



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Gaming Livestream“

Zur Medienkultur von Streaming Technologien

verfasst von / submitted by

Dominik Köhler BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2020 / Vienna 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 583

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Theater-, Film- und
Medienwissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Lisa Gotto, M.A.

Mein ganz besonderer Dank gilt meinem Betreuer Univ.-Prof. Mag. Dr. Ramón Reichert, der mir über mehrere Jahre der Schreibarbeit mit Hinweisen und Ratschlägen zur Seite stand.

Weiter möchte ich mich bei Univ.-Prof. Dr. phil. Lisa Gotto für die Betreuung meiner Masterarbeit im finalen Abschnitt herzlich bedanken.

Zuletzt danke ich meiner Frau Olivia, die mich stets motiviert hat und mit Argusaugen über den Fortschritt meiner Arbeit wachte.

„Die Medienwelt ist im Wandel, sie darf und muss sich aber auch ihrer Wurzeln besinnen und beides sinnvoll miteinander verknüpfen. Nur so kann etwas Großartiges, etwas Neues entstehen“

Markus Mair

Inhaltsverzeichnis

1	Forschungsinteresse	5
2	Forschungsfragen	6
3	Ausgangslage	7
4	Einleitung	8
4.1	User Generated Content auf <i>Twitch.tv</i>	9
4.2	<i>justin.tv</i> wird <i>Twitch.tv</i>	10
4.3	Monopolplattform <i>Twitch.tv</i>	11
4.4	Vorbild: Spielhalle.....	13
4.5	Fernsehen im Wandel	13
5	Methode	17
6	Twitch.television.....	19
6.1	<i>Twitch.tv</i> und Fernsehen	19
6.2	Gaming Livestream und Remediation	22
6.2.1	Immediacy	22
6.2.2	Hypermediation	23
6.2.3	Remediation	24
6.2.4	Computer Games	25
6.3	Programmstruktur und Übertragung.....	26
6.3.1	Liveness	26
6.3.1.1	Liveness als Produktionstypus.....	27
6.3.1.2	Liveness als soziales Element	28
6.3.1.2.1	Group Liveness.....	29
6.3.1.2.2	Fully live	29
6.3.1.3	Liveness als Fake on TV.....	29
6.3.1.4	Liveness und Katastrophen.....	30
6.3.1.5	Liveness als Basis von Interaktion	32
6.3.1.6	Liveness im GLS.....	34
6.3.2	Serialität.....	36

6.3.2.1	Berechenbarkeit und Kontinuität	37
6.3.2.2	Thementage	38
6.3.2.3	Werbung.....	40
6.3.2.4	Intro und Abspann	42
6.3.2.5	Wiederholungen	45
6.3.2.6	Feiertage	46
6.3.2.7	Die Macht der Serie	47
6.3.2.8	Identifikation	48
6.3.3	Programm	50
6.3.3.1	Dualisierung	50
6.3.3.2	Individualisierung	52
6.3.3.3	Aufbau und Struktur von <i>Twitch.tv</i>	53
6.3.3.4	Programmplatzierung	55
6.3.4	Hierarchie im Gaming Livestream.....	56
6.3.4.1	Streamer	58
6.3.4.2	Moderatoren „Mods“	59
6.3.4.3	Subscriber „Subs“	60
6.3.4.4	Follower.....	61
6.3.4.5	Viewer	62
6.3.4.6	Lurker	63
7	<i>Twitch.tv</i> als digitale Bühne	64
7.1	Digitale Spieler	64
7.2	Donald Horton und Richard Wohls Personae	66
7.3	<i>Twitch.tv</i> Streamer als Personae	68
7.4	Content Broadcaster und Variety Streamer	70
7.4.1	Content Broadcaster	70
7.4.1.1	Berufsstreamer & eSportler.....	72
7.4.1.1.1	Shroud.....	73
7.4.1.1.2	Ninja.....	74
7.4.1.2	Aktualität	75

7.4.1.2.1	Patch.....	76
7.4.1.2.2	Bufs & Nerfs.....	76
7.4.1.2.3	Expansions & DLCs	77
7.4.1.2.4	Metagame (kurz: Meta)	77
7.4.2	Variety Streamer.....	79
7.4.2.1	Lirik	81
7.4.2.2	Fillergames	82
7.4.2.3	Aktualität	84
7.4.2.3.1	Alpha Phase.....	85
7.4.2.3.2	Beta Phase	86
7.4.2.3.3	Early Access	87
7.4.2.3.4	Stable Release.....	87
8	Partizipation auf <i>Twitch.tv</i>	91
8.1	Partizipation und Interaktion	91
8.2	The „IRC“	92
8.2.1	<i>Twitch.tv</i> Chat Language	95
8.2.2	Beispiele <i>Twitch.tv</i> spezifischer Ausdrücke	96
8.3	Interaktives Fernsehen	98
8.4	Parasoziale Interaktion/Partizipation	100
8.5	Fake „face-to-face“ Kommunikation	102
8.6	Abonnement – Subscription	103
8.7	Spende – Donation.....	107
8.8	Bits	111
8.9	Folgen - Follow	112
8.10	Erweiterungen	112
8.10.1	Coaching Sessions	112
8.10.2	Do for Money	113
8.10.3	Extended Streamtime & Sub Goals	114
8.10.4	Zuschauer gegen Streamer	115

8.10.5	Stars on Stream	117
8.10.6	strowpoll.me	119
8.10.7	Chat Arena Draft	121
8.10.8	Sub Calls.....	122
8.10.9	Merchandise & Brands.....	123
8.10.10	Immersion	125
8.10.11	Das Twitch-Plays Segment.....	126
9	Fazit	127
10	Anhang.....	134
10.1	Abkürzungsverzeichnis.....	134
10.2	Literaturverzeichnis.....	136
10.3	Internetquellen.....	143
10.4	Relevante Twitch.tv Kanäle	151
10.5	Verzeichnis audiovisueller Medien: Computerspiele, Serien, Apps	153
10.6	Abbildungsverzeichnis	155
10.7	Abstract	157

1 Forschungsinteresse

Mit der Internetplattform *Twitch.tv* beschäftige ich mich bereits seit ihrer Entstehung im Jahr 2011. Die Ähnlichkeiten und Schnittstellen zum linearen Fernsehen, die sich durch deren Inhalte ergeben, bieten einen spannenden Ansatz zur medientheoretischen Forschung, der mich bis heute fasziniert.

Twitch.tv, als größte Livestreaming Plattform im Gaming Bereich, dient als Nährboden dieser Forschung. Mit der durch sie hervorgebrachten Gruppe der Streamer wurde ein neuer Archetypus medialer Vermittler bzw. Produzenten kreiert, der seinen Einflussbereich und seine Funktion erst über *Twitch.tv* definieren konnte. Die Rolle der Spiele wurde zunehmend nebensächlicher, dafür gewann die Kommunikation und Interaktion, sozusagen das soziale Element, mit den Broadcastern an Bedeutung. *Twitch.tv* offeriert seinen Rezipienten ein komplexes Kommunikationssystem, wodurch der Unterhaltungs- und Informationsgehalt der Plattform um eine soziale Komponente ergänzt wurde. Ihr Einfluss reicht durch ihr Angebot nicht bloß in die aktuelle Spielelandschaft, sondern betrifft meines Erachtens den gesamten gegenwärtigen Mediendiskurs. Mein Interesse liegt darin, die Streamer des Gaming Livestreams und ihre komplexe Funktion zu klassifizieren, um weiter auf die zukunftsweisende reziproke und partizipative Konstruktion aufmerksam zu machen, die *Twitch.tv* als Plattform und den Gaming Livestream ausmacht.

Gender Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Diplomarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Erklärung zur Zitation

Bei der Streaming-Plattform *Twitch.tv* handelt es sich um einen sehr schnelllebigen Untersuchungsgegenstand, auf welcher auch nach kurzer Zeit Inhalte nicht mehr zur Verfügung stehen. Dem wurde versucht, mittels Screenshots und den entsprechenden Verweisen auf die Seite des jeweiligen Streamers bzw. die jeweilige Streamingssession (gekennzeichnet durch „Video on Demand“), entgegenzuwirken.

2 Forschungsfragen

- 1.** Welche Schnittstellen weist der Gaming Livestream mit seinem Vorbild/Vorgänger dem linearen Fernsehen auf, und welchen wechselseitigen Einfluss nehmen sie aufeinander?
- 2.** Welche mediale Rolle erfüllen die Streamer des Gaming Livestreams durch den von ihnen produzierten und übertragenen Inhalt, und welches Verhältnis zu ihren Rezipienten ergibt sich daraus?
- 3.** Welche Partizipationsfunktionen bietet der Gaming Livestream an, und wie beeinflussen diese das Nutzungsverhalten der Rezipienten?

3 Ausgangslage

Twitch.tv ist ein relativ junges Massenmedium, verglichen mit seinen Vorgängern den Printmedien, dem Hörfunk, dem Film oder dem Rundfunk.

Die wenigen Medienforscher und Experten auf dem Gebiet der Livestreaming Gamestudies haben sich größtenteils im Zuge ihrer Arbeiten auf *Twitch.tv* als soziale Plattform konzentriert und die Kommunikation innerhalb der Kanäle untersucht.

Dabei wurden die Zuschauerzahlen als Grundlage in einer Studie von Hamilton et al. (2014) angeführt und festgestellt, dass es in kleineren Kanälen zu einem persönlicheren Verhältnis kommt, da die Broadcaster konkreter auf die Nachrichten der Chatteilnehmer eingehen können, als es in den zuschauerstärkeren Kanälen der Fall ist.¹

Eine weitere Studie untersuchte die Zuschauerzahlen von *Twitch.tv*-Streams verbunden mit dem Faktor der Popularität der Broadcaster und deren Einfluss über einen Zeitraum von 102 Tagen. Es wurde bestätigt, dass die Popularität eine Rolle die Zuschauerzahlen betreffend spielt.²

Im Gaming Livestream übernehmen die Broadcaster die Funktion der Moderatoren, Kommentatoren oder Reporter des linearen Fernsehens.

Digitale Spiele sind sowohl aus ökonomischer als auch aus sozialer Sicht nicht mehr aus dem heutigen Mediendiskurs wegzudenken, ganz im Gegenteil, ihr Einfluss nimmt auf das jünger werdende Publikum zu.

In einer sich ständig aktualisierenden Medienlandschaft hat sich der Gaming Livestream, übertragen auf *Twitch.tv*, beweisen können.

¹ Vgl. Hamilton, William et al., „Streaming on Twitch. Fostering participatory communities of play within live mixed media“, *CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery 2014, S. 1315–24.

² Vgl. Kaytoue, Mehdi et al., „Watch me playing, I am a professional: a first study on video game live streaming“, *WWW '12 Companion: Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web*, New York: Association for Computing Machinery 2012, S. 1181–8.

4 Einleitung

Das Internet ist ein künstlich erschaffenes Universum, welches sich täglich neu erfindet, ausdehnt und an anderer Stelle in Vergessenheit gerät und schrumpft. Ein digitaler Ort, an dem das kulturelle Erbe von Generationen lang vor seiner Entstehung archiviert und konserviert wird. Aufgrund der Entstehung von Monopolen hat sich eine Art Grundverständnis dafür entwickelt, was „der Volksmund“ bzw. der „Otto Normalverbraucher“ unter „dem Internet“ versteht. Ein generationsübergreifendes Verständnis, welches sich nicht auf dessen technische Beschaffenheit, sondern auf seine Nutzbarkeit und Inhalte bezieht. Folgende Seiten und Plattformen sind Beispiele solcher Monopole:

- Amazon³ (der globale Postversand & das größte Einkaufszentrum der Welt),
- Google⁴ (das Navigationssystem durch den Kosmos des Internets),
- Wikipedia⁵ (die öffentliche Online-Enzyklopädie),
- Twitter⁶ (ein Nachrichtenportal in Echtzeit),
- Facebook⁷ (ein digitaler Freundeskreis),
- Youtube⁸ (ein gigantischer Basar von Videoinhalten),
- Twitch.tv⁹ (eine digitale Spielhalle), etc.

Um in der Fülle an Daten, welche täglich hervorgebracht werden, Monopolstatus zu erlangen, ist es notwendig ein Angebot zur Verfügung zu stellen, welches ein fundamentales Bedürfnis der Nutzer, wie die Suche nach Antworten, Information, Kleidung, Unterhaltung oder Kommunikation, befriedigt. *Twitch.tv* kann als Marktführer im Livestreaming Gaming Bereich ein solcher Monopolstatus zugesprochen werden. Die Form des von den Akteuren produzierten Inhalts und die partizipativen Eigenschaften der Konstruktion eines digitalen und sozialen „Sender – Empfänger“ Verhältnisses stellen die Grundpfeiler des durch *Twitch.tv* hervorgebrachten Nutzerverhaltens dar.

³ Amazon.com, Inc., *amazon*, <https://www.amazon.com/>, 12. 01. 2020.

⁴ Google LLC, *Google*, <https://www.google.com/>, 12. 01. 2020.

⁵ Wikimedia Foundation Inc., *Wikipedia*, <https://www.wikipedia.org/>, 12. 01. 2020.

⁶ Twitter Inc., *Twitter*, <https://twitter.com/>, 12. 01. 2020.

⁷ Facebook, Inc., *Facebook*, <https://www.facebook.com/>, 12. 01. 2020.

⁸ Google LLC, *YouTube*, <https://www.youtube.com/>, 12. 01. 2020.

⁹ Amazon.com, Inc., *Twitch*, <https://www.twitch.tv/>, 12. 01. 2020.

4.1 User Generated Content auf *Twitch.tv*

Die Begriffe Web 2.0 und User Generated Content (UGC) zählen seit 2005 zu den wichtigsten Schlagwörtern in der Entwicklung des Internets. Gemeint sind die neuen interaktiven Techniken und die stärkere Einbeziehung des Nutzers in die Gestaltung von Inhalten. Beispiele hierfür sind die Online-Enzyklopädie *Wikipedia*, die Videoplattform *YouTube* und der Livestream-Service auf *Twitch.tv*.¹⁰ Grundsätzlich wird zwischen UGC (User Generated Content) und PGC (Professional Generated Content) unterschieden.

Im Gaming Livestream, kurz GLS, waren es zu Beginn große Organisationen und aufstrebende eSport-Ligen wie die koreanische GSL (Global StarCraft II League, gegründet 2010) mit finanzstarken Investoren, die das „professional Gameplay“ massentauglich verbreiteten. Zu den bekanntesten amerikanischen und europäischen Ligen und Organisationen zählen die ESL (Electronic Sports League, gegründet 2000), MLG (Major League Gaming, gegründet 2002), IEM (Intel Extreme Masters, gegründet 2007) oder WCS (StarCraft II Worlds Championship Series, gegründet 2012). Turniere, Weltmeisterschaften oder große LAN-Events generieren nach wie vor enorme Zuschauerzahlen. Ihre Produktion kommt durch den Einsatz von Experten, Analysten, Interviewern und Moderatoren einer Sportübertragung des linearen Fernsehens ungemein nahe. In der täglichen Routine auf *Twitch.tv* konnten sich aber die privaten Streamer durch die einfache Produktion von Inhalten und der unkomplizierten Verfügbarkeit durchsetzen.

Der UGC privater Broadcaster der Plattform macht den Kernpunkt dieser Arbeit aus.

Auf *Twitch.tv* folgt jeder Kanal einem durch die Streamer geplanten individuellen Programmablauf. Die Dauer und damit der Produktionsprozess eines Livestreams erstrecken sich zumeist über mehrere Stunden, daher ist Planung und Struktur für die Streamer vorteilhaft.¹¹ Erst die Kanäle der privaten Streamer auf *Twitch.tv* offenbarten dessen Charakter als sozialer Treffpunkt und partizipatives Massenmedium.

¹⁰ Vgl. Riebensahm, Cora E., „Das Web-TV und seine Fan-Communities. Zur Geschichte, Theorie und Praxis des Internetfernsehens“, Dipl.-Arb., Univ. Wien 2011, S. 20.

¹¹ Vgl. Hickethier, Knut, *Film- und Fernsehanalyse*, Stuttgart [u.a.]: Metzler 2012, S. 207.

4.2 *justin.tv* wird *Twitch.tv*

Wie der Telegraph und die Photographie den von der Druckerpresse definierten Mediendiskurs und den des gesprochenen Wortes nachhaltig veränderten, so geschah es dem Radio und den Zeitungen durch den Auftritt des Fernsehens. *Twitch.tv* und dessen technische Entwickler führten das Fernsehen ins digitale Zeitalter und erschufen wie ihre Vorbilder ein Massenmedium mit Live-Charakter. Seine Geburtsstätte war *justin.tv* (Livestreaming-Plattform, gegründet 2007) als erste IRL (In Real Life) Livestreaming Plattform mit dazugehöriger live Chatfunktion.

