Ok, jeg skal få til å gjøre det, men vi må fullføre dette spillet først." Bruken av ordet "vi", med referanse til spillingen, antyder at de ser på seerne og seg selv som en gruppe. Fellesskapet til «M» har til og med en felles spilleliste. I direktestrøm M3 spør en bruker: "Slippes ikke [Navn] sin sang i dag?". «M» svarer: "Ja, sangen er ute, men jeg ville vente med å spille den. Den er i spillelisten vår nå så vi kan alle lytte til den sammen." Disse interaksjonene tyder på at «M» oppfatter en slags likhet mellom dem og seerne. Mens andre observasjoner har fokusert på seerens forhold til kringkasteren, er dette ordvalget et blick på den andre delen av det parasosiale forholdet. Selv om det er vanskelig å avgjøre i hvilken grad «M» kjenner hver enkelt

seer ut fra denne interaksjonen, er det tydelig at det foregår en form for gjensidighet. I dette tilfellet ser det imidlertid ut til å være spredt blant seerne, noe som legger mindre vekt på den enkelte seeren og peker på mindre gjensidighet enn denne interaksjonen ser ut til å ha på overflaten.

### 4.2.3 Stamgjestene

I «F» og «M» sine direktestrømmer var det noen få seere som dukket opp ofte og virket venn med kringkasterne. Disse seerne var alle abonnenter med moderator- eller V.I.P.-roller. Selv om de kanskje allerede hadde utviklet et sosialt forhold til kringkasteren, tydet samhandlingene og meldingene deres på et behov for mer interaksjon. «F» tiltalte noen seere med fornavn i stedet for brukernavn, noe som viser en viss grad av vennlighet og kjennskap. Hamilton, Garretson og Kerne (2014) intervjuet kringkastere om seerne sine og fant at faste seere knyttet sterkere bånd til kringkastere på grunn av deres faste tilstedeværelse på direktestrømmer. Ved å dukke opp regelmessig bygger de tillit og anerkjennelse blant andre stamgjester, noe som er vanskelig å utvikle på noen annen måte (s. 1321). Det er uvisst om disse stamgjestene er venner i virkeligheten eller om de har blitt kjent gjennom direktestrømmen. Andre brukere kan dukke opp like ofte, men stamkundernes spesielle status gjør at kringkasteren får lett øye på dem.

Regelmessige seere som dukker opp på en direktestrøm kan skyldes den faste timeplanen til kringkastere. Dette aspektet, som Horton & Wohl (1956) har påpekt, bidrar til det parasosiale. Selv på TV er en mediefigurs tilstedeværelse en regelmessig og pålitelig hendelse som man kan regne med, planlegge for og integrere i dagliglivets rutiner (s. 216). I slike direktestrømmene ser det ut til at flere seere dukker opp jevnlig. Ikke bare er seerne en konstant tilstedeværelse for kringkasteren, men direktestrømmen er også en konstant tilstedeværelse for seeren. Selv om vi ikke vet om disse faste seerne har en sosial eller parasosial relasjon til kringkasteren, kan regelmessigheten tolkes som en bevegelse mot umiddelbarhet. I virkeligheten kan folk se vennene sine regelmessig og på nettet ser disse seerne favorittstrømmerne sine regelmessig. Siden det har blitt etablert at sosiale relasjoner kan utvikle seg gjennom medier på nett, kan en annen vei til umiddelbarhet være utviklingen av sosiale relasjoner. Kanskje disse stamgjestene startet som tilfeldige seere, men ble underholdt av kringkasteren, fortsatte å vende tilbake og engasjere seg med dem, og jobbet for å utvikle en sosial relasjon over tid.

Det er vanskelig å fastslå graden av gjensidighet, men det tyder på at seere og mediefigurer kan danne sosiale relasjoner gjennom Twitch. Vanlige seere samhandler med kringkastere umiddelbart og regelmessig, med en følelse av gjensidighet. Mediet hindrer ikke forholdet, men legger til rette for det i stedet. Twitch muliggjør toveis interaksjon som ligner på umediert, ansikt-til-ansikt interaksjon og skaper sosiale relasjoner. Twitch tilbyr det nærmeste vi kommer virkeligheten og gjør det mulig å danne sosiale relasjoner.

