

Przemysław Ciszek

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

ORCID ID: 0000-0003-0203-3810

e-mail: p.ciszek@ujk.edu.pl

Multimodalność komunikacji na polskich streamach z gier wideo w serwisach YouTube i Twitch

ABSTRAKT

Oglądanie transmitowanej na żywo rozgrywki w gry wideo jest obecnie bardzo popularną formą aktywności w internecie. Głównymi serwisami, które to umożliwiają, są Twitch i YouTube. Dzięki nim praktycznie każdy, kto ma dostęp do podstawowych środków technicznych może pokazywać innym osobom jak gra i komentować to, co dzieje się na ekranie. Artykuł zawiera charakterystykę serwisów streamingowych oraz krótko opisuje, kim są streamerzy i ich widzowie. Przedstawia też zróżnicowanie form przekazu będących częścią komunikacji na streamach z gier wideo. W trakcie transmisji autor komunikuje się z widzami na wiele sposobów – poprzez grę, kamerkę, swój głos i wiadomości na czacie. Modusy wizualne łączą się z audialnymi, co powoduje wzmocnienie przekazu i tworzy specyficzne środowisko komunikacyjne. Opisujący w tekście dwaj polscy streamerzy stosują wszystkie kanały komunikacji typowe dla tej działalności, ale różni ich specyfika kontaktu z widzami i gry które transmitują.

SŁOWA KLUCZOWE: komunikacja, gry wideo, Twitch, YouTube, nowe media

Wprowadzenie

Streamowanie, czyli transmisje wideo na żywo, pojawiło się w świecie gier elektronicznych stosunkowo niedawno, gdyż przez wiele lat główną przeszkodą była niska przepustowość łącza internetowych. Nie pozwalała ona na przesyłanie obrazu w wysokiej jakości z odpowiednią płynnością. W ostatnich latach stało się to możliwe także w Polsce, która posiadała dotąd przestarzałą infrastrukturę teleinformatyczną.

Formą poprzedzającą streamowanie rozgrywek były filmy typu *let's play* zwane niekiedy po polsku „zagrajmy”, choć częściej używana jest oryginalna nazwa. Transmisje na żywo mają z nimi cechy wspólne. Przede wszystkim jest to koncentracja na rozgrywce, której obraz stanowi centralny element filmów tego

typu. Drugą właściwością jest głosowy komentarz twórcy, którego twarz jest zazwyczaj widoczna w jednym z rogów ekranu. Komentarz ten jest najczęściej zabawny w swej wymowie i ma zachęcać widzów do oglądania, pisania na czacie i ewentualnego wpłacania datków dla autora. Streamy i filmy typu *let's play* to podstawowe i najpowszechniejsze treści wideo w internecie dotyczące gier elektronicznych. Wynika to z faktu, że nie wymagają od twórcy specjalnego przygotowania i mogą być realizowane niejako przy okazji grania. Filmy dotyczące gier występują w bardzo wielu rodzajach i można by im poświęcić osobne opracowanie. Najważniejsze typy *offline*, czyli nie będące streamami to filmy *let's play* z dołączonym komentarzem twórcy oraz *walkthrough* (mające charakter poradnikowy) i *longplay*, ukazujące rozgrywkę w całej gry, od początku do końca.

Celem artykułu jest przedstawienie specyfiki streamów z gier wideo w serwisach YouTube i Twitch oraz komunikacji, która składa się z kilku elementów (modusów). Tworzą one łącznie specyficzne środowisko komunikacyjne, będące czymś, co nie występowało wcześniej w świecie mediów. Skoncentrowano się na wymianie informacji streamer↔widz, pomijając komunikację pomiędzy widzami transmisji. Jako przykładowych twórców wybrano po jednym popularnym polskim streamerze z omawianych serwisów i przestawiono ich strategię komunikacyjną.

Streaming jest coraz częściej celem zainteresowań badaczy mediów, ale zazwyczaj koncentrują się oni na takich aspektach jak rozgrywka i widzowie. Znacznie rzadziej analizom podlega sam proces komunikacji i jego części składowe.

Serwisy streamingowe

Źródła internetowych transmisji na żywo sięgają lat 90. XX w., kiedy internauci starali się prowadzić wideorozmowy za pomocą dostępnych wówczas środków technicznych¹. Jakość obrazu była bardzo niska, ale nie przeszkadzało to pionierom w komunikowaniu się w ten sposób – była to namiastka technologii znanych od dawna z filmów i seriali science fiction. Niektórzy szli o krok dalej i transmitowali swoje prywatne życie. Jednym z najsłynniejszych był Mitch „DotComGuy” Maddox, który spędził cały 2000 rok nie wychodząc z domu i zamawiając wszystkie potrzebne rzeczy przez internet². Jednocześnie streamował podgląd z mieszkania w sieci.

Serwis YouTube został założony w lutym 2005 roku przez trzech byłych pracowników firmy PayPal. Jego celem było ułatwienie umieszczania amatorskich filmów w sieci. Już w 2006 roku YouTube został przejęty przez Google za 1,65 mld

¹ T. L. Taylor, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton University Press, Princeton 2018, s. 31-32.

² *Dot Com Guy returns to the real world*, <https://www.theguardian.com/media/2001/jan/02/newmedia> (18.02.2020).

dolarów. Jak pokazały następane lata, był to zakup niezwykle opłacalny. Popularność, jaką osiągnął serwis, dobrze obrazuje fakt, że w 2019 r. użytkownicy spędzali około miliard godzin dziennie na oglądaniu treści wideo w serwisie³. Daje to zawrotną liczbę ponad 114 tysięcy lat na każdą dobę. Serwis posiadał od początku kilka cech, które stanowiły o jego wyjątkowości: możliwość zamieszczania komentarzy, prostotę obsługi, łatwe umieszczanie filmów w kodzie innych stron www, mechanizm sugerowania filmów mogących zainteresować widza⁴.

Obecnie YouTube to niemalże monopolista wśród serwisów oferujących zamieszczanie wideo. Istnieją także inne, takie jak Vimeo czy Dailymotion, ale nie zyskały dużej popularności wśród zwykłych użytkowników internetu.