Emmett Shear (co founder *justin.tv*, CEO *Twitch.tv*): "So, jtv was born out of Justin [Justin Kahn, CEO, Anm.] and I driving around in Boston in a car talking about wouldn't it be awesome if somehow we could broadcast this conversation, this stuff that's going on in our lives on the internet, live?"¹²

Bill Morrier (first engineer, *justin.tv*, lead engineer, *Twitch.tv*): "We were the first website that had live video next to live chat which seems trivial but making it work was horribly complicated. I think *justin.tv* will be remembered as the birthplace of live video on the internet."¹³

Durch den Erfolg der Gaming Sektion auf *justin.tv* wurde diese abgekoppelt und als *Twitch.tv* am 06.06.2011 als Beta veröffentlicht. Der rasante Erfolg der Plattform in den kommenden Monaten und Jahren verweist auf die bislang kaum erfüllte Nachfrage der Bedürfnisse einer jungen Online-Community mit Gaming Interesse.

Durch die Kostenreduktion und die zur Verfügung gestellte offene Plattform wurde der Weg in ein Zeitalter der digitalen Selbstdarsteller geebnet (heute bekannt als Influencer, Vlogger oder Gamechanger).

¹² „GoodBye Justin.tv R.I.P“, R: ReplayTvHD, youtube.com, 05. 08. 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=F0TAdZPugU0>, 03. 05. 2018.

¹³ Ebd.

4.3 Monopolplattform *Twitch.tv*

Technische Innovationen und die Pionierarbeit im Streaming- und Gaming-Bereich sorgten bei den Internetgiganten *Google* und *Amazon* für Interesse. 2014 wurde *Twitch.tv* für 970 Millionen US Dollar von *Amazon* gekauft.

“Since its acquisition for US\$ 970 million by Amazon in 2014, Twitch.tv has quickly become the world’s leading video game live streaming platform and community for gamers. It has attracted more than 100 million gamers monthly to watch and discuss video games with more than 1.7 million broadcasters.”¹⁴

“Every month in 2013, around one million gamers have broadcasted themselves playing games live, and more than 40 millions of people have watched these gameplay video channels. With this popularity, Twitch.tv became the fourth largest source of US peak Internet traffic in February 2014.”¹⁵

Einen größeren Datentransfer als *Twitch.tv* weisen nur *Apple*¹⁶, *Google* und *Netflix*¹⁷ auf. Im Vergleich zu *YouTube* weist die Plattform durch die Spiele als themengebende Instanz eine geringere Reichweite auf. Allerdings trägt sie zur Destigmatisierung der Spieler bei, welche ihre Rolle im öffentlichen Diskurs durch den Erfolg des Gaming Livestreams neu definierten.

“Gaming used to be reserved for nerds, socially inept loners and the guy living in his parents basement. However, this stigma has changed in recent years. According to a survey taken in 2014 by LifeCourse, around 73% of Millennials played a video game in the 60 days before taking the survey. Add to that 62% of Generation Xers, and even the Baby Boomers picking up a game, with a little over 40% playing in the past 60 days and it’s easy to see that gaming has become very commonplace. In fact, the results of the survey go on to show that gamers actually lead more social lives than non-gamers, indicating that the days of the guy living in his parents basement seem to be over. As the popularity of gaming continues to grow, new phenomena tying in with this behaviour flourish. The biggest development? Streaming.”¹⁸

Die Popularität der Spiele und deren Spieler sind eng mit der dazugehörenden Industrie verknüpft. Produktionsbudgets in Millionenhöhe sind keine Ausnahme mehr. Trailer, Release Partys, Filmadaptionen oder digitalisierte Hollywood- und Fernsehstars sind

¹⁴ Zhao, Qun et al., „Determinants of Live Streamers’ Continuance Broadcasting Intentions on Twitch: A Self-determination Theory Perspective“, *Telematics and Informatics* 35/2, 2018, S. 406–20, hier S. 406.

¹⁵ Pires, Karine/Gwendal Simon, „YouTube live and Twitch: a tour of user-generated live streaming systems“, *Proceedings of the 6th ACM Multimedia Systems Conference*, New York: Association for Computing Machinery 2015, S. 225–30, hier S. 225.

¹⁶ Apple Inc., *Apple (Österreich)*, <https://www.apple.com/at/>, 05. 02. 2020.

¹⁷ Netflix International B.V., *Netflix (Österreich)*, <https://www.netflix.com/at/>, 05. 02. 2020.

¹⁸ van der Weijden, Jeroen, „The Emotes of Twitch“, *digg it magazine*, hg. v. Tilburg University, 2017, <https://www.diggitmagazine.com/papers/emotes-twitch>, 03. 05. 2018.

Teil der Maschinerie geworden. Die Produktion eines Triple-AAA¹⁹ Titels ist heute auf vielen Ebenen mit der eines Hollywood Kinofilms oder einer erstklassigen HBO²⁰ Fernsehproduktion vergleichbar.

“A recent example is the announcement of a budget of US\$ 500 million for the video game *Destiny* (Blizzard/Activision) to be released in September 2014 eclipsing the previous record, *Grand Theft Auto V* (Rockstar Games), whose budget was US\$ 265 millions and had a release date earning of US\$ 800 millions). As a matter of fact, video games are challenging Hollywood Blockbusters.”²¹

Die Verbreitung und Aufmerksamkeit solcher Spiele wird durch die Streamer auf *Twitch.tv* stark gefördert. Diese tragen erheblich zur Steigerung des öffentlichen Interesses und zur marktwirtschaftlichen Verbreitung bei.

“Hundreds of millions of users choose to spend their time watching others play video games through live internet broadcasts, referred to as streams, on services such as *Twitch.tv*, (...) a user-generated content culture (...)! Today, peer-to-peer internet streaming of video games is a rapidly growing form of media. Recent years have seen services doubling their user base year-on-year, with current figures reaching over a hundred million unique monthly users.”²²

Das Geschäft mit den Spielen in Verbindung mit der „open broadcast Mentalität“ von *Twitch.tv* hat zu einer veränderten Wahrnehmung *der Spieleindustrie, deren Produkten und Produktion geführt. Der Einfluss von Twitch.tv* geht dabei weit über das Sichtbarmachen von Spieleinhalten hinaus. Das kollektive soziale Erlebnis einer digitalen Gemeinschaft mit ähnlichen Interessen und Bedürfnissen wird von *Twitch.tv* und deren Streamern als medialer digitaler Prozess initiiert.

“People enjoy watching others who are highly skilled or entertaining when it involves a shared interest. *Twitch.tv*, however, is much more than a viewing experience; It is live social video that relies on audio and chat to enable broadcasters and the audiences to interact about everything from pop culture to life in general as they game.”²³

Den Ursprung des Spiels als kollektives soziales Erlebnis findet man bereits in der Kultur der frühen Spielhallen der 1970er Jahre, von der auch *Twitch.tv* inspiriert ist.

¹⁹ TripleAAA: Bezeichnet eine informelle Klassifikation der Videospielindustrie. Diese bezieht sich auf das Budget und die zur Verfügung stehenden Ressourcen einer Videospielproduktion. Die TripleAAA-Kategorie ist die finanzstärkste und damit mit der Hollywood Blockbuster Filmproduktion vergleichbar.

²⁰ HBO (Home Box Office) ist ein 1972 gegründeter, amerikanischer Anbieter von Kabel- und Satellitenfernsehen.

²¹ Nascimento, Gustavo et al., „Modeling and Analyzing the Video Game Live-Streaming Community“, 9th Latin American Web Congress, Los Alamitos: IEEE 2014, S. 1–9, hier S. 1.

²² Sjöblom, Max/Juho Hamari, „Why Do People Watch Others Play Video Games? An Empirical Study on the Motivations of Twitch Users“, *Computers in Human Behavior* 75, 2017, S. 985–96, hier S. 985.

²³ Twitch Interactive, „About“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/p/about/>, 04. 05. 2018.

4.4 Vorbild: Spielhalle

Schon in den Spielhallen und den darin platzierten Arkade-Automaten haben digitale Spiele zu kollektivem sozialen Betrachten geführt: “(...) people would gather around the person playing the game to see how they were doing and to cheer them on (...).”²⁴ Die Spieler an den Automaten nahmen schon damals eine vermittelnde Rolle zwischen Maschine und Publikum ein und weisen mit den heutigen Streamern durchaus Gemeinsamkeiten auf. Die Rezipienten konnten durch Zwischenrufe oder nützliche Tipps den Spielverlauf vor Ort mitbestimmen. Besonders guten Spielern wurden Jetons geschenkt, um die Dauer der Unterhaltung aus eigener Kraft zu verlängern. Die Zuschauer konnten sowohl eine hilfreiche als auch eine störende Rolle einnehmen. Diese Grundideen der Spielhallen sind auf *Twitch.tv* bis heute erhalten geblieben. Aus den 15 Zuschauern des Gran Trak 10 Rennsimulators²⁵ der 1970er Jahre wurden durch die Übertragung ins Digitale Tausende – vernetzt und verteilt über den gesamten Globus.

Der Rahmen des Spiels wird durch den IRC (Internet Relay Chat) um eine entscheidende Komponente erweitert, die das Spielerlebnis sowohl für die Streamer als auch für deren Rezipienten zu einem sozialen, den Spielhallen nachempfundenen Ereignis macht. Die Chatfunktion stellt die Basis der Kommunikation auf *Twitch.tv* dar.

“Twitch.tv allows viewers to live chat during broadcasting, discuss what is happening with other viewers, as well as converse with the streamers directly. Some discussions are about tactics and strategies, whereas others are suggestions and casual discussions.”²⁶

Die Spielhalle als Treffpunkt wurde durch die Digitalisierung von einer lokalen Instanz zum virtuellen Raum.

4.5 Fernsehen im Wandel

Univ. Prof. an der TU Ilmenau und Medienexperte Dr. Christoph Kuhlmann stellt in seinem Text „Nebenbeimedium. Die künftige Rolle des Fernsehens?“ fest, dass sich die Rolle des linearen Fernsehens innerhalb der Gesellschaft einem starken Wandel

²⁴ Sjöblom/Hamari, „Why do people watch others play video games?“, S. 986.

²⁵ Gran Trak 10 ist ein von Atari entwickeltes Arcade-Spiel aus dem Jahr 1974. Es war das erste Rennspiel und das erste Spiel mit Lenkrad.

²⁶ Zhao et al., „Determinants of Live Streamers' Continuance Broadcasting Intentions on Twitch“, S. 406f.

unterzogen hat. Einem fremdbestimmten Wandel, der durch das Digitale vorangetrieben wurde. Das Fernsehgerät als Treffpunkt und Altar wurde - zumindest teilweise - zur beiläufigen Berieselung aus dem Hintergrund degradiert.

Das Fernsehen wird zum Nebenbei-Medium, die Handlung also zur Nebenbei-Handlung. Die Paralleltätigkeit könnte zukünftig immer mehr Anspruch an den Rezipienten stellen, sodass die Restaufmerksamkeit des Fernseher, ähnlich wie beim Radio in großen Büroräumen, zu einem Hintergrundrauschen wird.²⁷ Das Nebenbei-Sehen verursacht einen Generationenkonflikt, da es im zunehmenden Alter abnimmt, vor allem bei Renteneintritt, die jungen Menschen allerdings mit der Paralleltätigkeit aufwachsen und sich diese Fertigkeit des „Multi Screen Watchings“ bereits im Kindes- und Jugendalter aneignen. Je mehr Menschen den PC-Platz ins Fernsehzimmer integrieren, und umgekehrt den Fernseher ins Arbeitszimmer, desto eher wird der Fernseher zum Radio.²⁸ Die Inhalte des Internet-TVs sind sowohl informativ als auch unterhaltend konstruiert und greifen das traditionelle Fernsehen nicht nur in seinem hölzernen Zeithaushalt, sondern in seinen Kernfunktionen an.²⁹

Hört ein Medium auf sich zu entwickeln oder verkennt es sein Potential, wird dessen Stellung im Mediendiskurs geschwächt. Selbst traditionelle Massenmedien wie der Hörfunk und die Printmedien sind gezwungen, sich ständig neu zu erfinden, um in der Medienlandschaft relevant zu bleiben. Bleibt die Entwicklung aus, wird das Medium durch die natürliche Selektion der nächsten Generation übergangen. Dieser Gefahr ist das traditionelle Fernsehen, insbesondere seit dem Vormarsch des Digitalen, unentwegt ausgesetzt.

„Denn irgendwann macht(e) sich auch hier das Fehlen von Innovation bemerkbar, ist Erfolg ausgereizt – erst schleichend, aber es passiert. Denn ist es nicht schier unmöglich, aus dem Saft derselben Zitronen nach quetschen, drücken, pressen und stampfen gleichbleibende Quantität und Qualität zu schaffen? Müssen nicht zwischenzeitlich neue Zitronenbäume angepflanzt, neue Früchte geerntet werden, um wieder einen solch gehaltvollen Saft zu erzeugen? Denn nur dann hat man die Möglichkeit, eine faule Frucht auch auszusortieren, um eine noch bessere Qualität zu erhalten. Dies ist unverändert auf die gesamte Medienbranche zu übertragen (...).“³⁰

²⁷ Vgl. Kuhlmann, Christoph, „Nebenbeimedium: Die künftige Rolle des Fernsehens?“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns et al., Wiesbaden: Gabler 2008, S. 97–112, hier S. 102.

²⁸ Vgl. ebd., S. 104.

²⁹ Vgl. ebd., S. 103.

³⁰ Brandt, Boris, „Programmdirektor dringend gesucht“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns et al., Wiesbaden: Gabler 2008, S. 125–32, hier S. 127.

Der GLS, um in dieser Metapher zu bleiben, stellt einen solchen neuen Zitronenbaum dar, sein Saft den durch ihn aktualisierten Mediendiskurs.

Die Suche nach Befriedigung von Reizen wurde durch die digitalen Medien auf ein noch nie dagewesenes Niveau gebracht. Diese werden dabei sowohl auf technischer Ebene (Laptop, Mobiltelefon, Tablet, VR, etc.) als auch auf inhaltlicher (GLS, *YouTube*, *Instagram*³¹, *Snapchat*³², *Whatsapp*³³, usw.) befriedigt. Technik und Medium sind dabei als zwei eigenständige Identitäten zu verstehen, die sich zwar bedingen, aber unterschiedliche Ziele verfolgen.

Die Technik verhält sich zum Medium wie das Gehirn zum Verstand oder zum Denken. So wie das Gehirn, ist die Technik ein gegenständlicher Apparat. So wie der Verstand, ist das Medium die Art und Weise, in der man einen solchen materiellen Apparat gebraucht. Sie ist bloß eine Maschine, das Medium ist die soziale und intellektuelle Umwelt, die durch sie hervorgebracht wird.³⁴ Die Technik setzt die Entwicklungen in Gang, ihr Anteil soll daher keinesfalls geschmälert werden. Der Gebrauch und Einfluss von beweglichen Lettern war aber weit größer als die bloße Vereinfachung der Vervielfältigung schriftlicher Inhalte. Der Mediendiskurs und die Kultur einer Generation wurden wie bereits durch die Sprache, Schrift und die Erfindungen Morses³⁵, Talbots³⁶, den Brüdern Lumière³⁷ oder Daguerre³⁸ unwiderruflich verändert. So auch durch das Fernsehen als Antrieb und Motor der neuen Medienkultur des 20. Jahrhunderts.

Erst die Beschleunigung des Digitalen hat das Fernsehen als Informationskanal, zumindest partiell, obsolet gemacht. In seiner Form als Unterhaltungsmedium ficht es, wie Miguel de Cervantes'³⁹ „Don Quijote“⁴⁰ einen aussichtslosen Kampf gegen virtuelle Windmühlen.

³¹ *Instagram* (App), Design: Kevin Systrom/Mike Krieger, Facebook Inc., 2010.

³² *Snapchat* (App), Design: Robert Murphy/Evan Spiegel, Snap Inc. 2011.

³³ *WhatsApp* (App), Design: WhatsApp Inc./Facebook Inc., Facebook Inc. 2009.

³⁴ Vgl. Postman, Neil, *Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl. 1999 (Orig.: *Amusing ourselves to death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Methuen: Viking Penguin 1985; übers. aus dem Amerikanischen von Reinhard Kaiser), S. 108.

³⁵ Samuel Finley Breese Morse, u.a. Erfinder des Telegraphen, 27.04.1837 – 02.04.1872.

³⁶ William Henry Fox Talbot, u.a. Erfinder des Negativ-Photos, 11.02.1800 – 17.09.1877.

³⁷ Auguste Marie Louis Nicolas Lumière, u.a. Entwickler des Kinetographen, 19.10.1862 – 10.04.1954; Louis Jean Lumière, u.a. Entwickler fotografischer Platten, 05.10.1864 – 06.06.1978.

³⁸ Louis Jacques Mandé Daguerre, u.a. Erfinder der Daguerrotypie, 18.11.1787 – 10.07.1851.

³⁹ Miguel de Cervantes Saavedra, Dichter, vermutlich 29.09.1547 – 22.04.1616.

⁴⁰ de Cervantes, Miguel S., *Der sinnreiche Junker Don Quijote von der Mancha*, München: dtv 2008 (Orig.: ebd., *Segunda parte del ingenioso caballero don Quixote de la Mancha*, 1605).

Computer, Laptops oder Mobiltelefone erreichen die Nutzer auf direktem Weg. Das Fernsehen bleibt trotz diverser Bemühungen in seiner Rolle als Nebenbeimedium gefangen. Der GLS hat sich aufgrund seiner partizipativen Funktionen hervorgetan und greift das Fernsehen als einst aktives Medium auf dieser Ebene an.