#### 4.2.4 Komplimenter

En enkel måte å få svar fra en kringkaster ser ut til å være å gi dem komplimenter. Basert på bevisene fra de observerte direktestrømmene ser de ut til å være en strategi for seerne for å fange en kringkasters oppmerksomhet. Disse interaksjonene kan enten være sosiale eller para-sosiale, avhengig av seerens intensjoner.

Alle de observerte kringkasterne fikk komplimenter i minst én av direktestrømmene sine. I direktestrøm F3 leser «F» en chat-melding fra en av disse seerne, som sa «vel, du ser bra ut i alle lys». Hen ler og adresserer meldingen, men bruker seerens brukernavn: «Stopp, nei, [Navn], det er løgn. Spesielt når det kommer fra deg.» Det indikerer et nivå av fortrolighet. I direktestrøm F1 sier en bruker: «Hei! Antrekket ditt ser så bra ut. Hvem er den kjekke karen?» Senere skriver en annen bruker: «Det har allerede blitt sagt, men verdt å gjenta: Du ser ut som en tøff jeger. 11/10.» «F» svarte på begge complimentene, noe som tyder på at komplimenter kan være en effektiv garanti for et svar. Det faktum at en av brukerne gjentok noe som allerede hadde blitt uttrykt i chatten peker mot et mulig ønske om å bli lagt merke eller snakket til. Interaksjoner indikerer et ønske om sosial nærhet, og dette ser ikke ut til å være noe unntak. «M» får også flere komplimenter. I direktestrøm M2 skriver en bruker: «Dette har sikkert blitt sagt flere ganger enn man kan telle, men du er en flott person, M!» «M» leser meldingen høyt og svarer: «Takk, [Navn], det er veldig snilt av deg.» «B» mottar også flere komplimenter. I direktestrøm «B1» skriver en bruker: «Du ser søt ut i dag.» I direktestrøm B2 skriver en annen bruker: «Du ser helt nydelig ut selv uten sminke.»

Et interessant fellestrekk mellom komplimenter og pengegaver er begge disse tingene tvinger kringkasteren til å takke seeren. På en måte er de en mulighet for å få kringkasteren til å svare, selv om det kanskje er kort. Eller kanskje seeren vil at kringkasteren skal føle

takknemlighet overfor dem. Denne takknemligheten er en positiv følelse som de kanskje prøver å få kringkasteren til å føle overfor dem. Uansett prøver seeren å få i gang en samtale med dem. Slike interaksjoner er spesielt attraktivt for seeren fordi det kan gi dem en følelse av at kringkasteren gjengjelder deres følelser. Både komplimenter og pengegaver tyder på at seeren prøver å komme nærmere kringkasteren sosialt.

Som diskutert tidligere kan imidlertid donasjoner og abonnementer utgjøre en knekk i fasaden til kringkasterens autentisitet, noe som kan minne seerne om at kringkasteren kanskje egentlig ikke ønsker å være i nærheten av dem. På en annen måte kan seeren føle seg mindre nær kringkasteren, og ønsket om å komme nær dem forsvinner. Likevel donerer og abonnerer seerne fortsatt. Komplimenter ser ut til å være seere som prøver å få kringkasternes oppmerksomhet og positive følelser overfor dem, i likhet med donasjoner. Men hvis det bare er en måte for seerne å få oppmerksomhet fra kringkasteren, er de ikke autentiske handlinger, og er dermed mer para-sosiale enn sosiale. Siden det ikke er mulig å vite om seeren mener dem eller ikke, kan de imidlertid være ekte komplimenter som indikerer faktiske følelser av nærheten mellom seeren og kringkasteren. I motsetning til pengedonasjoner skjer komplimenter naturlig i umedierte samtaler. Til syvende og sist ser det ut til at komplimenter kan være enten sosiale eller para-sosiale. Muligheten for at de kan være sosiale eksisterer fortsatt, noe som betyr at Twitch gir rom for sosial, snarere enn para-sosial, interaksjon.