Popularność streamów na żywo gwałtownie wzrastała wraz z rozwojem platformy Twitch.tv, która od swojego powstania w 2011 roku, stopniowo zyskiwała uznanie. Obecnie jest niekwestionowanym liderem przesyłania materiałów *live* z gier wideo. Konkurencją dla tego serwisu stara się być YouTube, który umożliwił streamowanie pod koniec 2013 roku. Początki serwisu Twitch sięgają 2005 roku, kiedy uruchomiono stronę Justin.tv. Użytkownicy mogli transmitować dzięki niej różnorodne treści w prosty sposób do nieograniczonej liczby osób. Usługa była darmowa, a oglądanie nie wymagało rejestracji użytkownika⁵. Transmisje, które potencjalnie mogły zawierać obraźliwe treści, były dostępne tylko dla zarejestrowanych osób w wieku powyżej 18 lat. Streamy zawierające obraźliwe słowa, pornografię lub naruszenie praw autorskich lub zachęcające do działania w sposób kryminalny były w serwisie zabronione. Obecnie hasłem Twitcha jest „Nie poprzestawaj na oglądaniu, dołącz do nas”. Zachęca ono tym samym do samodzielnego transmitowania rozgrywek. W sierpniu 2014 roku koncern Amazon wykupił Twitch Interactive za 970 milionów dolarów w gotówce⁶.

W ciągu całego 2019 roku transmisje w czterech wiodących serwisach streamingowych oglądano łącznie przez prawie 13 miliardów godzin, co daje po przeliczeniu ponad 1,4 miliona lat⁷. Najwięcej, bo aż 73% z tego czasu należy do Twitcha. Jego użytkownicy to głównie osoby w wieku od 18 do 34 lat (55). Znaczną większość stanowią mężczyźni (aż 81,5%)⁸.

³ <https://www.youtube.com/about/press> (18.02.2020).

⁴ J. Burgess, J. Green, *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 23.

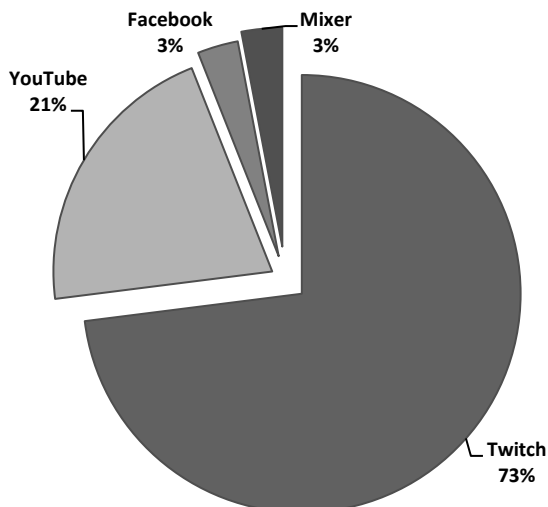
⁵ J. Cook, *Twitch Founder: We Turned A 'Terrible Idea' Into A Billion-Dollar Company*, <https://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10?IR=T> (18.02.2020)

⁶ E. Kim, *Amazon Buys Twitch For \$970 Million In Cash*, <https://www.businessinsider.com/amazon-buys-twitch-2014-8?IR=T> (18.02.2020).

⁷ *State of the Stream 2019*, <https://cdn.streamelements.com/static/State-of-Stream-2019.pdf> (18.02.2020).

⁸ *25 Useful Twitch Statistics for Influencer Marketing Managers*, <https://influencermarketinghub.com/25-useful-twitch-statistics> (18.02.2020).

Wykres 1. Serwisy streamingowe wg liczby oglądanych godzin w 2019 roku



Źródło: Raport *State of the Stream 2019*, <https://cdn.streamelements.com/static/State-of-Stream-2019.pdf> (18.02.2020)

Oprócz tych dwóch platform coraz więcej widzów i streamerów korzysta z serwisu Mixer, który rozpoczął działalność w styczniu 2016 roku pod nazwą Beam. Ponad pół roku później został zakupiony przez Microsoft i zmienił nazwę na obecną. Ponadto streamowanie oferuje także Facebook, ale jest to tylko jedna z jego dodatkowych funkcji, która nie cieszy się dużą popularnością w porównaniu do konkurencyjnych metod.

Streamerzy i ich widzowie

Podobnie jak letsplayerzy i inni youtuberzy, osoby transmitujące rozgrywkę z komentarzem głosowym, często posiadają pewne cechy charakteru i osobowości, które ułatwiają im nawiązywanie dobrego kontaktu z widzami. Pożądaną cechą jest poczucie humoru i zdolności aktorskie, które zapewnią rozrywkę publiczności i utrzymają ją przy ekranie. Wskazana jest także konsekwencja, gdyż budowanie bazy widzów trwa zazwyczaj długo⁹. Jedną z ważnych umiejętności jest także dobre opanowanie danej gry, tak aby zaimponować swoim widzom i nie narażać się na potencjalnie kompromitujące wpadki.

⁹ *The Qualities of a Successful Streamer*, <https://medium.com/powerspike/the-qualities-of-a-successful-streamer-15a0ddceaf30> (18.02.2020)

Autorów streamów można najogólniej podzielić na dwie podstawowe grupy:

- a. pasywnych streamerów – osoby należące do tej grupy grają w grę tak jak zwykle, a przy okazji transmitują rozgrywkę. Streamerzy charakteryzujący się pasywną postawą nie inwestują w dodatkowy sprzęt, ale posługują się tym, co jest już dostępne w ich komputerach. Nie budują też wokół siebie społeczności¹⁰.
- b. aktywnych streamerów – transmitują swoją rozgrywkę regularnie i często korzystają z dobrej jakości sprzętu oraz dodatkowego oprogramowania. Osoby te angażują się w swoją działalność i tworzą wizerunek medialny oparty na komunikacji z widzami i innymi streamerami. Budują wokół siebie także społeczność fanów. Często są też bardzo dobrymi graczami.

Ta druga grupa to zazwyczaj profesjonalści, którzy traktują swoją działalność bardzo poważnie, często zarabiając przy tym duże pieniądze. Stanowią oni elitę, do której aspirują rzesze młodych streamerów. Streamerzy są ważni nie tylko dla fanów gier wideo, ale stają się coraz bardziej istotnym elementem maszyny marketingowej gier wideo – zdaniem A. Walkera:

„Gra może być zaprojektowana przez zespół programistów i dystrybuowana przez wydawcę, ale obecnie streamerzy - z których większość zarabia na tym niewiele lub nie zarabia wcale - są marketerami, których transmisje zwracają uwagę na nowy produkt; są też jego testerami, gdyż nagrania doświadczeń związanych z grą prowadzą do przyszłych ulepszeń produktu [...]”¹¹.