Wie sich der Gaming Livestream in Form und Struktur am Fernsehen orientiert hat, wird sich das Fernsehen an den Funktionen des Gaming Livestreams und seinen Funktionen orientieren müssen.

5 Methode

Fokus der Arbeit ist, das komplexe, abstrakte Konstrukt des Gaming Livestreams (GLS) und dessen Akteure anhand des konkreten Untersuchungsgegenstandes der Plattform *twitch.tv* zu analysieren. Grundlegende, medientheoretische Literatur zum Phänomen GLS fehlt im akademischen Feld bislang weitestgehend. Einzelne Forschungsarbeiten sind zumeist quantitativ ausgelegt und beziehen sich auf Aspekte wie Zugriffszahlen und die damit einhergehende Größenevaluierung einzelner Kanäle. Um die zentralen Fragestellungen der vorliegenden Arbeit beantworten zu können, wurde daher ein qualitativer, medienkomparatistischer Ansatz, der den Vergleich mit dem traditionellen, linearen Fernsehen anstrebt, verfolgt.

Ziel dabei ist es nicht – und kann es im Rahmen dieser Arbeit nicht sein –, eine umfassende Analyse und Charakterisierung des Gaming Livestreams zu bieten. Vielmehr versteht sich die Untersuchung als Überblicksarbeit, die a) die Schnittstellen zwischen GLS und linearem Fernsehen und b) das partizipative Potenzial von GLS-Plattformen aufzeigen soll. Auf Basis dieser Ergebnisse können weitere Forschungen auf diesem Gebiet durchgeführt werden.

Vor dem Hintergrund des angestrebten Erkenntnisinteresses der vorliegenden Arbeit und dem geringen wissenschaftlich fundierten Vorwissen über den Untersuchungsgegenstand *twitch.tv*, eignet sich eine qualitative Herangehensweise mit ihrer inhärent offenen Form am besten. Da auf bisher unerforschem Terrain (als welches GLS durchaus bezeichnet werden kann) prinzipiell unendlich viele Variablen, die untersucht werden könnten, existieren, wurde als Auswahlhilfe der Vergleich mit dem traditionellen Fernsehen gewählt. Dieses bietet bereits wissenschaftlich untersuchte Anhaltspunkte, anhand derer konkrete Schnittstellen festgemacht und – in einem zweiten Schritt – als Merkmale für das GLS postuliert werden können:

„Erst durch die vergleichende Gegenüberstellung zweier unterschiedlicher Medien treten deren jeweils spezifische Eigenheiten deutlich hervor; erst durch den Medienvergleich werden die Einzelmedien in ihrer je eigenen medialen Ausprägung beobachtbar. Der Vergleich lässt die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der in den Blick genommenen medialen Phänomene und damit zugleich deren jeweilige Spezifika allererst sichtbar werden; zugleich erhöht er die Prägnanz der wahrgenommenen Erscheinungen.“⁴¹

⁴¹ Gotto, Lisa/Simonis, Annette, „Medienkomparatistik – Aktualität und Aufgaben eines interdisziplinären Forschungsfelds“, *Medienkomparatistik: Beiträge zur Vergleichenden Medienwissenschaft* 1/1, 2019, S. 7–20, hier S. 9.

Im konkreten Fall sind die Untersuchungspunkte für die vorliegende Arbeit die Rolle von Moderatoren, Liveness, Serialität, Hierarchien, Partizipation, das Programm, Interaktionsmöglichkeiten und die damit einhergehenden Bindungsmechanismen. Innerhalb von *twitch.tv* dienen als Untersuchungsgegenstände unterschiedliche Streamer-Kanäle, die Streamer und deren Karriere-Entwicklung selbst, Videoinhalte (oftmals durch Screenshots festgehalten) und Chatprotokolle (wortgetreue Transkription).

Neben dem Herausarbeiten von Charaktereigenschaften des GLS, dient diese Arbeit auch dazu, Begriffe und Phänomene, die zwar innerhalb der GLS-Community geläufig sind (z.B. *Variety Streamer* oder *Content Broadcaster*), im akademischen Kontext allerdings bisher kaum Beachtung fanden, zu benennen und für weitere wissenschaftliche Untersuchungen zu definieren. Dazu wurden verschiedene, durch Internetrecherche ermittelte Einordnungsversuche gegenübergestellt und die wichtigsten Eigenschaften anhand von Beispielen aus Chatprotokollen und Videoinhalten aus *twitch.tv* überprüft.

6 Twitch.television

Das nachstehende Kapitel untersucht die Schnittstellen des linearen Fernsehens mit dem modernen Massenmedium des Gaming Livestreams.

Neue Medien entstehen durch die Konvergenz bereits vorhandener. Der GLS orientierte sich dabei stark am Fernsehen und dessen Einsatz von Moderatoren, Thementagen oder professionellen Sportübertragungen. Weiter übernahm er die „rund um die Uhr Verfügbarkeit“, diverse Produktionsprozesse und die Übertragung von Live-Sendungen im Digitalen.

Die Weiterentwicklung von Massenmedien ist aufgrund des technischen Fortschritts und dem beschleunigten Konsumverhalten junger User unabdingbar. Es ist daher naheliegend, dass sich neue Medien von den traditionellen inspirieren und umgekehrt die traditionellen von den neuen lernen.

Diese Arbeit konzentriert sich auf die Darsteller: Gaming Livestream (kurz GLS) und Fernsehen. Der GLS nimmt dabei eine interessante Rolle ein, auf die nachstehend näher eingegangen wird.

6.1 *Twitch.tv* und Fernsehen

Die URL⁴²-Endung „.tv“⁴³ wird im World Wide Web allgemein als „television“ interpretiert und kann als erste unterschwellige Anlehnung des Wesens des GLS an das lineare Fernsehen betrachtet werden. Eine konkretere Schnittstelle ist die „Wiederbelebung“ der vom Fernsehen erstmals ermöglichten Live-Übertragung von Bildinhalten. „In television, it [live coverage, Anm.] became the defining characteristic of the Golden Age, which spanned from the late 1940s till the beginning of the 1960s. However, live programming was fairly expensive, hard to monetize and less flexible in comparison to recorded programming.“⁴⁴

Die Präsentation von Live-Bildern über das Medium Fernsehen hat die Betrachtungsweise der Rezipienten nachhaltig verändert. Durch sie wurde ein Gefühl des Anteils an dem Geschehen vermittelt. Als Rezipient bekam man eine noch nie

⁴² URL: Uniform Resource Locator, bezeichnet die www.-Adresse einer Website.

⁴³ „.tv“ ist die länderspezifische Domain des Inselstaates Tuvalu im Pazifischen Ozean.

⁴⁴ van Es, Karin, „Liveness redux: on media and their claim to be live“, *Media, Culture & Society* 39/8, 2017, S. 1245–56, hier S. 1246.

dagewesene Form der Aktualität (in Bildern) angeboten, die das Interesse und Konsumverhalten beeinflusste. Der Aufgabe, Medien in das von ihnen hervorgebrachte Konsumverhalten und Interaktionsniveau zu kategorisieren, haben sich bereits mehrere Medientheoretiker gestellt.

Marshall McLuhan unterteilt die Medien in seinem Werk „Understanding Media: the Extensions of Man“⁴⁵ in zwei Kategorien: heiße „hot“ (high-fidelity/low-participation) und kalte „cool“ (low-fidelity/high-participation) Medien. Als Paradebeispiel kalter Medien führt er das Telefon an, welches dem Nutzer ein hohes Maß an Aktivität abverlangt, diesen dafür aber nur gering belohnt. Das traditionelle Fernsehen, einst als kaltes Medium kategorisiert, hat sich durch seinen technischen Fortschritt (HD ready, HDTV, 4K Auflösung, 8K Auflösung, Blu Ray, etc.) und seine digitale Konkurrenz zunehmend erhitzt.

Das heute passiv konnotierte Fernsehen hat den Rezipienten zwar durch die Vermehrung seines Programmangebots eine Form der Aktivität zurückgegeben, seine Entscheidungsfreiheit endet allerdings auch genau dort. Die aktive Beteiligung bleibt auf den Druck einer Taste limitiert.⁴⁶ Hamilton, Garretson und Kerne stellen fest, dass der Gaming Livestream als eine Hybridform der von McLuhan beschriebenen heißen und kalten Medien betrachtet werden kann.

“Cool media afford participation. Hot media afford spectating. Live streaming is a hybrid form, conjoining game graphics (high fidelity), live webcam video (medium fidelity), and chat (low fidelity). We found that streaming’s hybrid assemblage of synchronized low to high fidelity media components engages people in Twitch.tv.”⁴⁷

Helen Katz liefert in ihrem Werk „The Media Handbook. A complete guide to advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying“ eine weitere Unterteilungsmöglichkeit des Medienkonsums und unterscheidet diesen als „Lean Back“ und „Lean Forward“ Verhalten.

“TV viewing tends to be a more passive, ‘lean back’ experience, in contrast to the active involvement required of the ‘lean forward’ computer/Internet activity. Nevertheless, we are likely to continue to see new attempts to somehow merge the two media in the future, with more Internet functions (e.g., searching or pop-up ads) appearing on the TV

⁴⁵ McLuhan, Marshall, *Understanding Media: the Extensions of Man*, London [u.a.]: Routledge Classics 2004.

⁴⁶ Vgl. Riebensahm, „Das Web-TV und seine Fan-Communities“, S. 4.

⁴⁷ Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1318.

screen, and more TV offerings (programs and TV commercials) migrating to the small screen.”⁴⁸

Im GLS wurde ihre Prognose Realität. Im Gegensatz zu McLuhans Theorie bezieht sich Katz ausschließlich auf die Nutzeraktivität eines Mediums und nicht auf den Teilaspekt seiner technischen Beschaffenheit. Eine weitere Kategorisierung beschreibt dessen Einteilung in „Push and Pull“ Medien.

“The buzz phrase for this convergence is ‘push media’. Content is pushed to you, in contrast to the invitational pull you make when you click on the Web. The push can be gentle, in-your-face, intermittent, in the background, or always on. (...) The new networked do borrow ideas from television, but the new media landscape will look nothing like TV as we know it. And indeed, it will transform TV in the process.”⁴⁹

Die Weiterentwicklung des traditionellen Fernsehens kann durchaus als Transformation verstanden werden, wobei die wiederkehrende Interpretation alter Medien durch neue als konstantes Merkmal aller Kategorisierungen angeführt werden kann. Die Medientheoretiker Jay David Bolter und Richard Grusin beschreiben diesen Prozess der Wiederkehr als „Remediation“, auf welchen im nachstehenden Abschnitt genauer eingegangen wird.

⁴⁸ Katz, Helen, *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying*, Mahwah, NJ [u.a.]: Erlbaum ³2007, S. 61.

⁴⁹ Bolter, Jay D./Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, Mass. [u.a.]: MIT Press ⁴2001, S. 223f.

6.2 Gaming Livestream und Remediation

Jay David Bolter und Richard Grusin verfassten mit „Remediation. Understanding New Media“ (2001) ein Theoriemodell der Medienforschung, welches seinen Gültigkeitsanspruch bis heute bewahren konnte.

“No medium today, and certainly no single media event, seems to do its cultural work in isolation from other media, any more than it works in isolation from other social and economic forces. What is new about new media comes from the particular ways in which they refashion older media and the ways in which older media refashion themselves to answer the challenge of new media.”⁵⁰

Der GLS verfolgt dabei – wie jedes andere Medium – einen individuellen Ansatz, um die Rezipienten zu erreichen. Die Form und Funktion der Ansprache sowie die Betrachtungsweise der Rezipienten werden von den Autoren mit folgenden Begriffen unterschieden: Immediacy, Hypermediation, Remediation.

6.2.1 Immediacy

Unter dem Begriff „Immediacy“ (zu dt. Unmittelbarkeit) verstehen Bolter und Grusin die Verbindung der Betrachter zum Medium, die durch das Medium erzeugt wird. Das Maß der Unmittelbarkeit kann durch den technischen Fortschritt gesteigert werden. “(...) the logic of immediacy dictates that the medium itself should dissapear and leave us in the presence of the thing represented: sitting in the race car or standing on the mountaintop.”⁵¹ “Photography was supposed more immediately than painting, film than photography, television than film, and now virtual reality fulfills the promise of immediacy and supposed ends the progression.”⁵² Das Fernsehen generiert seinen Anspruch auf Unmittelbarkeit, laut Grusin und Bolter, durch seine Live-Übertragungen und dem damit einhergehenden Gefühl der direkten Beteiligung. Raymond Williams würde ihn als Flow definieren. Der GLS stellt keinen Anspruch auf Immediacy oder Flow, erfüllt aber die Prämisse der Liveness und der direkten Beteiligung der Rezipienten am Programm. Die Streamer tauchen aufgrund ihrer vermittelnden Funktion nicht in die immersive Welt des Spieles ein, wodurch der Flow Zustand im Gegensatz zum traditionellen Fernsehen abhandenkommt. Das Medium bleibt stets als

⁵⁰ Bolter/Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, S. 15.

⁵¹ Ebd., S. 6.

⁵² Ebd., S. 60.

Produktionsapparat präsent und die technischen Komponenten wie OBS⁵³ Systeme, Webcam Qualität, Internetverbindung (dropping Frames) oder Lautstärken und Auflösungsregulierungen sind offensichtlich. Der Bruch mit der Immersion, Immediacy und dem Flow sind bewusste „Opfer“ des GLS.

6.2.2 Hypermediation

Unter dem Begriff der Hypermediation verstehen Grusin und Bolter die Repräsentation eines oder mehrerer Medien in einem anderen. Dieser Ansatz lässt sich schon in der Malerei bzw. der bildenden Kunst verorten. Gemalte Bilder von Bildern, Fenstern, Spiegeln oder Karten sind Beispiele dafür. Das Layout moderner Printmedien ist ein Sammelsurium von Fotos, Grafiken und Textpassagen, die in Mosaikform angeordnet sind. Im Digitalen ist es noch einfacher: “In digital media today, the practice of hypermediacy is most evident in the heterogeneous ‘windowed style’ of World Wide Web pages, the desktop interface, multiple programs, and video games.”⁵⁴ “In current interfaces, windows multiply on screen: it is not unusual for sophisticated users to have ten or more overlapping or nested windows open at one time.”⁵⁵ Das Medium versucht dabei nicht, sich aufzulösen („erase“), sondern fordert bewusste Interaktivität von seinen Betrachtern. Im Digitalen wird man durch die Implementierung von Links und Querverweisen aufgefordert seinen Blick und sein Interesse ständig neu zu orientieren. Der Gaming Livestream findet seine Hypermediation auf mehreren Ebenen: der Ebene des Spiels, der Ebene des Streamers/Produzenten in seinem privaten Umfeld, der Ebene des Interfaces mit Zusatzwerkzeugen (Decktracker, Eyetracker, Innkeeper, etc.), Werbebannern oder grafischen Darstellungen und der Ebene der URL selbst mit diversen Links, Informationen zur Person oder zum technischen Setup des Kanals. Zudem ist anzunehmen, dass die Rezipienten im „windowed style“ weitere Internetseiten wie Social Media Plattformen, Nachrichtenportale, Email oder Reiseangebote geöffnet haben.

⁵³ „OBS“: Open Broadcast Software ist eine freie Software, um den Bildschirminhalt eines Computers aufzuzeichnen und zu übertragen.

⁵⁴ Bolter/Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, S. 31.

⁵⁵ Ebd., S. 32.

6.2.3 Remediation

“We [Bolter & Grusin, Anm.] call the representation of one medium in another remediation, and we will argue that remediation is a defining characteristic of the new digital media.”⁵⁶ Das Digitale als Teil der gegenwärtigen Unterhaltungsindustrie übermittelt und archiviert Inhalte anderer Medienformen und stellt dabei den unanständigen Anspruch auf Originalität.

“The contemporary entertainment industry calls such borrowing ‘repurposing’: to take a ‘property’ from one medium and reuse it in another.”⁵⁷ Dabei gibt es oft keine Verweise auf den Ursprung des Inhalts, sodass ein digitales Foto oder ein Film als eigenständiges Massenmedium betrachtet wird. Bolter und Grusin führen zwei grundlegende Beispiele dieser Remediationsprozesse an.

Zum einen die Rockmusik mit ihrer ursprünglichen Charakteristika der Live-Performance und ihrer remediierten Form auf CD-ROMs gespeichert zu werden und zum anderen das World Wide Web.

“The World Wide Web has already passed through several stages, each of which refashions some earlier media. The Web today is eclectic and inclusive and continues to borrow from remediate almost any visual and verbal medium we can name.”⁵⁸

Das Internet offeriert seinen Nutzern Ölgemälde, Plastiken, Fotos oder Videokunst. Digitale Enzyklopädien werden durch Bilder, Links, Videos oder Spracherläuterungen ergänzt bzw., verglichen mit seinen haptischen Vorbildern, optimiert. “The goal of remediation is to refashion or rehabilitate other media. Furthermore, because all mediations are both real and mediations of the real, remediation can also be understood as a process of reforming reality as well.”⁵⁹ Die Passivität des linearen Fernsehens gepaart mit dem aktivierenden Wesen der Computerspiele und der Übertragung bekannter Programmstrukturen ins Digitale ergeben eine remediierte Version des traditionellen Fernsehens. Der GLS ist dementsprechend ein Produkt medialer Remediation und Konvergenz.