#### 4.2.5 Felles interesser

På samme måte som Twitch gir brukere mulighet til å bli kjent med kringkasteren og omvendt, gir det de to partene mulighet til å knytte bånd over felles interesser. Under direktestrøm M3 diskuterte «M» og noen seere sin lidenskap for Ringenes Herre. «M» uttrykte begeistring for den nye TV-serien og innrømmet at hen ikke hadde sett Hobbiten-filmene. En annen bruker ble overrasket dette, og «M» avslørte at hen ofte så filmene om igjen.

På direktestrøm M1 spurte en bruker «M» om hun var interessert i noen Halo-spill. «M» spurte om spillets innhold og handling, og andre brukere roste den som gøy og episk. «M» vurderte å spille det, men var usikker på grunn av lite fremgang i spillet hen spilte under direktestrømmen. En bruker foreslo å strømme Halo-spillene, og «M» gikk med på å gjøre det etter å ha fullført det hen holdt på med for øyeblikket.

«M» og seerne deler felles interesser i film og videospill, og skaper et sosialt rom på Twitch der de kan knytte nærmere bånd og diskutere interessene sine. Denne felles interessen styrker fellesskapsfølelsen og gruppetilhørighet mellom seerne og kringkasteren. Muligheten for toveis samtale på Twitch skaper en arena for vennlighet, som interne vitser og morsomme samtaler. Disse samtalene viser at Twitch kan være et sosialt rom snarere enn et rent para-sosialt rom.

#### 4.2.6 Vitser

I direktestrøm M2 kunngjør «M» en toalettpause. En ny bruker i chatten spøker: «Bare ikke gå deg vill», og «M» erter tilbake: «Kanskje jeg gjør det, man vet aldri.» Dette indikerer et vennskapelig forhold mellom seeren og kringkasteren, selv om de kanskje ikke kjenner hverandre godt i virkeligheten. I direktestrøm B1 spøker «B» med en seer som hun hevder ikke husker henne, noe som tyder på at de kan ha møtt hverandre før og muligens har et vennskap.

Disse interaksjonene er eksempler på hvordan interaksjoner i direktesendinger kan virke mer sosiale enn para-sosiale. Seerne kan oppføre seg som om de kjenner kringkasteren, og kringkasteren kan spille sammen med dem. Det er imidlertid fortsatt en grunnleggende maktubalanse mellom kringkasteren og seeren som kjenner ut det para-sosiale forholdet. Den umiddelbare interaksjonen i direktesendinger gjør at de føles mer intime enn asynkrone interaksjoner på sosiale medieplattformer, men den para-sosiale karakteren av forholdet består.

#### 4.2.7 Avskjeder

I «F» sine direktestrømmer annonserer brukerne ofte at de drar, noe som indikerer en opplevd nærhet mellom seer og strømmer. Dette mønsteret er ikke sett i «M» eller «B» sine direktestrømming, noe som tyder på at «F» kan ha en sterkere følelse av tilstedeværelse på grunn av sin mindre publikumsstørrelse. Avskjedene kan tyde på en viss gjensidighet mellom seer og kringkaster, men Twitch mangler fortsatt ekte sosial interaksjon.

Likevel er avskjeder et bevis på at seeren føler seg sett av kringkasteren. Det antyder at det kan være en viss gjensidighet. Riktignok kjenner kringkasteren sannsynligvis ikke seeren like

godt som seeren kjenner dem, men å anerkjenne en seers tilstedeværelse er et skritt i retning av gjensidighet. Følelsen av tilstedeværelse som er tydelig i disse farvelene antyder at Twitch skaper en følelse av tilstedeværelse, som også eksisterer i umedierte, sosiale interaksjoner. Selv om det fortsatt kan være mediert ettersom seeren ikke er fysisk til stede sammen med kringkasteren. Av denne grunn ser avskjeder ut til å antyde at Twitch ligner noe på det sosiale, definitivt mer enn andre plattformer, men fortsatt para-sosialt. Twitch nærmer seg det sosiale, men igjen når det ikke.