Autorzy streamów wykonują także specyficzny rodzaj pracy zwany niekiedy *playbor*, który jako pierwszy scharakteryzował Julian Kücklich¹². Użył go w kontekście twórców modyfikacji do gier, ale znajduje on także inne zastosowania. W ostatnich latach nastąpiło pewne przekształcenie zwykłej zabawy grami właśnie w „zabawo-pracę”, czy pracę ludyczną (*Judiclabor*). Nie nastąpiło to od razu, ale w kilku etapach: pierwszym była zwykła rozgrywka, która przeistoczyła się w ‘tworzenie rozgrywki’, czyli proces twórczy. Kolejnym było sprawienie, by na rozgrywce można było zarabiać, do czego służą zróżnicowane metody. Mogą to być donacje od widzów, płatne subskrypcje i inne formy bezpośredniego i pośredniego wspierania finansowego. Finalnie gracz może uczynić z tego swój zawód, co opisali M. R. Johnson i J. Woodcock w artykule dotyczącym profesjonalnych twórców na Twitchu¹³. Dla części osób jest to wręcz pełnoetatowa praca, dzięki której zarabiają wystarczająco dużo pieniędzy, aby móc się utrzymać.

¹⁰ A. Walker, *Watching Us Play: Postures and Platforms of Live Streaming*, „Surveillance&Society” 2014, nr 3, s. 439.

¹¹ *Ibidem*, s. 438.

¹² J. Kücklich, *Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry*, „fibreculture” 2005, issue 5. http://journal.fibreculture.org/issue5/kücklich_print.html (22.05.2020)

¹³ J. Woodcock, M. R. Johnson, *It’s like the goldrush: the lives and careers of professional video gamestreamers on Twitch.tv*, „Information, Communication and Society” 2017, nr 3, s. 336-351.

Autorzy streamów mogą wchodzić niekiedy w rolę recenzentów. Mają przewagę nad recenzjami zamieszczonymi w prasie, na portalach i w filmach na YouTube, gdyż w trakcie streamu widzowie mogą zapytać na żywo o dany aspekt gry. Johnson i Woodcock¹⁴ zwracają jednak uwagę, że streamerzy nie są zawodowymi dziennikarzami oraz że taka prezentacja gry ma swoje minusy: widz obserwuje tylko fragment gry i na tej podstawie buduje swoją opinię oraz może paść ofiarą tzw. „spojlerów”¹⁵. Ponadto zawodowi recenzenci są zazwyczaj bardziej rzetelni i bezstronni.

Widzowie streamów z gier wideo mogą przejawiać wiele różnych postaw odnośnie tej aktywności. Zasadniczo ich celem jest rozrywka, ale może ona łączyć się z innymi motywacjami. Osoba w typie „ciekawskiego” ogląda streamy, aby zdobyć nowe, nieznane wcześniej informacje na temat gry. Z kolei „asystent” – pełni rolę pomocniczą dla autora filmu i stara się dawać wskazówki dotyczące gry. Wielu widzów bywa także po prostu przypadkowymi obserwatorami¹⁶. Od tego, jaki rodzaj reprezentuje dany widz, zależą także jego strategie komunikacyjne na czacie towarzyszącym streamowi. Osoba oglądająca transmisję z przypadku będzie mniej skłonna do wysyłania wiadomości niż fan danego twórcy lub entuzjasta danej gry.

Konsumpcja streamów została scharakteryzowana przez chińskich badaczy następująco:

„Konsumpcja w kontekście transmisji na żywo to wielowymiarowa konstrukcja, składająca się m.in. z ciągłego oglądania, subskrypcji i darowizn. Gdy osoby dokonują płatności lub darowizny w kontekście transmisji na żywo, zwykle nie otrzymują bezpośrednich, wymiernych korzyści materialnych”¹⁷.

Darowizny, czyli tzw. „donejty” nie są jednak powszechną praktyką, gdyż większość widzów transmisji z gier nie przekazuje pieniędzy streamerom. Niektórzy nie posiadają nawet swoich profili w tych serwisach, ale wiąże się to chociażby z brakiem możliwości uczestniczenia w czacie podczas transmisji. Nie dla każdego jest to istotne, bo bierna konsumpcja tego nie wymaga.

¹⁴ J. Woodcock, M. R. Johnson, *The Impacts of Live Streaming and Twitch.tv on the Video Game Industry*, „Media, Culture and Society” 2018, nr 5, s. 670-688.

¹⁵ Pochodzący od angielskiego czasownika *spoil* (psuć), spolszczony termin oznaczający zdradzanie tajemnic fabuły tekstów kultury takich jak gry wideo, filmy lub książki. Przez wiele osób jest to bardzo negatywnie odbierane, gdyż psuje przyjemność samodzielnego jej poznawania.

¹⁶ G. Cheung, J. Huang, *Starcraft from the stands: understanding the game spectator*, „CHI” 2011, s. 763-772.

¹⁷ J. Fu, C. W. Hsu, *Viewers' Consumption Intentions in the Live Game Streaming Context*, „Twenty-Third Pacific Asia Conference on Information Systems”, China 2019.

Funkcje streamów

Streamowanie może mieć różne aspekty. Daniel Recktenwald zaproponował podział funkcjonalny na trzy elementy: aspekt ludyczny, kontakt społeczny i wartość rozrywkową¹⁸. Pierwszy z nich związany jest bezpośrednio z grą, która jest podstawą streamu. Widzowie mogą oglądać transmisję dla zawartości, która pozwoli im np. zwiększyć swoje umiejętności w grze. Aspekt kontaktu społecznego dotyczy rozmów prowadzonych na czacie oraz wypowiedzi autora filmu. Widzowie dzielą wspólne hobby, co sprawia, że mogą identyfikować się jako wspólnota graczy. Wartość rozrywkowa wynika poniekąd z samej natury gier wideo – pomaga odstresować się i pozwala zwiedzać wirtualne światy. Drugą jej warstwą jest aktywność streamera, który dba o rozrywkowy charakter transmisji. Oprócz tego streamy z gier wideo mogą pełnić kilka innych funkcji (niekiedy kilka jednocześnie), takich jak:

- funkcja informacyjna: film z rozgrywki wzbogacony o ciekawy i merytoryczny komentarz może dostarczać wielu informacji o grze w sposób niemożliwy do osiągnięcia w formie pisanej. Gracze mogą zobaczyć jak dokładnie wygląda gra w akcji oraz usłyszeć spostrzeżenia streamera, co może zadecydować o ewentualnym kupnie danego tytułu,
- funkcja komercyjna: występuje pośrednio, kiedy autor filmu jedynie dzieli się spostrzeżeniami z rozgrywki i przy okazji prezentuje, jak wygląda i działa dana gra (może to mieć wpływ na sprzedaż tytułu, bo wiele osób ceni sobie opinie ulubionych twórców) oraz bezpośrednio, gdy streamer oferuje np. kody zniżkowe do sklepów z grami,
- funkcja technologiczna: transmisje pozwalają na obejście ograniczeń technologicznych i oglądanie gry niedostępnej na platformach sprzętowych posiadanych przez widza. Pewną rolę odgrywa także nostalgia, gdy starsi gracze oglądają filmy z rozgrywki w tytuły, którymi bawili się jako dzieci.

Wielomodalność komunikacji na streamach z gier

Przekaz multimodalny to rodzaj komunikacji, który jest realizowany (lub współrealizowany) przez więcej niż jeden kod semiotyczny¹⁹. Tego typu komunikat składa się z elementów, które mogą się wzajemnie uzupełniać i często występuje tam zjawisko synergii. M. Lisowska-Magdziarz zwraca uwagę na tzw. modus domyślny, który najlepiej pasuje do danej sytuacji komunikacyjnej i jest

¹⁸ D. Recktenwald, *The Discourse of Online Live Streaming on Twitch: Communication between Conversation and Commentary*, praca doktorska obroniona na The Hong Kong Polytechnical University, 2018, s. 29.

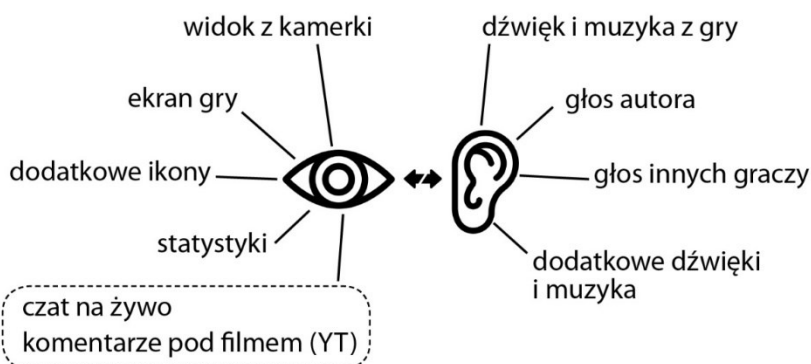
¹⁹ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 2, s. 35.

najatrakcyjniejszy dla grupy docelowej²⁰. W przypadku transmisji z gier wideo dość szybko został wypracowany powszechnie obowiązujący schemat, w którym dominuje obraz z gry wraz z twarzą autora w jednym z rogów ekranu. Towarzyszy temu głosowy komentarz streamera. Podczas oglądania streamu widz doświadcza trzech źródeł komunikatów: gry wideo, streamera oraz czatu. Ten ostatni ma najmniejszą wagę i nie jest kluczowy dla zrozumienia przekazu, ale pozwala na pełniejsze uczestniczenie w transmisji i zapewnia element interaktywności.

Hartmut Stöckl opracował hierarchię podziału środków komunikacji. Przystawia się ona następująco: kanały sensoryczne → główne modusy → warianty medialne → modusy drugoplanowe → submodusy → cechy²¹. Poniżej omówiono jak można go zastosować do analizy streamów z gier wideo.

Na *Ilustracji 1* przedstawiono podział komunikatów (kanałów sensorycznych) na wizualne i audialne.

Ilustracja 1. Podział komunikatów na streamach z gier wideo



Źródło: Opracowanie własne.

Podstawowym i najważniejszym elementem jest przekaz wizualny składający się z kilku modusów i wariantów medialnych. Kluczową częścią jest obraz z gry wideo wyświetlany dokładnie tak, jak widzi go osoba transmitująca. Stanowi on niejako tło dla pozostałych składowych. Drugi najważniejszy modus medialny to obraz z kamerki ukazującej zazwyczaj twarz oraz górną część klatki piersiowej streamera. Dzięki temu widzowie mogą obserwować jego reakcje i mimikę. Tak więc stream zawiera w sobie dwa osobne 'strumienie' wideo, które docierają do odbiorcy równolegle.

²⁰ M. Lisowska-Magdziarz, *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Hess, M. Lisowska-Magdziarz, A. Szymańska, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2018, s.152-153.

²¹ H. Stöckl, *In between modes. Language and image in printed media* [w:] *Perspectives on multimodality*, red. E. Ventola, C. Charles, M. Kattenbacher, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam–Philadelphia 2004, s. 11-15.

Oprócz tego u góry, na dole lub z boku kadru mogą znajdować się statystyki dotyczące liczby subskrypcji kanału, aktualnej liczby widzów oraz polubień streamu. Istotnym elementem bywa licznik ukazujący łączną kwotę wpłaconych darowizn oraz ewentualny cel zbiórki. Ostatnią część stanowią informacje o profilach w mediach społecznościowych autora.

Inną, nieodłączną częścią streamów jest komunikacja językowa w formie pisanej. Odbывается się ona na czacie towarzyszącym transmisji, który pozwala widzom na komentowanie tego, co dzieje się na ekranie lub wpisywanie wiadomości nie mających żadnego związku z rozgrywką. Twórcy często odnoszą się do owych wiadomości i prowadzą swoistą konwersację. Czat jest elementem interfejsu platformy streamingowej i jego forma jest niezależna od autora transmisji. Na schemacie uwzględniono także ewentualne komentarze pod opublikowanym streamem na YouTube.

Audialny kanał sensoryczny także zbudowany jest z kilku elementów. Dźwięk i muzyka są natywnymi elementami prezentowanej gry. Głos streamera jest jednym z dodatkowych kanałów komunikacji, podobnie jak dodatkowa muzyka oraz efekty dźwiękowe, które stosują niektórzy autorzy transmisji. Ciekawym elementem, który występuje u niektórych autorów jest syntezytor mowy odczytujący wyświetlające się na ekranie wiadomości od darczyńców. Jeśli w transmisji uczestniczą inni gracze grający razem z autorem, to zazwyczaj są tylko słyszalni, gdyż więcej sylwetek mogłoby zasłonić widzom widok z gry.