“Convergence is the mutual remediation of at least three important technologies – telephone, television, and computer – each of which is hybrid of technical, social, and

⁵⁶ Bolter/Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, S. 60.

⁵⁷ Ebd., S. 45.

⁵⁸ Ebd., S. 197.

⁵⁹ Ebd., S. 56.

economic practice and each of which offers its own path of immediacy.”⁶⁰ Im GLS trifft die Remediation in Form der Spiele auf die mediatisierte Wirklichkeit der Streamer und die hypermediatisierte Betrachtung der Rezipienten.

6.2.4 Computer Games

Die Angleichung von Computerspielen an Film und Fernsehen geschieht in wechselseitigem Interesse.

“In addition to remediating the computer itself, these games [Pacman, Doom, Myth, Quake, Anm.] also remediate television and film. In fact, the distinction between the more hypermediated and the more transparent games often turns on whether the primary remediation is television or film.”⁶¹

“The game units coopt broadcast television to offer a kind of entertainment whose characteristics include simple but violent narratives and tightly coupled interaction between the player and the screen. At least for its audience of young users, the interactivity is an improvement over conventional television.”⁶²

Durch die Ergänzung des Interaktiven ist das Spiel nicht bloß die Wiedergabe eines Mediums durch ein anderes, sondern eine Optimierung auf funktioneller Ebene, die im GLS durch die Komponente der Streamer erweitert wird. Die Degradierung des Spielers zum Betrachter wird durch die Beförderung zum Mitmacher im sozialen Gefüge des Kanals aufgehoben. Sein direkter Vorgänger das Let's Play Video verfügte noch nicht über derartige Kompetenzen, allerdings haben sich die Erwartungshaltung und die Rezeptionsmotivation geändert. Die vom Let's Play Video erzeugte Illusion des Miteinander-Spielens wurde erst durch dessen Remediation im GLS Wirklichkeit.

⁶⁰ Bolter/Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, S. 224.

⁶¹ Ebd., S. 91.

⁶² Ebd., S. 92.

6.3 Programmstruktur und Übertragung

Die korrekte Positionierung eines Kanals in den Programmfluss folgt auf *Twitch.tv* dem Vorbild des traditionellen Fernsehens. Die ästhetische Standardisierung, die zeitliche Kontinuität, reguläre Programminhalte und das Einhalten eines fixen Zeitplans sind historische Grundbausteine aus der Radio und Fernsehindustrie, die hier in neuer Form wiederzufinden sind. Sie nehmen einen zentralen Part der Programmgestaltung ein.⁶³

Der feste Zeitplan dient in erster Linie den Rezipienten. Wie auf die Lieblingsserie im Fernsehen, sollte auch auf den bevorzugten Kanal auf *Twitch.tv* zeitlich Verlass sein, sodass bei Bedarf die Tagesaktivitäten dem Programm angepasst werden können.⁶⁴

Die Dauer einer Übertragung bzw. Sitzung ist ein weiterer wichtiger Punkt der Produktion. Diese kann stark variieren. Für hauptberufliche Streamer bzw. Broadcaster sind sechs bis acht Stunden täglich üblich. Der auf *Twitch.tv* produzierte Inhalt ist als „long duration content“ zu betrachten – im Gegensatz zu der Videoplattform *YouTube*, auf der statistisch gesehen die Durchschnittsdauer der hochgeladenen Videos 00:04:12 Minuten beträgt. Textbasierte Medien wie *Twitter* beschränken ihre Anwender auf maximal 140 Textzeichen pro Nachricht, der wohl kürzesten Duration innerhalb der SLS (social live services).⁶⁵ Durch die individuelle Kanalplatzierung und die variable Dauer der Sitzungen sind die Streamer in der komfortablen Lage, ihr Publikum zumindest geografisch mitzubestimmen und sich daher inhaltlich an die Sehgewohnheiten der unterschiedlichen Regionen anzupassen (EU/US/AS). Da die Übertragung live stattfindet, spielt die Tageszeit der unterschiedlichen Regionen einen elementaren Faktor bei der Adressierung der vom Streamer bevorzugten Rezipientengruppe.

6.3.1 Liveness

Die Geschichte der technischen Verbreitung von Information begründet seinen Ursprung bereits lange Zeit vor der Erfindung des Fernsehens. Die Telegraphie und die Printmedien haben diese in einer für das heutige Verständnis veralteten Form der Unmittelbarkeit entwickelt. Historisch gesehen kam das Radio vor dem Fernsehen,

⁶³ Vgl. Nascimento et al., „Modeling and analyzing the video game live streaming community“, S. 1–9.

⁶⁴ Vgl. ebd.

⁶⁵ Vgl. ebd.

welches sich vor das Internet und die Mobilfontechnologie reiht.⁶⁶ In seinen frühen Tagen hatte der Begriff der Liveness noch eine wesentlich stärkere Bedeutung für die Sehgewohnheiten der Rezipienten als es heute der Fall ist. "In television's early days when all programs were performances broadcast live, television was entirely a 'live' medium, in the sense of broadcasting when it was performed."⁶⁷

Information in Bewegtbildform live zu übertragen und damit tausende von Haushalten zu erreichen schuf eine neue Weltansicht, ein aktualisiertes Verständnis von den sonst unerreichbaren Dingen. Das Fernsehen spielte dabei eine zentrale Rolle, worauf sich folgende Annahme stützen lässt.

Kulturen schaffen Medien und Medien schaffen Kulturen. Das Fernsehen hat die Kultur, die es hervorbrachte – genau wie die Sprache, der Buchdruck, die Fotografie oder der Telegraph – durch technische Intelligenz verändert.

6.3.1.1 Liveness als Produktionstypus

Versuche den Begriff Liveness zu beschreiben gehen häufig mit seiner technischen Beschaffenheit einher, worin auch sein Ursprung begründet ist.⁶⁸ "(...) a simple and rather obvious definition of liveness, namely that it concerns the simultaneity that links the production, transmission and reception of an event. However, this once again reduces the live to a technical performance."⁶⁹ Die Produktion des Gaming Livestreams passiert auf Seiten der Streamer (Sender), die Transmission beschreibt die technische Umsetzung der digitalen Live-Übertragung (Bsp.: OBS) und die Rezeption auf den Endgeräten der Zuschauer. Fällt eine der drei Komponenten aus, bricht das Kartenhaus in sich zusammen.

Eine Definition, die sich sowohl auf den technischen Aspekt der Übertragung als auch auf die Interessen und Realitäten der Empfänger bezieht, beschreibt den Begriff als Programm, in welches die übertragende Instanz spontan eingreifen kann, um einen Bezug zu der Wirklichkeit der Rezipienten herzustellen. Das Hören eines Lieds auf Kassette während einer längeren Autofahrt wird dabei als isolierender Prozess verstanden. Wohingegen das Hören desselben Lieds im Radio, mit der Option der

⁶⁶ Vgl. Couldry, Nick, „Liveness, 'Reality', and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone“, *The Communication Review* 7/4, 2004, S. 353–61.

⁶⁷ Ebd., S. 355.

⁶⁸ Vgl. van Es, „Liveness redux“, S. 1246.

⁶⁹ Ebd., S. 1248.

Unterbrechung durch den Moderator, als verbindender medialer Akt angesehen wird, auch wenn dieser in letzter Instanz nicht passiert.⁷⁰ Diesem Aspekt nachzugehen ist ein elementarer Bestandteil dieser Arbeit, da der Begriff nicht auf seine technische Beschaffenheit reduziert werden soll, sondern den durch ihn veränderten sozialen und kulturellen Aspekten Raum gegeben wird.

6.3.1.2 Liveness als soziales Element

“Because liveness is not a natural category but a constructed term, its significance rests not on a technological fact, but on a whole chain of ideas:

- 1, that we gain access through liveness to something broader, because ‘central’, significance, which is worth accessing now, not later!
- 2, that the ‘we’ who gain live access is not random, but a representative social group.
- 3, that the medium not any other social mechanism is the privileged means for activating that access.”⁷¹

Die eben angeführten Parameter treffen sowohl auf den Übertragungstypus des GLS als auch auf jenen des linearen Fernsehens zu. Die Gruppe der Rezipienten ergibt sich nicht zufällig, sondern ist ein Produkt vorangegangener Prozesse die durch Werbung, Habitualisierungsprozesse und Kohärenz der Angebote initiiert werden.

Die Unmittelbarkeit und die Ungewissheit des Verlaufs eines Programms schaffen eine Ebene der Spannung, wie sie nur über die Liveness generiert werden kann. Eine Live-Übertragung On Demand zu schauen verändert unweigerlich deren Charakter und nimmt ihr jegliches Spannungselement. Das Wissen um den Vorsprung anderer Rezipienten degeneriert den Sinn der Übertragung und reiht es folglich in den Sendefluss von Standardformaten. Darin ist auch der fundamentale Unterschied der Live-Sitzungen des GLS zu den aufgezeichneten (pre-recorded) Let's Play Videos auf *YouTube* begründet. *Twitch* garantiert ein geteiltes soziales Erlebnis, welches real ist und anderweitig nur simuliert wäre.⁷²

⁷⁰ Vgl. Couldry, „Liveness, ‘Reality’, and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone“, S. 353–61.

⁷¹ Ebd., S. 356.

⁷² Vgl. ebd., S. 353–61.

6.3.1.2.1 Group Liveness

Nick Couldry begründet den Ursprung des Begriffs der Group-Liveness in der durch das Mobiltelefon veränderten Kultur der Unterhaltung und Verfügbarkeit. Dabei verfügen mehrere räumlich unabhängige Teilnehmer über Zugriff auf Kommunikation in Echtzeit. Schulfreunde führen ein begonnenes Gespräch am Nachhauseweg ungestört fort, ohne dabei durch infrastrukturell bedingte Wartezeiten wie Busfahrten oder einem Fußmarsch aufgehalten zu werden.⁷³ Das Angebot, mittels Technik eine Gruppenaktivität fortzuführen, macht deutlich, dass dem Begriff eine soziale Komponente innewohnt, die in übertragener Form auf *Twitch.tv* zu finden ist.

6.3.1.2.2 Fully live

Mit einem Fully Live Event beschreibt Jérôme Bourdon ein Ereignis, welches über den Rahmen seiner Medialität Einfluss auf die Wirklichkeit der Rezipienten nimmt. Eine Papstrede, ein Konzert oder ein Sportevent verändert das Bild einer Stadt und weiter das Verhalten ihrer Bewohner. Das Ereignis nimmt nicht nur Einfluss auf das Wohnzimmer der Zuschauer, sondern auf deren natürliches Umfeld, Sozialleben und Kultur. Es ist damit weit mehr als eine rein technische Definition von Übertragungsparametern, denn im Unterschied dazu rufen Aufzeichnungen diesen Effekt nicht hervor.⁷⁴ Menschen werden aktiv und kommen durch ein geteiltes Interesse zusammen, um über die Zeit der Produktionen ein soziales Moment miteinander zu verbringen.

6.3.1.3 Liveness als Fake on TV

Das Fernsehen hat im Laufe der Zeit viele Formen bzw. Interpretationen der Liveness hervorgebracht, wobei die echte, die unmittelbare zunehmend aus dem Programm entfernt wurde. An ihre Stelle traten Produktionen und Formate, die sich dem Begriff bedienen, ihm aber im ursprünglichen Sinn nicht gerecht werden. Sie bringen eine Variation der Liveness hervor "but the accessions where the promise is actually fulfilled

⁷³ Vgl. Couldry, „Liveness, ‘Reality’, and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone“, S. 353–61.

⁷⁴ Vgl. Bourdon, Jérôme, „Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise“, *Media Culture & Society* 22/5, 2000, S. 531–56, hier S. 539.

are rare.”⁷⁵ Serien und Soap Operas schaut man bspw. „live“ – im Sinne der konstanten Platzierung im Programm des Senders. Liveness bedeutet in diesem Fall um exakt 15:00 Uhr. Freunde und Bekannte passen sich ebenfalls der diktierten Zeitvorgabe an, womit ein räumlich getrenntes, aber paralleles Seherlebnis entsteht.

Nachrichtenformate simulieren zwar das Gefühl der Liveness, werden aber häufig um mehrere Stunden zeitverzögert ausgestrahlt. Der Tod Michael Jacksons am 25.06.2009 wurde, durch soziale Netzwerke wie *Facebook* und *Twitter*, bereits Stunden vor der ersten öffentlich-rechtlichen Berichterstattung in Österreich digital verbreitet.

Im täglichen Programm und der statischen Platzierung von Nachrichtensendungen wird Liveness durch Aktualität ersetzt. Live News werden stündlich wiederholt und dennoch als live gekennzeichnet, ganz nach dem Motto: “We tend to think that we are seeing a live program”.⁷⁶ Aufbereitung und Gestaltung von Nachrichtenprogrammen sowie die Schulung der Moderatoren, tragen zu der von ihnen hervorgebrachten Fake-Liveness erheblich bei. Angefangen bei der Auswahl der Zeit, in welcher die Nachrichten vorgetragen werden, wird durch den ständigen Gebrauch des Präsens Unmittelbarkeit beim Rezipienten suggeriert. Der dazu passende Blick in die Kamera und die damit einhergehende direkte Ansprache, stärken die Glaubwürdigkeit des Programms.⁷⁷ Bei der zweiten oder dritten Ausstrahlung derselben aufgezeichneten Nachrichtensendung verliert die Verbindung zum Ereignis durch die wachsende zeitliche Kluft an Bedeutung.⁷⁸

Für die Streamer des GLS sind Nachrichtenformate als Vorbild für Gestaltung und Produktion ihrer Inhalte zu verstehen. Der direkte Blick in die Kamera und die Aktualität des Programms sind auf vielen Ebenen vergleichbar.

6.3.1.4 Liveness und Katastrophen

Für das frühe Fernsehen galt die Live-Übertragung als eines seiner Markenzeichen, welches es als übertragendes Bildmedium einzigartig machte. Mit der Liveness kamen aber auch Probleme. Waren die übertragenen Nachrichten live und vor Ort, wurden sowohl die Produktionskosten als auch der Risikofaktor der Übertragung ungemein erhöht. Das Unerwartbare, die skriptlose Produktion und die wachsenden Augen der

⁷⁵ Bourdon, „Live television is still alive“, S. 550.

⁷⁶ Ebd.

⁷⁷ Vgl. ebd.

⁷⁸ Vgl. ebd.

Zuschauer machten die Live-Übertragung zu einem hohen Risikofaktor für die Produzenten.⁷⁹ Das bekannteste Beispiel einer fehlgeschlagenen Live-Übertragung ist der missglückte Start des Space-Shuttles *Challenger* am 28. Januar 1986, welches vor den Augen Millionen von Zuschauern verbrannte.⁸⁰

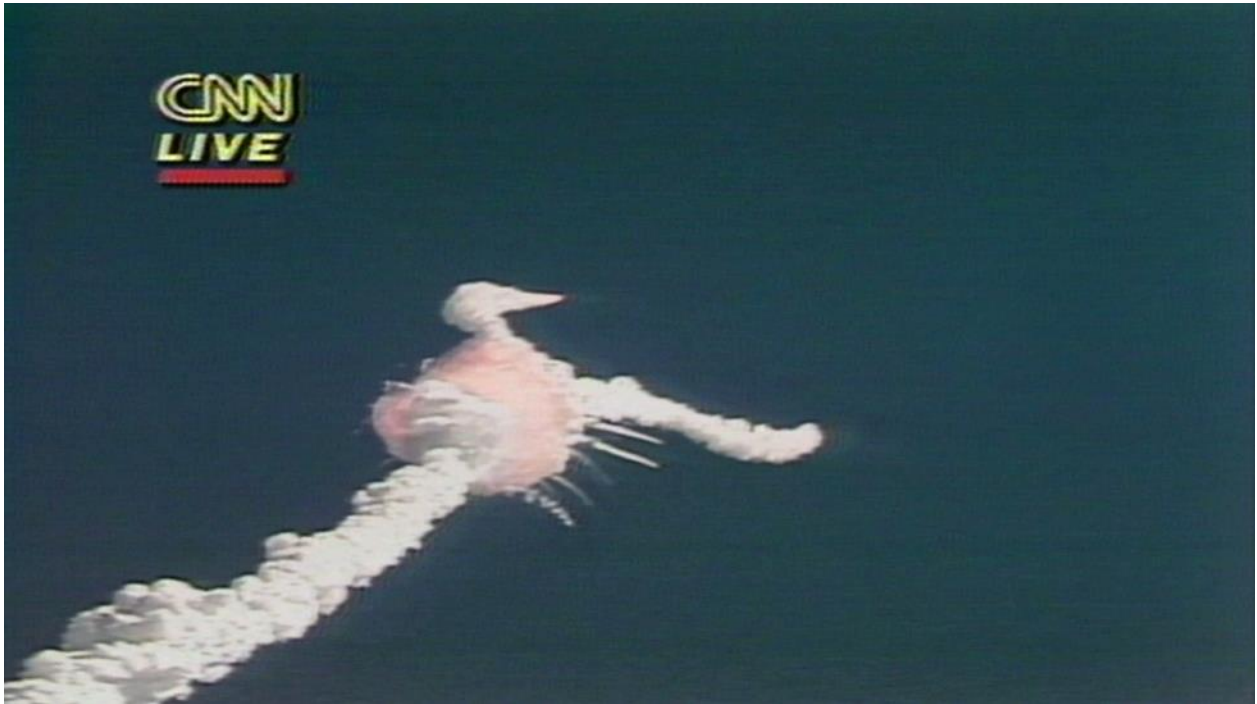


Abbildung 1: Explosion der *Challenger* (Screenshot).⁸¹

Die Fernsehanstalten waren im „Disaster Mode“ und mussten improvisieren, um die Situation für die schwierigen Umstände bestmöglich zu verkaufen.⁸² Weitere Beispiele missglückter Live-Übertragungen sind der Tod von Lady Diana am 31. August 1997 sowie das Kennedy Attentat am 22. November 1963. Die Bilder dieser Ereignisse wurden durch die televisuelle Verbreitung tief ins Gedächtnis der Weltbevölkerung eingebrannt und archiviert. Katastrophen wie diese haben die Liveness im Fernsehen nachhaltig verkompliziert. Sie wurde durch den möglichen Faktor des Desasters erweitert und obwohl solche täglich gezeigt werden, ist das soziale Bewusstsein, sie im Kollektiv live zu erleben, ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Produzenten.⁸³

⁷⁹ Vgl. White, Mimi „Television Liveness: History, Banality, Attractions“, *The Spectator* 20/1, 1999, S. 39–56, hier S. 39.