#### 4.2.8 Fravær

Mens avskjeder kan indikere at seeren føler seg sett av kringkasteren, kan kringkasterens fravær under en direktestrøm tilby mer bevis på motivasjonen for å sende chat-meldinger. I løpet av direktestrøm M2 forlater «M» i omtrent tre minutter og lar seerne chatte på egen hånd. Denne direktestrømmen er den eneste der kringkasteren forlater i et øyeblikk. Uten at «M» er til stede, kan seerne få en svakere følelse av kringkasterens fysiske tilstedeværelse. I chatten sender seerne mange emojis i stedet for skriftlige meldinger. Dette tyder på at det primære formålet med å skrive meldinger kan være å snakke med «M» eller få deres oppmerksomhet. En annen motivasjon for skriftlige meldinger kan være for seerne å snakke med hverandre, men uten kringkasteren til stede så dette også ut til å stoppe opp. Når «M» kommer tilbake, fortsetter de skriftlige meldingene.

### 4.3 Oppsummering og betydning av tekstanalysen

Denne observasjonen av interaksjoner mellom seere og kringkastere utvider forholdet mellom seer og mediefigur ved å utforske hvilke typer interaksjoner som virker sosiale eller bidrar til det sosiale, og hvilke som fortsetter å være para-sosiale. Tekstanalysen identifiserer flere mønstre som dukket opp i mange samhandling, slik som vitser, komplimenter og direkte og felles henvendelser. Alle disse typene av samhandling indikerer seerens følelse av nærhet til kringkasteren, men det som er mest betydningsfullt for denne oppgaven generelt sett er kringkasterens gjengjeldelse av denne nærheten. Denne gjengjeldelsen ble funnet i kringkasternes tendens til å ha nære relasjoner til sine faste seere. Dette har implikasjoner for forskning på forholdet mellom seere og mediefigurer generelt sett, i den forstand at sosiale relasjoner mellom seere og mediefigurer er mulig på medieplattformer der de tidligere kun har vært para-sosiale. Dette er viktig fordi vi nå ser for første gang at sosiale forhold utvikler

seg mellom seere og mediefigurer som tidligere har vært fjerne idoler. Direktesending ser ut til å redusere avstanden og bringe kringkasterne nærmere sine seere.

Resultatet fra tekstanalysen ser ut til å antyde at sosiale relasjoner kan oppstå gjennom et medium. Et av de viktigste funnene fra tekstanalysen er kringkasterens tendens til å ha nære relasjoner med sine faste brukere. Disse relasjonene gir et første innblikk i hvordan direktestrømming på Twitch kan fremme sterke sosiale relasjoner. Dette er viktig fordi det gir bevis for at medierte interaksjoner fortsatt kan fremme sosiale relasjoner mellom en seer og en mediefigur de beundrer på skjermen. Medier før direktestrømming på Twitch, som fjernsyn og sosiale medier, tillater ikke at slike relasjoner utvikler seg. Så i stor skala er Twitch kanskje ikke veldig sosialt. Men det faktum at forholdet mellom sosiale seere og mediefigurer utviklet seg, selv om det er få, er fortsatt viktig. Twitch ser ut til å ha større potensial for sosiale relasjoner enn noen annen form for media.