Chcąc odnieść wspomnianą wcześniej hierarchię Stöckla do transmisji z gier wideo, można zaproponować następującą strukturę.

Tabela 1. Przykład struktury modusów na streamach

Kanał sensoryczny	Główny modus	Wariant medialny	Modus drugoplanowy	Submodus	Cechy
Obraz	Wideo	Widok z kamerki streamera	Gestykulacja i mimika	Dodatkowe efekty wizualne (filtry)	Jakość techniczna
Dźwięk	Ludzka mowa	Komentarz streamera	Intonacja i wydawane dźwięki	Dodatkowe efekty dźwiękowe (np. echo)	Jakość techniczna, głośność

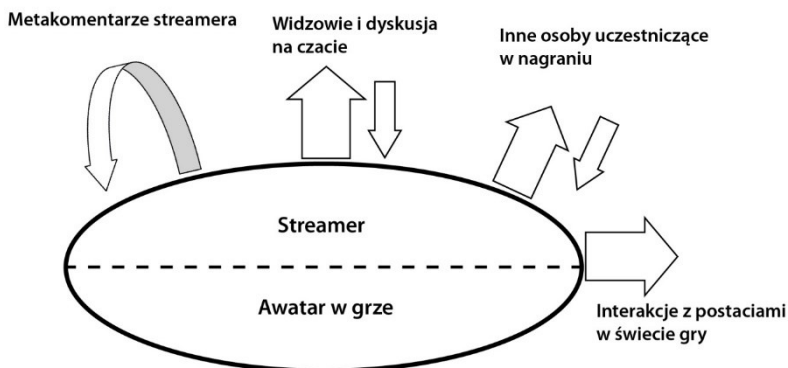
Źródło: Opracowanie własne.

Teoretycznie można rozdzielić warstwę komunikacji werbalnej streamera od tego, co dzieje się w sferze wizualnej i stworzyć dwa odrębne przekazy – podcast i *gameplay*. W takim przypadku formą mniej przystępną dla odbiorcy byłby podcast,

który bez warstwy wizualnej stałby się mało zrozumiały, ponieważ bez obrazu trudno byłoby odnosić się do wypowiedzi streamera.

Streamer transmitujący rozgrywkę występuje w dwojakiej roli – jako gracz i jako nadawca. Trudno wskazać jednoznacznie, która z nich jest ważniejsza, ale o sukcesie i poziomie oglądalności streamu decyduje na pewno atmosfera, którą buduje autor wokół samej rozgrywki. Te dwie role mają realny wpływ na komunikację werbalną z widzami.

Ilustracja 2. Schemat komunikacji językowej na streamach z gier wideo



Źródło: Opracowanie własne na podstawie schematu z pracy: D. Recktenwald *Interactional Practices in Let's Play Videos*.

Schemat przedstawiony na *Ilustracji 2* obrazuje model komunikacji werbalnej i tekstowej występujący na streamach z gier wideo. Owal oznacza prowadzącego transmisję, który komunikuje się głównie jako on sam, ale część wypowiedzi może też padać w kontekście wcielania się w awatara w grze. Streamer komentuje pewne wydarzenia i sytuacje w grze ze swojej perspektywy oraz z perspektywy awatara. Metakomentarze streamera to wypowiedzi, które kieruje 'sam do siebie', ale mogą być one też pytaniami retorycznymi lub 'głośnym myśleniem'. Widzowie mogą na nie reagować pisząc adekwatne komentarze na czacie towarzyszącym transmisji. Autorzy zwracają się także bezpośrednio do swoich widzów, zadając im pytania, komentując wpisy na czacie lub odpowiadając na postawione przez nich pytania. W przypadku YouTube'a niektórzy twórcy korzystają z opcji płatnych wiadomości zwanych *superchat*. Pozwala ona widzom na finansowe wspieranie streamera, a w zamian ich wiadomość na czacie jest wyróżniona kolorowym tłem. Streamerzy mogą dzięki temu łatwo je zauważyć. W serwisie Twitch widzowie wykorzystują punkty Bits, które kupują za realne pieniądze. Umożliwiają one dodawanie do wiadomości animowanych emotikon określanych jako *cheermotes*.

Ostatnim, rzadziej występującym elementem transmisji z gier, jest rozmowa z innymi osobami biorącymi w niej udział. Zdarza się to częściej w przypadku tytułów *multiplayer*, gdy streamer np. jest w jednej drużynie z innymi graczami.

W przypadku streamów zamieszczonych na YouTube, które można oglądać po ich zakończeniu, dodatkowym kanałem komunikacji mogą być komentarze zamieszczane, tak jak pod każdym innym filmem. Jednak jak pokazuje praktyka, liczba takich wpisów jest zazwyczaj bardzo mała. Można zakładać, że widzowie wypowiedzieli się już na czacie transmisji.

Czynniki wpływające na komunikaty językowe

Streamy z gier wideo na ogół trzymają się utartej konwencji niezależnie od tego jaka gra jest transmitowana. Jest to jednak pozorna stałość. O ile sam układ wizualnego trybu sensorycznego zazwyczaj nie ulega większym zmianom w zależności od gatunku prezentowanej gry, to inne elementy składowe komunikacji podlegają pewnym modyfikacjom. Ważnym czynnikiem jest chociażby typ transmisji. Można spośród nich wyróżnić podstawowe trzy:

- a. e-sport: są to transmisje z rozgrywek tzw. sportów elektronicznych prowadzonych na różnych szczeblach. Często są transmitowane przez profile organizacji lub poszczególnych drużyn, które w ten sposób mogą dotrzeć do szerszej widowni. W tym przypadku komunikaty werbalne pochodzą od komentatora pełniącego podobną rolę jak w przypadku zawodów sportowych.
- b. gry multiplayer: ten rodzaj streamów prezentuje widzom rozgrywki w tytuły nastawione na zabawę dla wielu graczy. Rozgrywka często nie ma charakteru poważnej rywalizacji, ponieważ jej głównym celem jest dostarczanie rozrywki dla graczy i widzów. Kompetytywny potencjał gier wieloosobowych przyciąga obserwatorów podobnie jak tradycyjne rozgrywki sportowe. Popularne są strzelaniny (*Counter-strike*, *Fortnite*, *PUBG*), gry karciane (*Heartstone*, *Heroes of the Storm*), oraz gry z gatunku MOBA (*League of Legends*, *DOTA 2*). Pomimo upływu lat, nadal dużą popularnością cieszy się tytuł MMORPG *World of Warcraft*.
- c. *let'splay*: pomimo że *let's playe* wywodzą się od zwykłych filmików prezentowanych po rejestracji i zmontowaniu, to ten rodzaj streamów także pojawia się w sieci. Mają podobny charakter jak materiały *offline*, ale różni je element interakcji widzów z autorem, która w tym przypadku ma miejsce 'na żywo'. Oprócz tego autor nie może 'wyciąć' swoich porażek w grze lub błędów językowych występujących w trakcie komentowania. Dzięki temu całość jest bardziej rzeczywista i spontaniczna, co daje widzom złudzenie towarzyszenia streamerowi w trakcie jego zmagania. Wśród gier dla jednego

gracza jednym z liderów jest *Minecraft*, który stał się ewenementem na skalę światową, będąc kuźnią wielu internetowych twórców. Popularne są także gry z gatunku horror, które przyciągają widzów między innymi dzięki żywiołowym i spontanicznym reakcjom streamerów. Tytuły *singleplayer*, zwłaszcza te o wolniejszym tempie, jak gry przygodowe czy cRPG sprzyjają odczytywaniu wiadomości z czatu i swobodnej konwersacji z widzami. Nie ma w nich tak dużej presji czasu i koncentracji na wyniku.

W trakcie streamów gier o wolniejszym tempie akcji, widz może łatwiej obserwować inne kanały komunikacji niż sama rozgrywka. Ma czas na czytanie wpisów na czacie i pisanie własnych wiadomości oraz na dokładne słuchanie tego, co mówi streamer.

Komunikacja „Wagon” i „izaka”

Poniżej scharakteryzowano krótko działalność i sposoby komunikacji dwóch polskich streamerów gier wideo. Reprezentantem YouTube'a jest Karol „Wagon” Sędzicki, a Twitcha Piotr „izak” Skowyrski. Ten pierwszy został wybrany z uwagi na popularność na YouTube, oraz regularność prowadzonych transmisji. Skowyrski z kolei jest jednym z najchętniej oglądanych polskich autorów na Twitchu, na który przeniosła się większość streamerów gier wideo. Obaj twórcy w swoich transmisjach stosują podobne metody wizualnej komunikacji z widzami, typowe dla konwencji streamu z gry wideo.

Sędzicki swój kanał o nazwie „Wagon” (wcześniej „WagonKurde”) założył w grudniu 2012 roku i zaczynał jako jeden z tysięcy innych, nieznanych youtuberów. Początkowo zamieszczał głównie filmy typu *let's play*, a pierwszy stream, który można obecnie znaleźć na jego kanale pochodzi z listopada 2016 roku. „Wagon” zanotował duży wzrost subskrypcji swojego kanału. W styczniu 2017 roku było ich około 4300, a trzy lata później już 106 tysięcy. Streamuje zazwyczaj pięć dni w tygodniu o 20.00 lub 21.00.

Karol Sędzicki nie używa do swej działalności serwisu Twitch, gdyż jak powiedział:

„Kilkanaście lat temu, gdy w mojej głowie narodziło się marzenie związane z YouTube, Twitch jeszcze nie istniał, a na dzień dzisiejszy nie mam zamiaru zmieniać platformy. Uważam, że lepiej wyjdę na pielegnowaniu tego co już zbudowałem, niż na gwałtownym skakaniu z platformy na platformę”²².

Pod koniec 2019 roku zmniejszył liczbę elementów wizualnych, które znajdowały się na ekranie podczas jego transmisji, rezygnując z licznika „lajków” i subskrypcji. Obecnie w kadrze zamieszcza swój wizerunek z kamery oraz licznik

²² Korespondencja mailowa z Karolem Sędzickim (listopad 2019).

widzów streamu. Na ekranie pojawiają się niekiedy także tekstowe wiadomości od widzów, ale musi im towarzyszyć wpłata darowizny (tzw. donejta). Taka wiadomość może być uzupełniona ikonką darczyńcy, jego nickiem oraz kwotą wpłaty.

Sędzicki zwraca się do swoich widzów w bezpośredni sposób, często nazywając ich „gałganami”. W trakcie jego transmisji pojawiają się wszystkie elementy ukazane na *Ilustracji 2*, oprócz komunikacji z innymi graczami, gdyż niemal zawsze gra w pojedynkę. Przykładem wypowiedzi skierowanej bezpośrednio do widzów może być:

„Dobra, mogę grupować żołnierzy, fajnie. No właśnie Hamon [pseudonim jednego z widzów- P.C.] zrobiłem to, wiesz? Ludzie mi od dłuższego czasu mówili, żebym to ogarnął, a ja to olewałem. Ale dziękuję, że mi o tym powiedzieliście”²³.

Drugi fragment z innej transmisji odnosi się do sytuacji, w której autor otrzymał darowizny od widzów:

„Widzę gałgany, że dostałem kolejne donejty. Naprawdę. [...] gałgany pokażą te donejty, które ktoś tutaj wysłał Wagoniarzowi na ekranie. Zobaczymy co tutaj przyszło konkretnie”²⁴.

Jego wypowiedzi (podobnie jak innych streamerów) błyskawicznie przenoszą się z tematu gry i tego, co w niej się dzieje, do odpowiadania na pytania widzów zadawane na czacie i szeroko rozumianą dyskusję z nimi. Wymaga to zarówno od niego, jak i od widzów dużej podzielności uwagi.

Pod streamami „Wagona” nie ma wielu komentarzy – zazwyczaj jest ich od kilku do kilkunastu. Wyjątkiem są typowe filmy publicystyczne takie jak recenzje gier lub modyfikacji do nich. Wtedy ich liczba sięga nawet ponad 50. Powodem tak skromnej liczby komentarzy pod transmisjami jest prawdopodobnie fakt, że osoby, które oglądają ją na żywo, komentują ją w oknie czatu, gdyż preferują ten rodzaj interakcji. Jednakże streamer odpowiada na niektóre komentarze. Przykładowo, użytkownik o nazwie „Grzejnikmajster” napisał: Vagonjak mam słaby humor wchodze na twojego yt: D i jak widzę na kamerce u cb to co robisz przed startem live to normalnie Padam: D Geniusz Pozdro ! :D”.