⁸⁰ Vgl. ebd.

⁸¹ Escobedo, Tricia, „When a national disaster unfolded live in 1986“, *CNN*, 31. 03. 2016, <https://edition.cnn.com/2016/03/31/us/80s-cnn-challenger-coverage/index.html>, 03. 02. 2020.

⁸² Vgl. ebd., S. 40.

⁸³ Vgl. ebd., S. 41.

Der Anschlag auf die *Twin Towers* am 09.11.2001 hielt die Welt in Atem und vor den Fernsehgeräten. Der Einfluss auf die Kultur und das kollektive Bewusstsein der Amerikaner und den Rest der Menschen ist bis heute spürbar.

Aus aktueller Sicht hat das traditionelle Fernsehen aufgrund seines Mangels an Geschwindigkeit den Kampf um die Vorherrschaft als Live-Medium, auch im Bereich der Nachrichtenformate, verloren. Textbasierte soziale Netzwerke oder Online-Nachrichten, die weniger Wert auf Qualität, fundierte Recherche oder politische Neutralität legen, verbreiten Bild- oder Videomaterial „up to the minute“. Die Liveness bleibt ein wichtiges Element des Fernsehens, sie als Markenzeichen zu definieren wäre aus heutiger Sicht allerdings schwierig.

6.3.1.5 Liveness als Basis von Interaktion

Die angestrebte Interaktivität der Rezipienten mit dem Programm bringt das Fernsehen wieder zu seinem Live-Betrieb zurück, denn nur dort, wo in Echtzeit die Kommunikationskanäle zwischen Sender und Empfänger offen und umkehrbar sind, ist es sinnvoll, von interaktiven und somit von Live-Fernsehen zu sprechen.⁸⁴ Besonders geeignet dafür sind Infotainment Angebote und Game Shows.⁸⁵

“The first point to make is that quiz shows produce particularly active, participatory viewers. Their mini-narratives are structured around the hermeneutic code which poses and then resolve enigmas. But unlike typical narratives, quiz shows are not presented as enacted fiction, but as live events. (...) Their ‘liveness’ or ‘nowness’ is crucial to their appeal for its positions to the viewer as the equal of the characters narrative. (...) The viewer of quiz shows, like that of soap opera, is positioned actively towards the text by its unwrittenness, its sense of time span in which the present and future are equal for both characters and viewers.”⁸⁶

Die Produktion von Liveness bezieht sich anhand dieses Beispiels sowohl auf die narrative Ebene der Formate als auch auf die Prozesse, die auf Seiten der Rezipienten durch deren Übertragung ausgelöst werden. Eines der gelungensten Beispiele des interaktiven Live-Fernsehens ist die Spielform *HUGO*⁸⁷ aus dem Jahr 1994.

⁸⁴ Vgl. Schwarz, Alexander, „Utopie und Realität interaktiven Fernsehens. Ein Bericht aus der Praxis“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 4/1, 1995, S. 143–60, hier S. 144.

⁸⁵ Vgl. ebd., S. 146.

⁸⁶ Fiske, John, *Television culture*, London [u.a.]: Routledge 2011, S. 275.

⁸⁷ *HUGO. Die interaktive Gameshow*, R.: Frank, Wolfgang et al., Deutschland, 1994–1997.

Hugo ist 1992 in Dänemark als Grundgerüst entwickelt worden, weiter als Lizenz verkauft worden und darf wohl als das erfolgreichste interaktive Live-Spielformat im Fernsehen angesehen werden.⁸⁸



Abbildung 2: Interface der Spielshow *HUGO* (Screenshot).⁸⁹

In Deutschland wurde die Spielshow vom Sender *Kabel1* ins Programm aufgenommen. Ein ausgewählter Zuschauer konnte mittels Anruf an der Sendung aktiv teilnehmen und in direkte Kommunikation mit der Moderatorin treten. Weiter wurde das Tastentelefon zu einer Art Spielecontroller umfunktioniert mit welchem die kleine Figur *Hugo*, um Hindernissen auszuweichen, nach links, rechts, oben oder unten bewegt werden konnte – worin auch der Sinn des Spiels lag.⁹⁰ Die Levels waren als Schlauchkanäle konstruiert und wiederholten sich schon nach kurzer Zeit, das Spannungselement der Partizipation war dennoch für Spieler und Zuschauer verhältnismäßig hoch. Die

⁸⁸ Vgl. Schwarz, „Utopie und Realität interaktiven Fernsehens“, S. 154.

⁸⁹ Schwarten, Marcus, „‘Hugo Retro Mania’ erschienen – Hugo auf iPhone und iPad spielen“, *iPlayApps.de*, 16. 12. 2011, http://www.iplayapps.de/Hugo_Retro_Mania_erschienen_-_Hugo_auf_iPhone_und_iPad_spielen-2427/, 03. 02. 2020.

⁹⁰ Vgl. ebd.

Nachfrage war enorm und Hugo erzielte Top-Quoten. Es wurden bis zu hunderttausend Anrufe pro Stunde gemessen.

Die Partizipation am Programm war trotz ihrer rudimentären Umsetzung ein Highlight für die Rezipienten, deren Sehgewohnheiten durch die angebotenen interaktiven Prozesse aktiviert wurden. Die Teilnahme durch den einfachen Tastendruck beeinflusste nicht nur den hauseigenen Monitor, sondern unterhielt sämtliche Zuschauer gleichzeitig.⁹¹ Der Erfolg war allerdings nicht nachhaltig, durch die langsame Evolution des Fernsehens verlor auch die Partizipation wieder an Bedeutung.⁹²

Für den GLS als partizipatives Massenmedium ist *Hugo* und dessen Erfolg als ideales Vorbild des traditionellen Fernsehens zu betrachten. Die Kommunikation mit einem Moderator in Echtzeit, der individuelle Einfluss auf das dargestellte Programm durch den Zuschauer, die Möglichkeit sich als Rezipient vorzustellen und einzubringen, die tägliche serielle Produktion und die Live-Übertragung sind heute im Gaming Livestream wiederzufinden.

6.3.1.6 Liveness im GLS

Die zunehmende Intelligenz der Technik und die vereinfachten Produktionsprozesse unterstützen die Entwicklung der Liveness im digitalen Raum, aufgebaut und abstrahiert aus den technischen Errungenschaften des linearen Fernsehens.

„Die Kosten für einen Web-TV-Sender betragen nur einen Bruchteil eines herkömmlichen TV-Senders. Erst ab durchschnittlich etwa 200.000 Zuschauern ist aus wirtschaftlicher Sicht eine Übertragung via Rundfunk überhaupt lohnenswert. Die geringeren Kosten bringen neue Anbieter ins Spiel der Bewegtbildübertragung via Internet-Protokoll.“⁹³

Das produzierte Material auf *Twitch.tv* ist immer live und wird nach Ende einer Sitzung als VOD (Video On Demand) direkt auf *Twitch.tv* oder nachbearbeitet auf SNS (social network service) Plattformen wie *YouTube* hochgeladen und gespeichert.⁹⁴

Grundsätzlich wird auf *Twitch.tv* unbearbeitetes und bedingt unerwartbares Material produziert, welches von den Rezipienten ungeschönt und roh wahrgenommen wird.

⁹¹ Vgl. Schwarz, „Utopie und Realität interaktiven Fernsehens“, S. 153.

⁹² Vgl. ebd., S. 154.

⁹³ Adam, Marc A., „Internet-TV – das Fernsehen der Zukunft“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns et al., Wiesbaden: Gabler 2008, S. 67–79, hier S. 79.

⁹⁴ Vgl. Wilke, Christoph, „Interaktivität auf Youtube“, Dipl.-Arb., Univ. Wien, Theater-, Film- und Medienwissenschaften 2013, S. 44.

Es kommt regelmäßig zu längeren Ladezeiten, technischen Problemen und Wiederholungen von Spielabschnitten, welche für die Zuschauer (im Unterschied zum Let's Play Video) sichtbar (nicht geschnitten) sind. Die Live-Übertragung auf *Twitch.tv* wird auch aufgrund physischer Bedürfnisse der Produzenten, wie Durst oder dem Gang auf die Toilette, unterbrochen, aber nicht gestoppt. Anhand Liriks Beispiel, einer der erfolgreichsten Streamer auf *Twitch.tv*, wird eine solche Unterbrechung verdeutlicht:

*Lirik: "Dude, I got to pee so fucking bad hold on man, ah don't do anything."
(Unterbrechung)*

Lirik: "Yo my bad guys, I had to take a shit. What happened to the game? What the fuck! Ya, I was peeing and I was woah, I got to take a shit so, sorry, my bad."⁹⁵

Die Unterbrechung dauerte 00:06:20 Minuten, länger als die Durchschnittsdauer eines *YouTube* Videos, und musste von den Chatteilnehmern und Rezipienten erduldet werden. Diese reagierten zwar auf die Unterbrechung, führten die Unterhaltung aber ungehindert fort. Anhand Liriks Beispiels kann von Humor bis zynischer Sorge der Chatteilnehmer bzw. Rezipienten alles entnommen werden ("rip Lirik", "call the ambulance", "call the police", etc.)⁹⁶. Unterbrechungen wie diese unterstreichen den Charakter des GLS als digitales Live-Medium und dessen ungeschönte Übertragungspolitik.

⁹⁵ „□□□ □□□□□□“, R.: Lirik, *twitch.tv*, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/277833006>, 06. 06. 2018.

⁹⁶ Lirik, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/277833006>, 06. 06. 2018.

6.3.2 Serialität

„Die Fernsehserie ist des Zuschauers liebstes Kind. Durch keine andere Programmform werden Identifikationsprozesse so schnell in Gang gebracht, Verhaltensmuster so nachhaltig geprägt und das Entspannungsbedürfnis so elementar befriedigt. In dieser demoskopisch erhärteten Tatsache liegen Gefahr und Chance gleichermaßen.“⁹⁷

Die Form der seriellen Erzählung gibt es schon seit der Mitte des 18. Jahrhunderts. Der englische Schriftsteller Charles Dickens beispielsweise nutzte die serielle Erzählform, um seine Leser in wöchentlichen oder monatlichen Abständen in die Narration und Figurenentwicklung seiner Erzählungen einzubinden. Dabei kam es schon damals zu einer Beziehung zwischen Fiktion und Wirklichkeit.⁹⁸ Der Einfluss der Leser auf den Verlauf der Geschichte war sowohl für den Schriftsteller als auch für die Konsumenten eine erfrischende Ergänzung zu den sonst starren Erzählformen. Die Rückmeldungen der Leser auf die Vorstellung neuer Charaktere oder unerwarteten Handlungsentwicklungen finden bis heute mediale Anwendung im Print, TV und Hörfunk. Nach den seriellen Romanen kam es in Tageszeitungen der 20er Jahre zu abgedruckten Comics mit fortlaufender Handlung und letztendlich folgte das Fernsehen mit der Soap Opera.⁹⁹ Aus kultureller Sicht stellt die Soap Opera einen wertvollen Beitrag zur Serienkultur des Fernsehens dar, wird aber dennoch auf intellektueller Ebene belächelt. Mit ihr wurde der Produktionstypus „Endlos-Serie“ vorgestellt und kann bis heute als Vorbild der Programmgestaltung der Kanäle auf *Twitch.tv* betrachtet werden.

„Der Begriff des Seriellen ist kulturell negativ behaftet. Er steht für das Nicht-Einmalige, das Wiederholbare, die Ausrichtung auf die Vervielfältigung.“¹⁰⁰ Der Ursprung dieses Gedankens lässt sich mit dem Begriff der Trivialität erörtern, der häufig mit dem literarischen Vorbild des Groschenromans assoziiert wird. Dabei stand bereits damals die Unterhaltung im Fokus bei der Ansprache der Leser und wurde dem Informationsgehalt übergeordnet. Ein Prinzip, welches bis heute in unzähligen analogen und digitalen Formaten umgesetzt wird.

⁹⁷ Prager, Gerhard, „Sechs anfechtbare Thesen zur Problematik der Fernsehserie“, *Das Fernsehspiel im ZDF* 2/4, 1974, hier S. 2.

⁹⁸ Vgl. Morsch, Thomas „Serialität und metaleptische Erfolge“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 21/1, 2012, S. 151–74, hier S. 153.

⁹⁹ Vgl. ebd., S. 153.

¹⁰⁰ Schöberl, Joachim, „Die Fernseh-Spielserie. Aspekte eines Genres fortgesetzter Unterhaltung“, *Film und Fernsehen: Materialien zur Theorie, Soziologie und Analyse der audiovisuellen Massenmedien*, hg. v. Manfred Brauneck, Bamberg: Buchner 1980, S. 416–41, hier S. 417.

Auf *Twitch.tv* wurde die Endlos-Serie durch die Wiederholbarkeit gespielter Inhalte und die Einführung täglicher Routinen zwischen Streamern und Rezipienten als Standardformat der Produktion festgelegt.

Autor und Medienwissenschaftler Dominik Maeder beschäftigt sich in seiner Arbeit „Kohärenz, Permutation, Redundanz: Zur seriellen Ökonomie des Let's Plays“ mit der seriellen Produktion und Verbreitung von gespielten digitalen Inhalten. Streamer auf *Twitch.tv* haben sich die serielle Produktion zum Vorbild genommen, um, wie einst Justin Kan auf *justin.tv*, täglich digitalen Inhalt bereitzustellen. Sie produzieren Live-Content, der, wie eine TV-Serie, täglich und immer zur selben Uhrzeit ausgestrahlt wird. Serien dienen als medienkulturelle Formen dazu, Verlässlichkeit zu erzeugen, die einerseits ein Naheverhältnis zwischen Medium und Rezipienten ins Werk setzt und andererseits die Produktionsverhältnisse für die Produzenten und Streamer stabilisieren. Serien sind darauf ausgerichtet verwertbare mediale Inhalte zu erzeugen.¹⁰¹ Genauso funktioniert es auch auf *Twitch.tv*. Die serielle Produktion mit ihren Bindungsmechanismen eignet sich hervorragend dafür diese zu bedienen. Als Basis ihres Erfolgs lassen sich Begriffe wie Effizienz, Planbarkeit und Berechenbarkeit anführen.¹⁰²

6.3.2.1 Berechenbarkeit und Kontinuität

Serien sind in sich geschlossene Segmente, welche stets Bezug auf die vorangegangenen und Aussicht auf die folgenden Episoden nehmen. Dieses Kontinuum der Dramaturgie, die partielle Öffnung und Abgrenzung der narrativen Möglichkeit, definieren die Serie und ihre Produktionsstrukturen. Entscheidend dabei sind der Ausstrahlungsrhythmus und die Ausbildung erwartbarer Muster.¹⁰³

„Das periodische wiederkehrende gleiche Angebot ist hier eher die Regel als die Ausnahme, wenn die nichtfiktionalen Reihen (Nachrichten Sendungen, Magazine, Showreihen u.a.) mit berücksichtigt werden. Diese Doppelstruktur erzeugt die Affinität der Serie zum Programm als ein Strukturprinzip.“¹⁰⁴

¹⁰¹ Vgl. Maeder, Dominik, „Kohärenz, Permutation, Redundanz. Zur seriellen Ökonomie des Let's Plays“, *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017, S. 71–83, hier S. 73.

¹⁰² Vgl. ebd., S. 78.

¹⁰³ Vgl. Hickethier, Knut, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, Lüneburg: Kultur, Medien, Kommunikation 1991, S. 9.

¹⁰⁴ Ebd., S. 10.