## 5. Konklusjon

Det har lenge vært en forståelse av at massemedier kun kan opprettholde para-sosiale forhold mellom seere og mediefigurer de beundrer. Den ensidige karakteren til det para-sosiale er spesielt tydelig med fremveksten av interaksjoner i massemedier; fans kan enkelt kontakte favorittkjendisen sin og uttrykke sin takknemlighet for dem. Det var imidlertid få muligheter for mediefiguren å gjengjelde denne beundringen. Direktestrømming har endret denne oppfatningen og gir seerne muligheten til faktisk å snakke med og knytte bånd til kringkasteren de beundrer. Basert på funnene fra denne oppgaven skaper direktestrømming på Twitch muligheter for å utvikle sosiale relasjoner fordi det nærmest tilsvarer umedierte interaksjoner. Det para-sosiale kan nå sitt endelige mål om å bli sosialt. Massemedier er ikke lenger noe som kun skaper det para-sosiale. I stedet gir rom det for mennesker til å knytte bånd og danne meningsfulle, sosiale relasjoner.

Paradokset til remediering som Bolter & Grusin (1999) beskriver, innebærer at virkeligheten aldri kan gjenskapes helt gjennom et medium. De skriver at på samme måte som hypermedier streber etter umiddelbarhet, ender digitale teknologier av umiddelbarhet alltid opp med å være remedieringer, selv om, eller nettopp fordi, de ser ut til å benekte mediering (s. 54). Med andre ord, ved å forsøke å gjøre ting *mindre* medierte, ender man alltid opp med å gjøre dem *mer* medierte. Bolter & Grusins (1999) foreslåtte ønske om virkelighet tilsier at total og

nøyaktig reproduksjon av virkeligheten er nødvendig for at enhver interaksjon i det hele tatt skal komme i nærheten av å være sosial eller umediert.

Ut ifra Bolter & Grusin (1999) sitt arbeid kan Twitch anses som et mislykket forsøk på å oppnå fullstendig virkelighet. Likevel er direktestrømming i nærheten av å være umediert uten å være det helt, og fostrer fortsatt sosiale bånd. Dette tyder på at total virkelighet ikke er nødvendig for å utvikle sosiale relasjoner gjennom et medium. På grunn av de nære båndene det pleier å skape, selv om de kanskje er få, bør det betraktes som en suksess. Det er et skritt mot det fullstendig sosiale og det nærmeste som finnes hittil. Så selv om det fortsatt er en viss avstand mellom kringkasteren og seeren, er Twitch fortsatt en viktig medieplattform. Dette tyder på at medier fortsatt kan være effektive på å skape sosiale bånd, til tross for dens tidligere historie med utelukkende para-sosiale tilknytninger.

Twitch er en av de første medieplattformene som skaper sosiale bånd på grunn av sin nærhet med umedierte interaksjoner. Av den grunn er Twitch ikke bare en populær plattform, men også et effektivt verktøy. Twitch kan brukes (og blir allerede brukt) til å dra nytte av ønsket om å skape flere nære bånd, og skape dem mellom mediefigurer og deres publikum. Politiske ledere og deres velgere, motivasjonstalere og deres lyttere, influensere og deres tilhengere o.l. kan alle dra nytte av dette mediet.

Gjennom å observere interaksjoner på Twitch er det tydelig at selv om det er en viss mulighet for sosial interaksjon, er det fortsatt mer å gjøre for å oppnå masseinteraksjon ansikt-til-ansikt. Foreløpig bør Twitch brukes til å tilfredsstille ønsket om virkelighet og sosial nærhet til mediefigurer, som seerne så ofte beundrer gjennom skjermen. De som ønsker sosiale relasjoner med mediefigurer, kan kanskje finne dem gjennom et nettverk av chat-meldinger og direktesendinger. Hvis seerne er ute etter underholdning og en ny venn, bør de ikke lete lenger enn til direktestrømming på Twitch.



## 6. Referanser

Ask, K., Spilker, H. S. og Hansen, M. (2019) The Politics of User-Platform Relationships: Co-Scripting Live-Streaming on Twitch.tv, *First Monday*, 24(7). doi: 10.5210/fm.v24i7.9648

Berrones, A. (2016) "Announcing: IRL, Mobile Broadcasting, and Updated Community Guidelines," *Twitch Blog*, 15. desember. Tilgjengelig fra: <https://blog.twitch.tv/en/2016/12/15/announcing-irl-mobile-broadcasting-and-updated-community-guidelines-6833dcac8012/> (Hentet: 15. mai 2023).