Autor odpisał mu: „Geniusz nie, ale mam z tego niezłą frajdę równie jak ty! :D”²⁵.

Piotr „izak” Skowyrski internetową popularność zdobył w inny sposób. Swoją kanał na YouTube założył już w 2006 roku, ale sławę przyniosła mu jednak dopiero udana kariera e-sportowca, którą rozpoczął w 2007 roku. Grał w gry z serii *Counter-Strike* w kilku drużynach i zdobył z nimi wiele trofeów²⁶.

Choć regularnie zamieszcza krótkie filmy (głównie związane z grami wideo) na YouTube jego głównym polem internetowej działalności jest Twitch. Profil w tym

²³ WARCRAFT 3: Reforged - POCZĄTEK GRY!, <https://www.youtube.com/watch?v=8uB9I3qWHol> (18.02.2020).

²⁴ Detroit: Become Human - ŚWIETNA GRA! [PS4 PRO], <https://www.youtube.com/watch?v=SuVL2r4C4ZQ> (18.02.2020).

²⁵ GOTHIC 3 - ELEGANCKI NORDMAR! #28, <https://www.youtube.com/watch?v=OsuotSvEU6I> (18.02.2020).

²⁶ <https://csgo.fandom.com/pl/wiki/Izak> (18.02.2020).

serwisie założył w październiku 2012 roku. Nosi on nazwę „Izak000” i jest obserwowany przez ponad 1 240 000 osób. W sekcji „O mnie” napisał:

„Pewnie czytasz ten opis żeby sprawdzić czy go zaktualizowałem! Otóż tak! Jestem Piotrek, mam 31 lat i streamuję prawie 6 lat! To moja praca i pasja jednocześnie. Na pewno większość z Was kojarzy mnie z komentowania CS:GO i faktycznie to zawsze będzie podstawa mojego kanału! W wolnych chwilach gieruję w kantera, w Fortnite, ApexLegends i masę innych gier :) Nieskromnie mogę też powiedzieć, że jestem najśmieszniejszym streamerem na twitchu”²⁷.

O ile „Wagon” skupia się na grach *single player* i transmituje w pojedynkę, to „Izak” jest wierny swojemu multiplayerowemu dziedzictwu. Transmituje głównie gry takie jak *Counter-Strike: Global Offensive*, *H1Z1* i inne tytuły sieciowe. Często komentuje także turniejowe rozgrywki w *Counter-Strike: Global Offensive*.

„Izak” jest aktywny niemal codziennie. Od początku liczenia statystyk przez serwis *twitchtracker.com*, czyli od 17.11.2016 roku do końca lutego 2020 roku, transmitował przez prawie 6100 godzin, co średnio daje ok. 51 godzin tygodniowo. Nie ulega zatem wątpliwości, że jest to dla niego bardzo istotna część życia.

Podczas swoich transmisji nie zamieszcza wiele dodatkowych elementów wizualnych na ekranie. W lewym dolnym rogu znajduje się jego sylwetka, a przy prawej krawędzi ekranu umieszcza licznik nowych subskrypcji i informację o kwocie ostatniej donacji.

Podobnie jak Karol Sędzicki komunikuje się ze swoimi widzami zwracając się do nich bezpośrednio: „Bez nerwów słuchajcie, to jest plan na dzisiaj. Bez nerwów. Jak ja będę grał bez nerwów, to mi się będzie lepiej grało chyba, wiecie? Takie mam wrażenie. Więc nie ma co się denerwować”²⁸.

W przypadku, kiedy gra w tytuł *single player*, częściej zwraca uwagę na to, co znajduje się na czacie. Poniższa transkrypcja to naprzemienne wypowiedzi typu metakomentarzy i odpowiedzi na pytania od widzów.

„Aha, to za 100 golda, dobra. To chyba tutaj mogę wrzucić. Czy będzie dziś [niezrozumiałe]? Chyba nie, dzisiaj nie będzie nikogo. Co za podróba *Diablo*? W sumie to jest hack’ n’ slash po prostu jakby... Ja nie wiem czy jak jakaś gra ma taki widok od góry, to już jest podróba *Diablo*? Czy jak to działa? Nie wiem czy tych wszystkich skili powinienem się uczyć czy nie?”²⁹.

Z kolei podczas rozgrywek w tytuły sieciowe, to co piszą widzowie schodzi na dalszy plan, gdyż bardzo ważna jest koncentracja i szybkie reagowanie na to, co dzieje się w grze. Istotniejsza jest wtedy rozmowa głosowa ze współgraczem. Przykładowy dialog prowadzony z innym graczem podczas rozgrywki w *H1Z1*:

„Gracz 2: Dobra, spadamy nie?”

²⁷ <https://www.twitch.tv/izakooo> (18.02.2020).

²⁸ EMERITOS BANDITOS - ROZGRZEWKA > MECZ ESEA O 19:30, <https://www.twitch.tv/videos/553475682?filter=archives&sort=time> (18.02.2020).

²⁹ SPRAWDZAMY NOWĄ GIERKĘ - WOLCEN <https://www.twitch.tv/videos/554125702?filter=archives&sort=time> (18.02.2020).

Izak: Chyba tak.

Gracz 2: Lecimy po kolejnego wina. Dawaj, dawaj, dawaj!

Izak: Dobra, masz kluczyki. Dwa winy z rzędu robimy?

Gracz 2: Dwa winy z rzędu challenge.

Izak: No teraz to jesteśmy chyba odpaleni już, co? Zobacz, zjadłem obiad, teraz piję kawkę. Ja będę po prostu jak maszyna.

Gracz 2: Ale już widziałem w poprzedniej gierce... No nie ten Izak, nie ten Izak.

Izak: Tak jest. Killermachine³⁰.

Podsumowanie

Streamowanie rozgrywek i ich oglądanie jest coraz powszechniejszą praktyką i nic nie wskazuje na to, by ten trend miał się odwrócić. Charyzmatyczni youtuberzy i twitcherzy mają wśród fanów status podobny do gwiazd filmowych czy muzycznych, gromadząc tłumy na spotkaniach na żywo przy okazji konwentów i innych wydarzeń dla graczy. Prowadzone przez nich transmisje mogą pełnić wiele różnych funkcji, dlatego widzowie oglądają je z różnorodnych powodów. Najważniejszym zdaje się jednak być aspekt rozrywkowy, związany mocno z tym, czym są gry wideo.