Das Ziel der seriellen Produktion ist die Manipulation der Sehgewohnheiten der Rezipienten, und – im weiteren Sinne – ihres Alltags. Die Zyklizität vereinfacht dabei den Umgang mit dem Medium und stellt durch seine naturalisierte Form ein barrierefreies Angebot zur Verfügung, welches sich problemlos in den Tagesablauf integrieren lässt. Serien haben, verglichen mit allen anderen Produktionsformen, das größte Stammpublikum ausgebildet.¹⁰⁵ Dieses Wissen lässt sich leicht ins Digitale übertragen. Kontinuität und Berechenbarkeit in der Ausstrahlung zu garantieren legt den Grundstein für weitere Prozesse der Zuschauerbindung, auf welche in den folgenden Kapiteln näher eingegangen wird. Grundvoraussetzung und Basis zur Gewinnung eines Stammpublikums ist die serielle Produktion, die auch auf *Twitch.tv* von Streamern wie dem Norweger Christoffer „Asmodai“ Stub übernommen und rigoros umgesetzt wird:

“So I came to a point where I hit a wall, where I didn’t have really accomplished much and I felt like my life was just drifting away. But then. I had this streaming thing as a hobby and I thought after I have done it for a while and I loved it much and, you know, I got this thought that if I really just put all my effort, and when I mean all my effort I mean streaming every single day, trying constantly to improve, you know, I streamed 450 days, no breaks, zero breaks and I was sick (...), I’m just glad I found this.”¹⁰⁶

Wird die Basis einer solchen seriellen Produktion erfüllt, kann diese mittels diverser Mechanismen der Zuschauerbindung erweitert werden. Das traditionelle Fernsehen dient auch hier als Vorbild. Dessen Produktionsstrukturen werden im Digitalen, insbesondere im GLS, neu interpretiert.

6.3.2.2 Thementage

Die Einführung von Thementagen in die Programmgestaltung wurde schon vom traditionellen Fernsehen dazu genutzt inhaltliche Beständigkeit anzubieten. Das Fernsehen bringt einen Show-Montag, einen US-Serien Dienstag, einen Movie-Mittwoch, Frauen-Donnerstag, Krimi-Freitag und Familien-Samstag. Die

¹⁰⁵ Vgl. Mielke, Christine, *Zyklisch-serielle Narration: Erzähltes Erzählen von 1001 Nacht bis zur TV-Serie*, Berlin: de Gruyter 2006, S. 515.

¹⁰⁶ „Video on Demand“, R.: Asmodai, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/323645190>, 17. 10. 2018.

Programmeinteilung bleibt das ganze Jahr konstant und wird bei Bedarf innerhalb der Themenabende variiert.¹⁰⁷

Einer der ersten Streamer des GLS, welcher Thementage zu einem konstanten Bestandteil seines Kanals machte, war Sean „DAY[9]“ Plott. Er zählt zu dessen Schlüsselfiguren als Kommentator, Streamer, semi-professioneller Spieler, Aushängeschild und Gallionsfigur der frühen *StarCraft II*¹⁰⁸-Szene Amerikas und später Europas, wofür er auch ausgezeichnet wurde und die Aufmerksamkeit der Gesellschaft medienübergreifend auf die Gaming- und eSport Szene lenkte.

“Entrepreneur and professional gamer Sean ‘Day[9]’ Plott has been named to Forbes 30 under 30 list for those in the Games industry. The magazine describes Plott as ‘one of the biggest names in the world of e-sports’.”¹⁰⁹

Seine Thementage „funday Monday“ und „Newbie Tuesday“ nutzte er, um die Zuschauer als Streamer zu unterhalten, zu informieren und zu unterrichten.

Thementage schaffen zudem eine inhaltliche Abgrenzung zur Konkurrenz. Der Streamer Lirik überlässt bspw. jeden Sonntag seinen Abonnenten die Gestaltung der von ihm übertragenen Sitzung.

Der so genannte „Sub Sunday“ wird durch ein Voting Verfahren konstruiert, in welchem mehrere von der Community vorgeschlagene Spiele zur Auswahl stehen.

Die Reihenfolge und die Dauer der Spiele werden dann vom Streamer selbst bestimmt. Bis auf wenige von ihm als „banned games“¹¹⁰ deklarierte Titel werden sämtliche Vorschläge in das Auswahlverfahren aufgenommen.

Neben den wöchentlichen „Sub Sundays“ kündigte er in unregelmäßigen Abständen den „fright me Friday“ und „Sub Hotline“ Sitzungen an. Weitere Beispiele bekannter Thementage sind: ThijsHS „Saturday Music Stream“ oder Sodapoppins „Shit Show Saturday“ und „Sellout Sunday“. Die Streamer des GLS profitieren von den vereinfachten und planbaren Sitzungen, welche, zumindest in manchen Fällen, schon vorab von den Zuschauern mitbestimmt bzw. beeinflusst werden können.

¹⁰⁷ Vgl. Brandt, „Programmdirektor dringend gesucht“, S. 129f.

¹⁰⁸ *StarCraft II. Wings of Liberty*, Design: Dustin Prowder, Blizzard Entertainment 2010.

¹⁰⁹ Harvey Mudd College, „Forbes Names Sean Plott ‘08 to 30 under 30 List“, *Harvey Mudd College*, 12. 01. 2014, <https://www.hmc.edu/about-hmc/2014/01/12/forbes-names-sean-plott-08-to-30-under-30-list/>, 10. 06. 2018.

¹¹⁰ Lirikker, „Liste der gesperrten Spiele“, *lirikker.com*, 2017, <https://lirikker.com/lirik/subday/>, 12. 06. 2018.

6.3.2.3 Werbung

Massenmedien wie *Twitch.tv* sind in ihrer Produktionspolitik nicht frei von ökonomischen Interessen. Serien bieten sich dabei an, um eine einfache und zielgerichtete Werbepolitik in den Programmfluss aufzunehmen. Sie werden durch ihre periodische Ausstrahlung und Wiederholbarkeit zu einem Produkt, mit dem sich bei relativ geringen Produktionskosten, welche im Digitalen nochmals reduziert sind, große Programmflächen füllen lassen, verglichen mit Fernsehfilmen oder Spielfilmen.

Die Endlos-Serie wurde zu einer unverzichtbaren Programmressource für Fernsehveranstalter, die in erster Linie ihre Verwertbarkeit als Werbefläche planen. Geringer Aufwand in Verbindung mit der Habitualisierung des Konsumverhaltens der Rezipienten bieten ideale Voraussetzungen die unterschiedlichen Motivationen von Produzenten und Rezipienten zu befriedigen.¹¹¹

Dabei werden Werbeblöcke vor (pre-roll), währenddessen (mid-roll) und nach (post-roll) der Ausstrahlung der Serie geplant. Im GLS verhält es sich genauso: Das Schalten von Werbung dient den Streamern als zusätzliche Einnahmequelle und wird üblicherweise, im Sinne des linearen Fernsehens, in den Produktionsprozess eingebaut.

Die Werbung selbst nimmt dabei keinen Bezug auf den Inhalt bzw. den Rahmen des Programms, sondern passt sich lediglich dem Sprachraum des Betrachters an.

¹¹¹ Vgl. Mielke, *Zyklisch-serielle Narration*, S. 516.

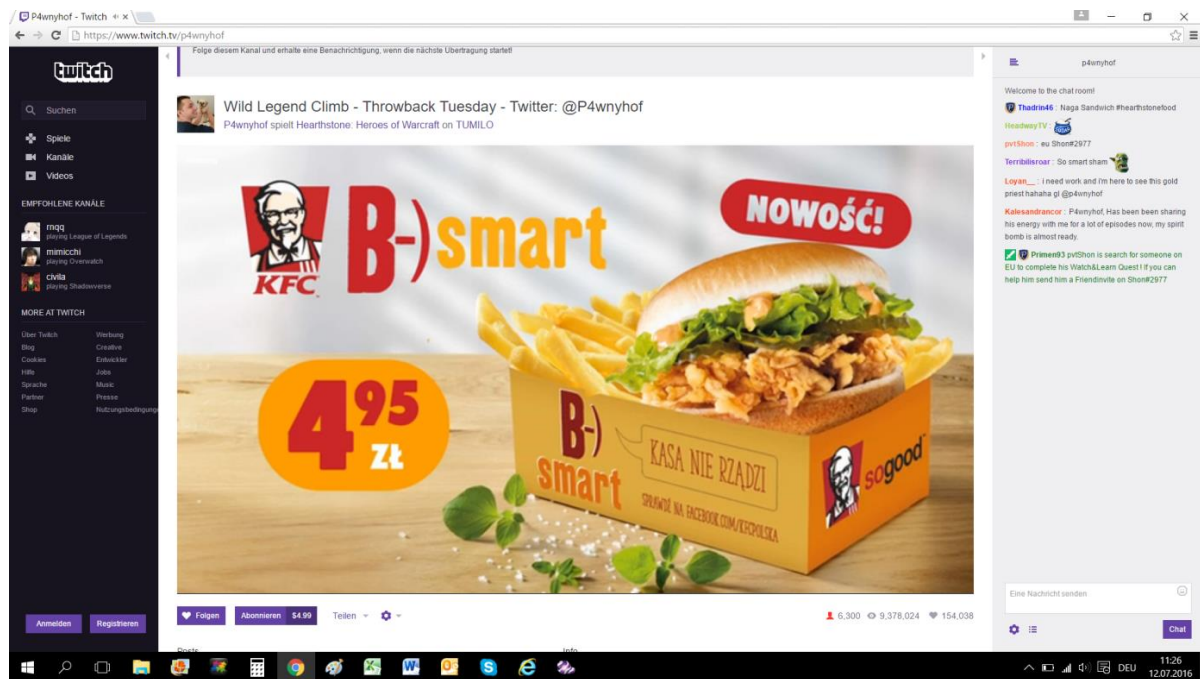


Abbildung 3: Werbung P4wnyhoF (Screenshot).¹¹²

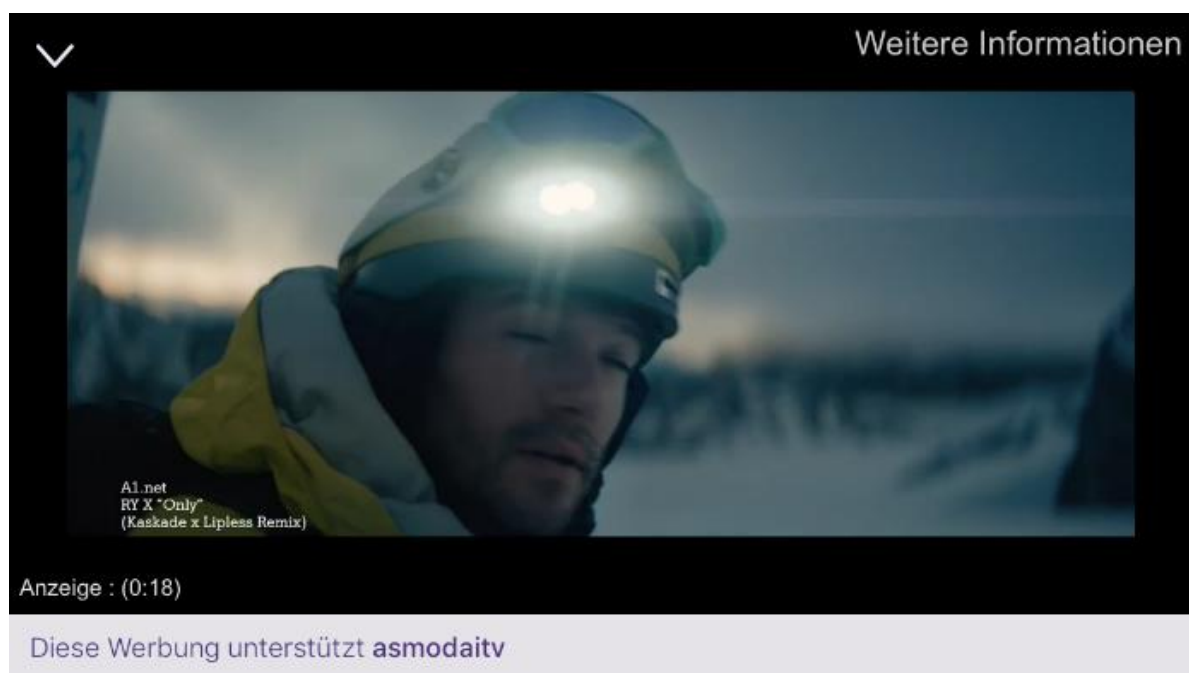


Abbildung 4: Werbung A1: asmodaitv (Screenshot).¹¹³

¹¹² Amazon.com, Inc., „P4wnyhoF. Videos“, *twitch.tv*, 2018, <https://www.twitch.tv/p4wnyhoF/videos>, 17. 10. 2018.

¹¹³ Amazon.com, Inc., „AsmodaiTV. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/asmodaitv/videos>, 17. 11. 2018.

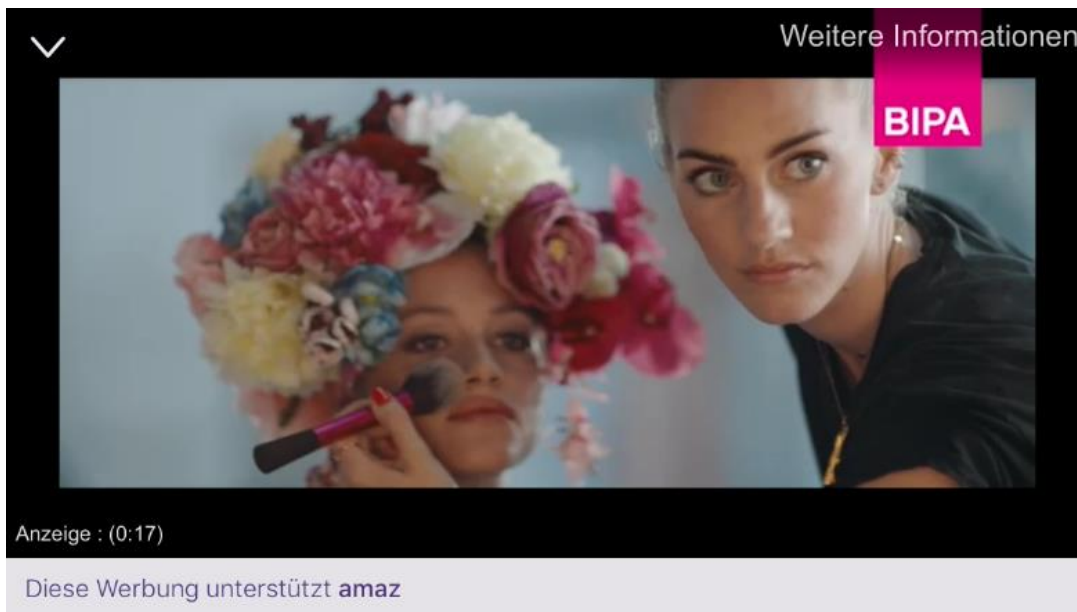


Abbildung 5: Werbung BIPA (Screenshot).¹¹⁴

Werbeblöcke werden im GLS häufig zur Überbrückung natürlicher Unterbrechungen eingesetzt. Streamer kündigen diese zumeist an, um die Rezipienten positiv zu stimmen und den Programmfluss nicht unerwartet zu unterbrechen. Bei Spielen, die kurze geschlossene Programmabläufe aufweisen (Kartenspiele, Sportspiele, etc.), werden Werbeblöcke oft zwischen den Spieleinheiten integriert. Das Schalten von Werbung nach dem inhaltlichen Ende einer Sitzung ist auf *Twitch.tv* unweigerlich mit dem Verlust des Großteils der Zuschauer gekoppelt. Diese Variante ist daher die am wenigsten profitable und wird folglich häufig vermieden. Stattdessen wird ein Bild oder ein Abspann gezeigt, welche die Rezipienten über die folgenden Sitzungen informiert.

6.3.2.4 Intro und Abspann

Streamer wie Lirik, CohhCarnage und andere leiten ihre Sitzungen täglich mit einem individuellen Intro ein, welches gut mit dem von Serien vergleichbar ist. Es stimmt die Zuschauer auf das folgende Programm ein und dient weiter zur Wiedererkennung des Kanals und der Marke als Streamer. Musik und Bild werden durch Regelmäßigkeit zu festen Assoziationsmarkern im Bewusstsein der Rezipienten implementiert. „Bonanza“¹¹⁵, „How I Met Your Mother“¹¹⁶ oder die „Gilmore Girls“¹¹⁷ werden, neben den

¹¹⁴ Amazon.com, Inc., „AmazHS. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/amaz/videos?filter=archives&sort=time>, 14. 11. 2018.

¹¹⁵ *Bonanza*, R.: Edward Ludwig et al., USA 1959–1973.

Figuren, vor allem mit dem eingängigen musikalischen Intro assoziiert. Oft reichen die ersten paar Töne, um klare Bilder bei den Zuschauern ins Gedächtnis zu rufen. Auch im GLS wird versucht Assoziationsketten wie diese über Kontinuität und Wiederholung im Gedächtnis der Rezipienten zu verankern.