Bolter, J. D. og Grusin, R. A. (2000) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

Business Wire (2012) "Sony Online Entertainment and Twitch Invite Players to Share Their Most Epic Gaming Experiences With First-Ever in-Game Direct Live Streaming Integration in Upcoming Video Game PlanetSide®2" *Business Wire*, 2. november. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20121102005237> (Hentet: 15. mai 2023).

Bådsvik, J. B. (2017) *Hvorfor spiller de ikke bare selv? Bruksmønster, relasjoner og forståelse av nettkultur tilknyttet direktesendt videokringkastingsplattformen Twitch.tv*. Masteroppgave. Universitetet i Bergen.

Hamilton, W. A, Garretson, O. og Kerne, A. (2014) Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media, *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: Association for Computing Machinery, s. 1315-1324. doi: 10.1145/2556288.2557048a

Hartmann, T og Goldhoorn, C (2011) Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction, *Journal of Communication*, 61(6), s. 1104-1121, doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x

Harper, D. (2015) "Etymology of Immediate" *Online Etymology Dictionary*. Tilgjengelig fra: <https://www.etymonline.com/word/immediate> (Hentet: 15. mai 2023).

Haug, A. J. (2022) «It's not manufactured, it's raw. You can't manufacture yourself». En undersøkelse av Twitch som ny arena for mediert autentisitet. Masteroppgave. NTNU.

- Horton, D. og Wohl, R. (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance, *Psychiatry*, 19(3), s. 215-229. doi: 10.1080/00332747.1956.11023049
- Isolatus, P. (1998) Television Performance as Interaction. *Nordicom Review*. 19(1), s. 175-184. Tilgjengelig fra: <https://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1534604&dswid=1634> (Hentet 15. mai 2023)
- Kowert, R. og Daniel, E. (2021) The One-and-a-Half Sided Parasocial Relationship: The Curious Case of Live Streaming, *Computers in Human Behavior Reports*, 4. doi: 10.1016/j.chbr.2021.100150
- McLaughlin, C. og Wohn, D. Y. (2021) Predictors of Parasocial Interaction and Relationships in Livestreaming, *Convergence*, 27(6), s. 1714-1734. doi: 10.1177/13548565211027807
- McQuail, D., Blumler, J. G. and Brown, J. R. (1972) The television audience: A revised perspective, i McQuail, D. (red.) *Sociology of Mass Communications: Selected Readings*. Middlesex: Penguin, s. 135-165.
- Moorier, B. (2015) "Introducing Twitch Creative," *Twitch Blog*, 28. oktober. Tilgjengelig fra: <https://blog.twitch.tv/en/2015/10/28/introducing-twitch-creative-fbfe23b4a114/> (Hentet: 15. mai 2023).
- Robertson, T. (2018) "Introducing Tags and New Categories: New Ways to Discover Streamers on Twitch," *Twitch Blog*, 26. september. Tilgjengelig fra: <https://blog.twitch.tv/en/2018/09/26/introducing-tags-and-new-categories-new-ways-to-discover-streamers-on-twitch-33744ef7b04f/> (Hentet: 15. mai 2023).
- Taylor, T. L. (2018) *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton: Princeton University Press.
- Thompson, J. B. (1995) Social Theory and the Media, i Crowley, D og Mitchell, D (red.) *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press, s. 27-49.
- Twitch Creator Camp, *Moderator på Twitch*. Tilgjengelig fra: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/no-no/paths/going-live/moderation-and-safety/> (Hentet 15. mai 2023).

Woodcock, J. og Johnson, M. R. (2019) The Affective Labor and Performance of Livestreaming on Twitch.tv. *Television & New Media*, 20(8), s. 813-823. doi: 10.1177/1527476419851077

Wulf, T., Schneider, F. M. og Queck, J. (2021) Exploring Viewers' Experiences of Parasocial Interactions with Videogame Streamers on Twitch. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(10), s. 648-653. doi: 10.1089/cyber.2020.0546