Wielomodalna komunikacja na streamach składa się z wielu elementów o różnej wadze, ale podstawowym modusem stosowanym przez streamerów jest mowa. Często wypowiadają się szybko i chaotycznie, przeskakując z tematu na temat. Używają też specyficznego żargonu, charakterystycznego dla fanów gier wideo. Zatem, aby widz mógł w pełni rozumieć przekaz, powinien dobrze znać idiolekt graczy. Oprócz tego wzrok publiczności nieustannie epatowany jest tym, co dzieje się w ukazywanej grze, reakcjami streamera widocznymi dzięki kamerce i innymi elementami interfejsu. Między tymi wszystkimi składowymi budującymi środowisko komunikacyjne streamów zachodzi synergia wzmacniająca przekaz. Typ gry ma duży wpływ na komunikację werbalną między streamerami a widzami. Tytuły nastawione na szybką akcję powodują, że autor nie ma czasu na rozbudowane dyskusje z publicznością, ponieważ stara się koncentrować na tym, co dzieje się na ekranie.

Komunikacja na transmisjach z gier wideo to wciąż mało zbadane zjawisko. Jego wieloaspektowość wymusza kompleksowe podejście i zwracanie uwagi na różne, niekiedy pozornie niepowiązane ze sobą elementy.

³⁰POWRÓT DO STARYCH CZASÓW > BEST DUO EU, [https://www.twitch.tv/videos/544210701?filter=archives&sort=time\(18.02.2020\)](https://www.twitch.tv/videos/544210701?filter=archives&sort=time(18.02.2020))

Bibliografia

- Burgess J., Green J., *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
- Cheung G., Huang J., *Starcraft from the stands: understanding the game spectator*, „CHI”, 2011.
- Fu J., Hsu C. W., *Viewers' Consumption Intentions in the Live Game Streaming Context*, „Twenty-Third Pacific Asia Conference on Information Systems”, China 2019.
- Kücklich J., *Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry*, „fibreculture” 2005, issue 5, http://journal.fibreculture.org/issue5/kucklich_print.html (22.05.2020).
- Lisowska-Magdziarz M., *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Hess, M. Lisowska-Magdziarz, A. Szymańska, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2018.
- Maćkiewicz J., *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 2.
- Recktenwald D., *The Discourse of Online Live Streaming on Twitch: Communication between Conversation and Commentary*, praca doktorska obroniona na The Hong Kong Polytechnical University, 2018 (PDF).
- Stöckl H., *In between modes. Language and image in printed media* [w:] *Perspectives on multimodality*, red. E. Ventola, C. Charles, M. Kattenbacher, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam–Philadelphia 2004.
- Taylor T. L., *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton University Press, Princeton 2018.
- Walker A., *Watching Us Play: Postures and Platforms of Live Streaming*, „Surveillance&Society”, 2014, nr 3.
- Woodcock J., Johnson M. R., *It's like the gold rush: the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv*, „Information, Communication and Society”, 2017, nr 3.
- Woodcock J., Johnson M. R., *The Impacts of Live Streaming and Twitch.tv on the Video Game Industry*, „Media, Culture and Society”, 2018, nr 5.

Źródła internetowe

- Detroit: Become Human - ŚWIETNA GRA! [PS4 PRO]*, <https://www.youtube.com/watch?v=SuVL2r4C4ZQ> (18.02.2020).
- EMERITOS BANDITOS - ROZGRZEWKA > MECZ ESEA O 19:30*, <https://www.twitch.tv/videos/553475682?filter=archives&sort=time> (18.02.2020).
- GOTHIC 3 - ELEGANCKI NORDMAR! #28*, <https://www.youtube.com/watch?v=OsuoSvEU6I> (18.02.2020).
- <https://csgo.fandom.com/pl/wiki/lzak> (18.02.2020).
- 25 Useful Twitch Statistics for Influencer Marketing Managers*, <https://influencermarketinghub.com/25-useful-twitch-statistics> (18.02.2020).
- The Qualities of a Successful Streamer*, <https://medium.com/powerspike/the-qualities-of-a-successful-streamer-15a0ddceaf30> (18.02.2020).
- Kim E., *Amazon Buys Twitch For \$970 Million In Cash*, <https://www.businessinsider.com/amazonbuys-twitch-2014-8?IR=T> (18.02.2020).
- Cook J., *Twitch Founder: We Turned A 'Terrible Idea' Into A Billion-Dollar Company*, <https://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10?IR=T> (18.02.2020).

Dot Com Guy returns to the real world, <https://www.theguardian.com/media/2001/jan/02/new-media> (18.02.2020).
<https://www.twitch.tv/izakooo> (18.02.2020).
<https://www.youtube.com/about/press/> (18.02.2020).
POWRÓT DO STARYCH CZASÓW > BEST DUO EU, [https://www.twitch.tv/videos/544210701?filter=archives&sort=time\(18.02.2020\)](https://www.twitch.tv/videos/544210701?filter=archives&sort=time(18.02.2020))
SPRAWDZAMY NOWĄ GIERKĘ – WOLCEN, [https://www.twitch.tv/videos/554125702?filter=archives&sort=time\(18.02.2020\)](https://www.twitch.tv/videos/554125702?filter=archives&sort=time(18.02.2020)).
State of the Stream 2019, <https://cdn.streamelements.com/static/State-of-Stream-2019.pdf> (18.02.2020).
WARCRAFT 3: Reforged - POCZĄTEK GRY!, <https://www.youtube.com/watch?v=8uB9I3qWHol> (18.02.2020).

Multimodality Of Communication On Polish Video Games Streams On Youtube And Twitch

Summary

Nowadays, watching video game live broadcast is a very popular activity on the internet. The main websites that enable this sort of entertainment are Twitch and YouTube. Thanks to them, practically anyone who has access to basic technical equipment can show others his or her play and provide comments on what is happening on the screen. The article contains the characteristics of streaming services and briefly describes who the streamers and their audience are. It also presents the diversity of media forms that are part of communication in video game streams. During the broadcast, the author communicates with the viewers in many ways - through the game, webcam, his or her voice and chat messages. The visual modes combined with audio messages strengthen the delivered content and create a specific communication environment. The two Polish streamers, who are described in the text, use all of the communication channels typical for streams, but they differ in the ways of establishing contact with their viewers and in the games they play.

Keywords: communication, Twitch, YouTube, video games, new media