Abbildung 6: Stream Intro CohhCarnage (Screenshot).¹¹⁸

Die Ergänzung um einen Countdown samt musikalischer Untermalung verweist auf die Liveness und den Online-Status des Kanals und gibt den Rezipienten die Möglichkeit sich auf den Start des Programms vorzubereiten, wie an folgendem Beispiel sichtbar ist:

Mit dem Abspann am Ende der Sitzung verhält es sich gleichermaßen. Die Zuschauer werden darauf hingewiesen, dass das Programm zu Ende ist. Die Information über weitere Sitzungen und die Streaming-Routine des Broadcasters wird musikalisch untermalt vorgetragen. Die Verabschiedung (Outro) gleicht dem Intro und wird entweder auf Bild- oder Videoebene dargestellt.

¹¹⁶ *How I Met Your Mother*, R.: Pamela Fryman et al., USA 2005–2014.

¹¹⁷ *Gilmore Girls*, R.: Amy Sherman-Palladino et al., USA 2000–2007.

¹¹⁸ „CohhCarnage's New Morning Intro Number 2“, R.: CohhCarnage, youtube.com, 17. 07. 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=8aDnUthPesk>, 03. 02. 2020.



Abbildung 7: Stream Outro Lirik (Screenshot).¹¹⁹

¹¹⁹ „hehehehehehehehe xD“, R.: Lirik, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/338856789>, 03. 02. 2020.

6.3.2.5 Wiederholungen

Aufgezeichnete Inhalte als Wiederholungen abzuspielen gehört nicht zu den Standardformaten auf *Twitch.tv*, wird aber zunehmend eingesetzt, um die Leerphasen zwischen den Live-Sitzungen auszufüllen. Die Chatfunktionen sind dabei wie im Live-Betrieb verfügbar. Als Zuschauer wird man über das *Twitch.tv* Interface (grauer kreisförmiger Pfeil) und den entsprechenden Titeln der Wiederholung darauf hingewiesen, ein VOD zu betrachten. Wie im traditionellen Fernsehen greifen Zuschauer auf *Twitch.tv* gerne auf bekannte Inhalte zurück, auch in Form von Wiederholungen.

„Zudem belegen umfassende Medienforschungen eben auch die Treue zu den bekannten Sendungen. Neue Sender scheitern am Unvermögen oder Desinteresse der Zuschauer, den Kanal am Gerät oder der Fernbedienung einzuschalten oder den Programmwachst überhaupt zu registrieren. Die Treue wird auch gegenüber bekannten Präsentationsformen von Nachrichtensendungen oder Showformaten gehalten – nicht nur aus Gründen der Beliebtheit und der Seherbindung durch serielle langfristige Angebote.“¹²⁰

Die Anzahl der Zuschauer hängt bei den Wiederholungen sowie bei den Live-Sitzungen von der Popularität des Streamers ab. Erfolgreiche Broadcaster wie Ninja erreichen auch mit deren Vodcasts bis zu 20.000 Zuschauer.



Abbildung 8: Wiederholung Ninja (Vodcast) (Screenshot).¹²¹

Das Schalten von Wiederholungen verweist auf die tägliche Verfügbarkeit von Inhalten, die auf *Twitch.tv* zum Übertragungsstandard wurde.

¹²⁰ Schwarz, „Utopie und Realität interaktiven Fernsehens“, S. 149.

¹²¹ Amazon.com, Inc., „Entdecken. Ninja“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 24. 11. 2018.

6.3.2.6 Feiertage

Der direkte Bezug auf reale Ereignisse ist auf *Twitch.tv* nicht mit den Nachrichtenformaten des Fernsehens zu vergleichen, da er sich Großteils auf die Spieleindustrie und aktualisierte Spielinhalte bezieht. Eher funktioniert der Vergleich im Sinne planbarer kultureller Ereignisse. Insbesondere Feiertage werden häufig im Titel der Sitzung zum Ausdruck gebracht und inhaltlich thematisiert. Das Fernsehen reagiert indem es themenbezogene Filme oder Serien ausstrahlt, die den Bedürfnissen der Rezipienten nachkommen sollen. Beispiele wie Weihnachten, Neujahr oder Ostern sind typisch für solche programmbeeinflussenden Feiertage. Auf *Twitch.tv* wurde bspw. am Donnerstag den 22.11.2018 auf das amerikanische Fest „Thanksgiving“ Bezug genommen sowie auf Weihnachten am 24.12.2018.



Abbildung 9: Tagesaktueller Bezug CohnCarnage – Thanksgiving (Screenshot).¹²²



Abbildung 10: Tagesaktueller Bezug Giantwaffle – Thanksgiving (Screenshot).¹²³

¹²² Amazon.com, Inc., „Entdecken. CohnCarnage“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 22. 11. 2018.

¹²³ Amazon.com, Inc., „Entdecken. Giantwaffle“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 22. 11. 2018.

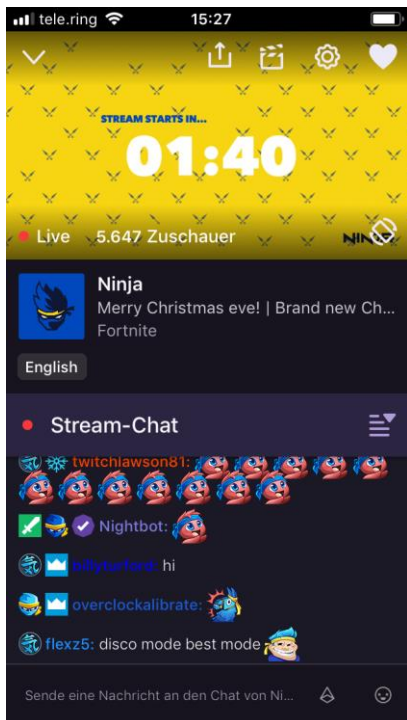


Abbildung 11: Tagesaktueller Bezug Ninja – Merry Christmas eve! (Screenshot).¹²⁴

Der Vermerk auf beliebte Feiertage suggeriert zudem ein Gefühl der Gemeinschaft und des sozialen Miteinanders. Weihnachten und Thanksgiving wird über die Plattform gemeinsam verbracht. Kanäle auf *Twitch.tv* werden, zumindest kurzfristig, zu digitalen Ersatzfamilien und schützen bis zu einem gewissen Grad vor sozialer Isolation.

6.3.2.7 Die Macht der Serie

„Serien zu rezipieren heißt einem fremdgesteuerten Zeitmanagement zu unterliegen und sich als abhängig vom Medium zu erfahren.“¹²⁵ Die Serie muss eine Brücke der Zeitökonomie zwischen Ausstrahlung und Verfügbarkeit der Zielgruppe schaffen und diese weiter als Fixpunkt im Tagesrhythmus implementieren. Die temporale Organisation einer aktuellen Serie bildet schon vor der ersten Ausstrahlung den Horizont des seriellen Erfolgs und kann bei verfehltem Einsatz auch zu deren Scheitern führen.¹²⁶ Die Serie zielt darauf ab, einen zeitlichen Rahmen zu schaffen, der die

¹²⁴ „Merry Christmas eve! | Brand new Channel Emotes! | Finally home from New York | Get all Ninja merch at Teamninja.com“, R.: Ninja, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/353700226>, 03. 02. 2020.

¹²⁵ Morsch, „Serialität und metaleptische Erfolge“, S. 154.

¹²⁶ Vgl. ebd., S. 155.

Spielregeln für Figuren und Rezipienten gleichermaßen bestimmt. Innerhalb der vorgegebenen Zeitspanne agieren und rezipieren die fiktiven und realen Beteiligten im selben diktierten zeitlichen Korsett der Programmgestalter. Die Vertrautheit bezieht sich dabei nicht ausschließlich auf den zeitlichen Rahmen des Formats. Auch auf diegetischer Ebene wird Mögliches und Unmögliches rasch klargestellt. Für die Figuren sind viele Realitätsbereiche tabuisiert, viele Probleme und Konflikte werden vorab ausgeschlossen, um als Teil des Rahmens das Gefühl der Vertrautheit zu stärken.¹²⁷ Die Produktionen der Streamer des GLS orientieren sich an diesen vom Fernsehen etablierten Parametern. Der zeitliche Rahmen schafft Berechenbarkeit und Stabilität, die klar definierten Tabus der Kommunikation der Chatteilnehmer und der Streamer das inhaltliche Reglement. Rassismus, Sexismus, vulgäre Sprache, Spam Nachrichten, Werbung oder das Posten von Links sind üblicherweise Grund für ein zehnminütiges „Timeout“ oder einen „perma-ban“, also der absoluten Sperre des Accounts für den Kanal.

Sind die Rahmenbedingungen geklärt, beginnt die eigentliche Aufgabe der Serie – die Bindung an das Produkt durch ein von der Serie ausgebildetes Stammpublikum. Das Wissen um die regelmäßige zeitliche Verfügbarkeit führt zu einer klaren Bindungsintensität, die von vertrauten Personalbestand, klaren Erwartungshaltungen, Vorlieben und Gemeinsamkeiten intensiviert wird.¹²⁸ Daraus ergibt sich eine habitualisierte Form der Rezeption, wie sie nur bei Serien zu finden ist.¹²⁹

6.3.2.8 Identifikation

Serien arbeiten mit ganz gezielten Methoden auf der Gefühlsebene der Zuschauer, um diese nicht nur inhaltlich, sondern auch emotional an das Produkt zu binden.¹³⁰

Ihr Endlos-Charakter gibt das Versprechen, die eben gemachte Erfahrung wiederholen zu können. „Die Auseinandersetzung mit dem angebotenen Verhalten fiktionaler Medienakteure erfolgt dabei jedoch nicht in Form rationalen Abwägens der Argumente,

¹²⁷ Vgl. Hickethier, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, S. 45.

¹²⁸ Vgl. Schöberl, „Die Fernseh-Spielserie“, S. 423.

¹²⁹ Vgl. Mielke, *Zyklisch-serielle Narration*, S. 524f.

¹³⁰ Vgl. Hickethier, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, S. 15.

sondern der emotionalen Identifikation und der Projektion.“¹³¹ Der Fernsehforscher Knut Hickethier beschreibt diesen Prozess als Emotionalisierung.¹³²

Es geht sogar so weit, dass durch die fehlende Handlungsvielfalt und der immer gleichen Ausgangslage bei den Rezipienten ein Gefühl der Partizipation mit dem Serienleben der Figuren hervorgerufen wird. Diese findet, im Gegensatz zu dem Partizipationsangebot auf *Twitch.tv*, allerdings auf rein emotionaler Ebene statt. Die Zuschauer leben und leiden mit den Figuren mit und beteiligen sich emotional an deren Erfolgen und Misserfolgen.¹³³ Auf *Twitch.tv* wird diese Gefühlsebene mit der Option auf tatsächliche Partizipation erweitert.

¹³¹ Ebd., S. 45.

¹³² Vgl. ebd.

¹³³ Vgl. Schöberl, „Die Fernseh-Spielserie“, S. 423.

6.3.3 Programm

Das Programmangebot auf *Twitch.tv* hat sich genau wie jenes des linearen Fernsehens schrittweise entwickelt. Mit dem Erfolg folgte die Diversität und Verspartung des Angebots. Die Zuschauer wurden in Zielgruppen unterteilt und es wurde versucht ein Angebot bereitzustellen, das sich zeitlich und inhaltlich an deren Bedürfnissen orientiert. Der Fernsehkonsum sollte zum festen Bestandteil des Alltags der Rezipienten, die Nutzung ritualisiert und das Gerät zum Mittelpunkt der Freizeitgestaltung werden. Es war vor allem der Wunsch nach regelmäßiger und verlässlicher Erfüllung der Erwartung des Unterhaltungsversprechens, der die Produzenten antrieb.¹³⁴

„Der ständige Bedarf permanenter Unterhaltung und Information führte auf der Programmebene zur Einrichtung wiederkehrender Programmplätze, die in ähnlicher und dann auch in gleicher Weise gefüllt werden sollen.“¹³⁵

Berücksichtigt wurden die zeitliche Dimension der Programmkontinuität der Platzierung von Inhalten sowie die Zusammensetzung des Programms aus unterschiedlichen Einheiten.¹³⁶

Das Programm sollte alle Gesellschaftsgruppen und Milieus unabhängig von Glauben, Geschlecht und Herkunft zufriedenstellen. Die dafür notwendigen Grundbegriffe können als Optimierung, Individualisierung, Heterogenität, Kontinuität und Ritualisierung zusammengefasst werden.¹³⁷

6.3.3.1 Dualisierung

Den größten Einfluss auf die Programmentwicklung des linearen Fernsehens hatte die Einführung des dualen Systems. Mit dem Aufkommen privater Anbieter als Mitbewerber, wurde das öffentlich rechtliche Fernsehen auf eine harte Probe gestellt. Aufgrund der langjährigen Präsenz als Alleinanbieter und den etablierten Sehgewohnheiten der Zuschauer, boten die privaten Sender eine Alternative, wurden

¹³⁴ Vgl. Hickethier, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, S. 12.

¹³⁵ Ebd.

¹³⁶ Vgl. Meckel, Miriam, „Programmstrukturen des Fernsehens“, *Medienwissenschaft: ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*: 3, hg. v. Joachim-Felix Leonhard, Berlin: de Gruyter 2002, S. 2269–80, hier S. 2272.

¹³⁷ Vgl. Stauff, Markus, *Das neue Fernsehen: Machtanalyse, Gouvernementalität und digitale Medien*, Münster: LIT 2005, S. 209.

aber vorerst nicht als Ersatz verstanden.¹³⁸ Nach der Einführung der Dualisierung in Deutschland verdoppelte sich das Serienangebot zwischen 1985 und 1990 bei den öffentlich Rechtlichen um dem aufgekommenen Trend gerecht zu werden. Serien und Unterhaltung wurden zum primären Angebot der Sendeanstalten.¹³⁹ Das Streben nach Aufklärung und Information wurde durch die Masse des Angebots unterwandert, wodurch das Programm durch Vervielfältigungsprozesse an Autorität einbüßte. Zuschauer wurden gruppiert, kategorisiert und letztendlich zu Konsumenten.¹⁴⁰

Dabei wurden Abgrenzungskriterien wie öffentlich rechtlich oder privat, Vollprogramm oder Spartenprogramm, international, national, regional bis hin zu lokalen Angeboten und die zeitliche Platzierung berücksichtigt.¹⁴¹

Konkurrenz und Wettbewerb öffneten den Markt und die Erweiterung des Programms stärkte die Zuschauerbindung durch planbare Programmindividualisierung.

Letztlich wurde den Zuschauern neben den technischen Applikationen, wie der Fernbedienung durch Masse, ein Stück Freiheit und Macht zurückgegeben.

Auf *Twitch.tv* vollzog sich ein ähnlicher Prozess durch den Erfolg privater Streamer über den PGC der großen Ligen und Organisationen. Professionell gestaltete und aufwändig produzierte Übertragungen definierten zweifelsfrei den Grundstein der Streaming Plattform, ihr Wesen bekam sie allerdings durch das Wachstum individueller Kanäle von privaten Produzenten, wie es auch beim Fernsehen stattgefunden hat.

¹³⁸ Vgl. Hallenberger, Gerd, „‘Neue Sendeformen’. Thesen zur Entwicklung des Programmangebots im deutschen Fernsehen“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 4/2, 1995, S. 5–20.

¹³⁹ Vgl. Mielke, *Zyklisch-serielle Narration*, S. 515.

¹⁴⁰ Vgl. Hallenberger, „‘Neue Sendeformen’“, S. 5–20.

¹⁴¹ Vgl. Meckel, „Programmstrukturen des Fernsehens“, S. 2269.

6.3.3.2 Individualisierung

Nach der Dualisierung und der Vervielfältigung des Programms wurden die Sehgewohnheiten der Rezipienten durch die Einführung von Pay-per-View Angeboten weiter den Vorstellungen der Produzenten entsprechend beeinflusst. Aus einem Sender wurden Dutzende und letztlich hunderte, die sich zumeist zeitlich flexibel steuern lassen. Sie offerieren eine Form der Freiheit, die von den Fernsehrezipienten begrüßt wird.

Der entscheidende Aspekt der medialen Optimierung passiert dabei durch die Individualisierungsprozesse des Konsumenten. Er wird zu einer Persönlichkeit, die sich im Angebot des Programms widerspiegelt. Pay-per-View Anbieter wie Sky¹⁴² oder DAZN¹⁴³ sind dem herkömmlichen TV in diesem Aspekt überlegen, im Gegenzug aber nur durch zusätzlich anfallende Gebühren verfügbar.¹⁴⁴

Die Folge war die Entwicklung von Benutzerprofilen, so genannte Accounts, wie sie auch auf *Twitch.tv* oder anderen Online-Plattformen zu finden sind.

Vorlieben und Wünsche werden gespeichert und archiviert, Kinder, Mütter und Väter werden auf Verbraucherebene individuell bedient. Die Intelligenz der Technik vereinfacht den Zugriff auf ein personalisiertes Programmangebot und verändert nicht nur das Nutzerverhalten der Betrachter sondern spart zugleich Zeit.¹⁴⁵

„Man könnte hier von einer technischen ‚Naturalisierung‘ der Individualität sprechen, insofern diese nicht mehr durch eine ‚aktive‘ Annahme in Kategorien der eigenen Interessen definiert (und somit wohl auch reflektiert) wird, sondern mit der jeweiligen Nutzung als selbstverständlichen Ausgangspunkt gegeben ist.“¹⁴⁶

Das Fernsehprogramm musste sich dem Menschen anpassen und auf dessen Wünsche eingehen. Die Technik entwickelt ein Subjekt, welches aus dem realen Vorbild ins Programm übertragen wird. Diese Praktik ist auch auf *Twitch.tv* zu finden, durch den vereinfachten Zugriff auf die vom Nutzer favorisierten Kanäle. Wie bei Pay-per-View Anbietern des traditionellen Fernsehens lernt das Programm durch die Aktivitäten der Nutzer, es folgt aktiv und passiv deren sich verändernden Interessen. Dabei gilt, je beschränkter das Interesse des Konsumenten, desto konkreter und einfacher gestaltet sich das offerierte Angebot.

¹⁴² Sky Österreich Fernsehen GmbH, Sky, <https://www.sky.at/home>, 02. 02. 2020.

¹⁴³ DAZN Limited, DAZN, <https://www.dazn.com/de-AT/welcome>, 02. 02. 2020.

¹⁴⁴ Vgl. Stauff, *Das neue Fernsehen*, S. 48f.

¹⁴⁵ Vgl. ebd., S. 240.

¹⁴⁶ Ebd.

6.3.3.3 Aufbau und Struktur von Twitch.tv

Die Organisation und Struktur auf *Twitch.tv* ist simpel und einfach aufgebaut. Die Frontpage ist dabei als Sammelsurium allen Angebots zu betrachten, die durch den Einsatz kennzeichnender Bilder die Inhalte optisch darstellt. Diese variieren und können sich in Anordnung und Angebot täglich ändern. Die einzelnen Sender sind als Icons in Form der gespielten Inhalte unterteilt, geordnet nach einer Rangliste, allen voran der am meist gesehenen Kategorie oben links.

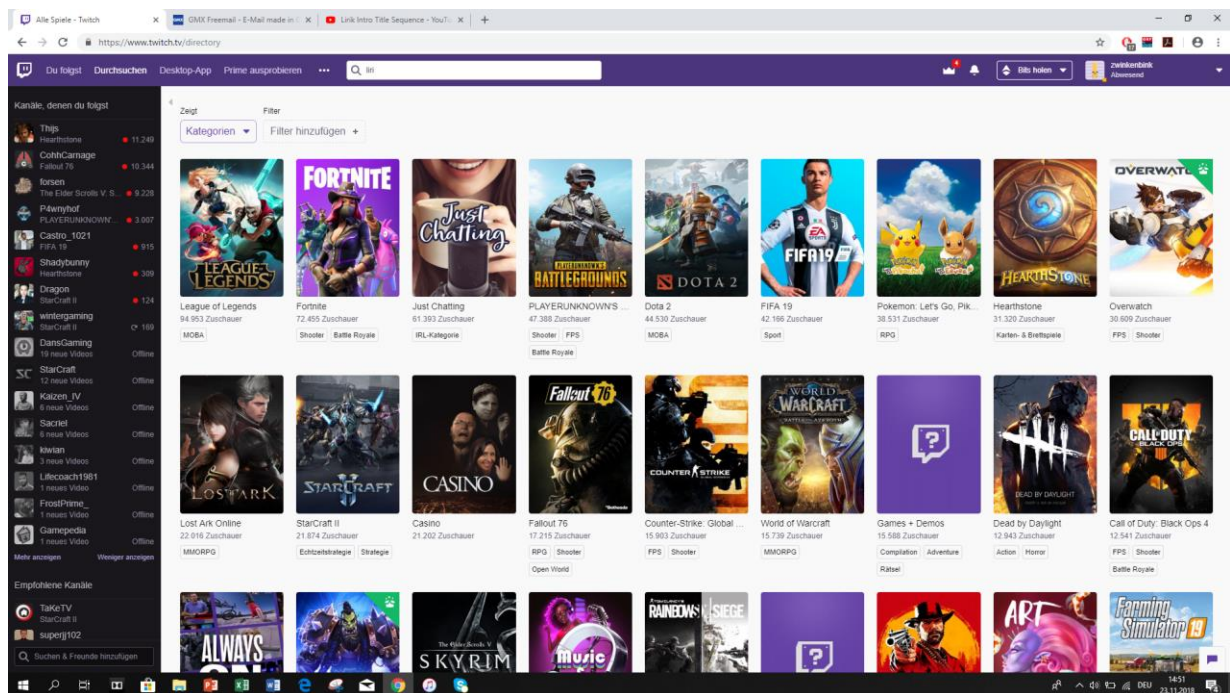


Abbildung 12: Programmübersicht/*Twitch.tv*-Frontpage (Screenshot).¹⁴⁷

Wird eine Kategorie ausgewählt, werden sämtliche Kanäle innerhalb dieser angeboten, bis zu jenen, welche mit null Zuschauern online sind. Allen übergeordnet werden Kanäle mit passender Sprache, bezogen auf die IP Adresse des Rezipienten, angeboten, um möglichen Verständigungsproblemen vorzubeugen. Anschließend werden die Kanäle von oben links nach unten rechts geranglistet.

¹⁴⁷ Amazon.com, Inc., „Durchsuchen“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/directory>, 23. 11. 2018.

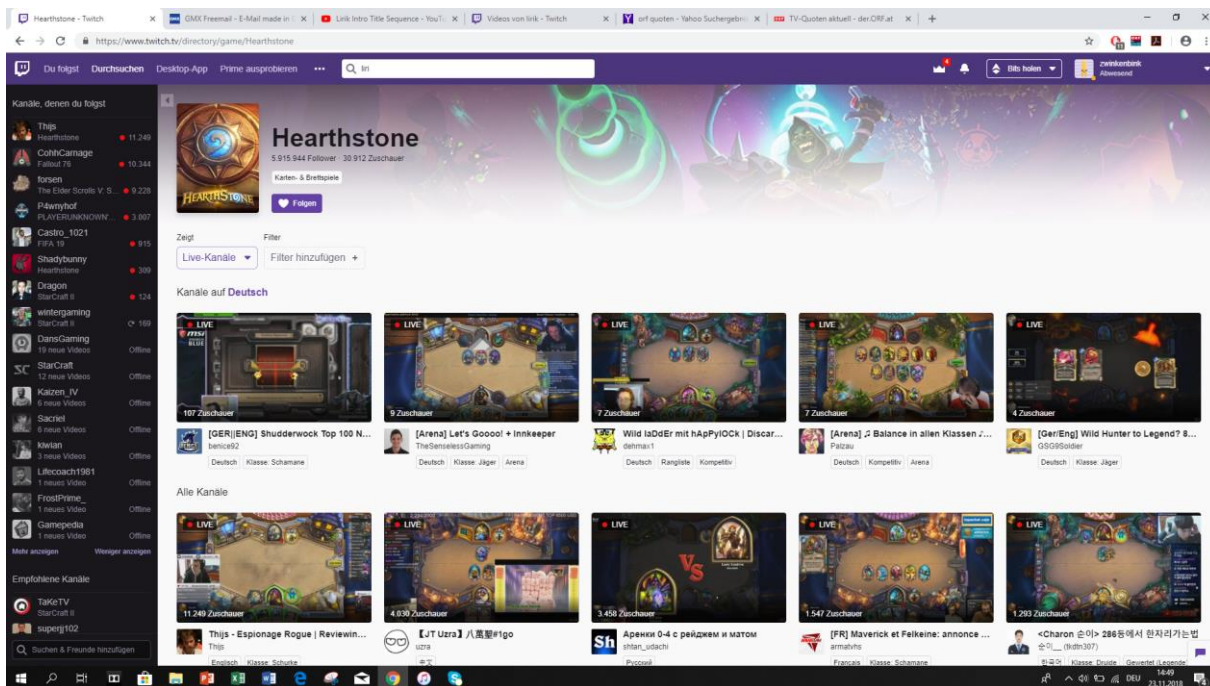


Abbildung 13: *Hearthstone*-Segment, Inhalt Sender (Screenshot).¹⁴⁸

Hat man sich für einen der Kanäle entschieden, befindet man sich im privaten Live-Programm des Streamers.

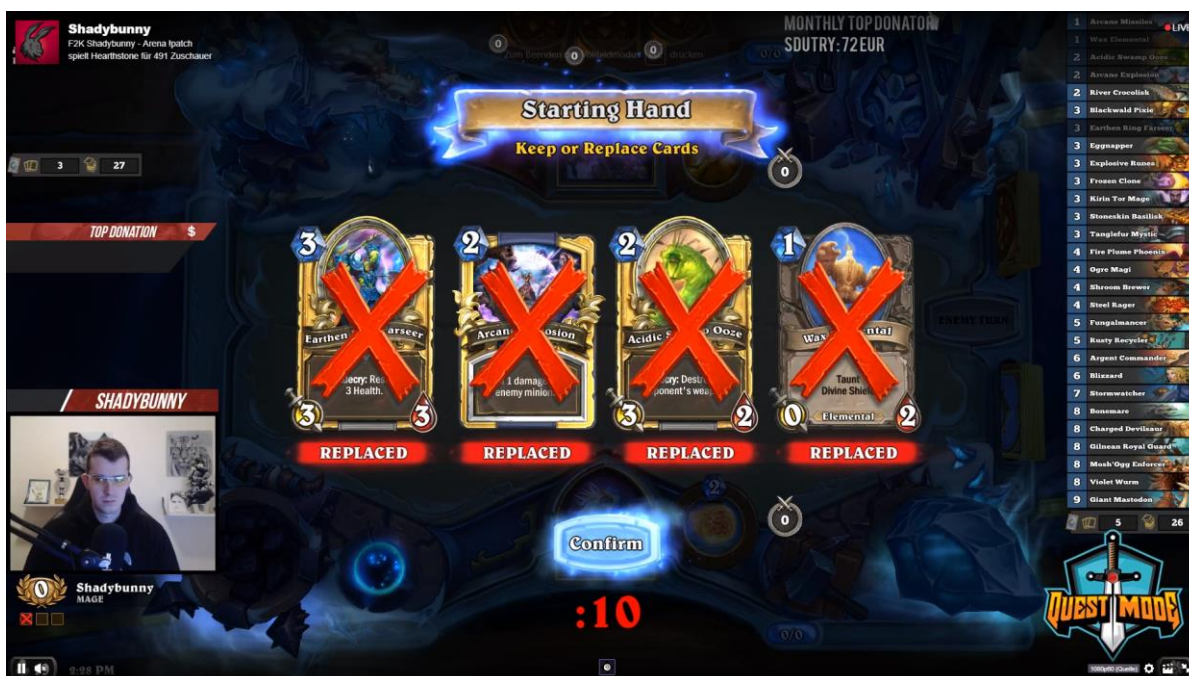


Abbildung 14: Kanal: Shadybunny im *Hearthstone*-Segment (Screenshot).¹⁴⁹

¹⁴⁸ Amazon.com, Inc., „Hearthstone“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/directory/game/Hearthstone>, 23. 11. 2018.

¹⁴⁹ Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Startseite“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shadybunny>, 29. 12. 2018.

Verantwortlich für die korrekte Betitelung und Kategorisierung des Kanals sind die Streamer um den Regeln der Plattform nachzukommen und die Rezipienten genauer über den Inhalt ihrer Sitzung schriftlich zu informieren.

6.3.3.4 Programmplatzierung

Die korrekte Positionierung eines Kanals in den Programmfluss bedarf sorgfältiger Planung und ein konkretes Wissen über die konkurrierenden Anbieter. Die ästhetische Standardisierung, zeitliche Kontinuität, reguläre Programminhalte und das Einhalten eines fixen Zeitplans sind historische Grundbausteine, die hier in neuer Form wiederzufinden sind. Sie nehmen einen zentralen Part der Programmgestaltung ein.¹⁵⁰

Der feste Zeitplan dient in erster Linie den Rezipienten. Wie die Lieblingsserie im Fernsehen, sollte auch auf den bevorzugten Kanal auf *Twitch.tv* zeitlicher Verlass sein, sodass bei Bedarf die Tagesaktivitäten dem Programm angepasst werden können.¹⁵¹

Die sich daraus ergebende Programmstruktur variiert zwar von Kanal zu Kanal, folgt aber den gleichen Grundprinzipien. Sie beschreibt das System der Platzierung von Serien und anderen Formaten in das zeitlich limitierte Kontinuum eines Senders.¹⁵²

Tageszeit und Dauer sind die wesentlichen Parameter, die es zu berücksichtigen gilt. Diese kann stark variieren, für die Gruppe der hauptberuflichen Streamer sind sechs bis acht Stunden täglich aber üblich. Der auf *Twitch.tv* produzierte Inhalt ist als „long duration content“ zu betrachten – im Gegensatz zu der Plattform *YouTube*, auf der statistisch gesehen die Durchschnittsdauer der hochgeladenen Videos 00:04:12 Minuten beträgt. Textbasierte Medien wie *Twitter* beschränken ihre Anwender auf maximal 140 Textzeichen pro Nachricht, der wohl kürzesten Duration innerhalb der SLS (social live services).¹⁵³ Durch die individuelle Kanalplatzierung und die variable Dauer der Sitzungen sind die Streamer in der komfortablen Lage, ihr Publikum zumindest geografisch mitzubestimmen und sich daher auch inhaltlich an die Sehgewohnheiten der unterschiedlichen Regionen (EU/USA/AS) anzupassen. Da die Übertragung live stattfindet, ist die Tageszeit ein elementarer Faktor bei der Adressierung der vom Streamer bevorzugten Rezipientengruppe. Der Einfluss des Streamers geht nach der zeitlichen Platzierung weit über die bloße Auswahl der Rezeptionsgruppe hinaus, als

¹⁵⁰ Vgl. Nascimento et al., „Modeling and analyzing the video game live streaming community“, S. 1–9.

¹⁵¹ Vgl. ebd.

¹⁵² Vgl. Meckel, „Programmstrukturen des Fernsehens“, S. 2270.

¹⁵³ Vgl. Nascimento et al., „Modeling and analyzing the video game live streaming community“, S. 1–9.

hierarchisches Oberhaupt des Kanals verfügt er über Potenzen der Alleinherrschaft, die bei Bedarf auf angeordnete Unterstützung partiell übertragen wird.

Daraus ergibt sich ein Hierarchiesystem welches, wie bei den meisten Organisationen und Fernsehanstalten, als Pyramidensystem konstruiert ist.

6.3.4 Hierarchie im Gaming Livestream

„Hierarchische Organisationsformen weisen ohne Zweifel viele Effizienzvorteile auf. Die Nachteile für Unternehmen, die sich wie Fernsehsender, in turbulenten Umwelten bewegen, lassen sich durch verschiedene Maßnahmen abmildern. Eine Möglichkeit besteht darin die Hierarchiepyramide möglichst niedrig zu halten. Diese Maßnahme verbessert die Kommunikation von unten nach oben und umgekehrt.“¹⁵⁴

Zu viele Hierarchieebenen verkomplizieren außerdem die Verteilung der Kompetenzbereiche. Die Position der Streamer ist an der Spitze angesiedelt und formt die Basis des Kanals durch Verhalten und Umgang mit den Rezipienten. Aufgrund des offenen Zugangs und der Möglichkeiten der Partizipation bleibt ihnen die totale Kontrolle allerdings verwehrt.

Etablierte Verhaltensmuster und ein Regelwerk innerhalb ihrer digitalen sozialen Gruppe werden im Kollektiv entwickelt. Die Streamer als tonangebende Instanz haben durch die Partizipation der Chatteilnehmer nur bedingt Einfluss auf die Entwicklung des Charakters der Stammseher ihres Kanals. Eine solche soziale Gruppe umfasst eine angebbare Zahl von Gruppenmitgliedern, die über längere Zeit in einem kontinuierlichen Interaktionsprozess stehen. Bei dieser engen sozialen Wechselwirkung entsteht eine gruppenspezifische Kohäsion, ein Wir-Gefühl, in dem die Gruppenidentität zum Ausdruck kommt. Normstrukturen und Rollenverteilungen werden gebildet.¹⁵⁵

Eine solche Online-Community, auch Netzgemeinschaft genannt, ist eine Sonderform sozialer Gemeinschaften. Hierbei gruppieren sich Menschen, die sich im Internet zusammenfinden und sich dort austauschen. Findet die Kommunikation in einem sozialen Netzwerk statt, das als Plattform zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Informationen dient, wird auch von sozialen Medien

¹⁵⁴ Karstens, Eric/Jörg Schütte, *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 367.

¹⁵⁵ Vgl. Rauch, Daniel, „Homo Ludens TV. Eine empirische Analyse zur Mediennutzung und psychosozialen Disposition eines spielenden Publikums“, Mag.-Arb., Univ. Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften 2016, S. 51.

gesprochen. Diese Aktivitäten werden häufig der Kategorie des User Generated Contents zugeordnet.¹⁵⁶

Zum Austausch kommt es nicht nur zwischen den Streamern und deren Rezipienten. In einer uniformierten Gemeinschaft kommt es zudem zwischen den einzelnen Akteuren zur Konversation. Zur Steigerung des Zugehörigkeitsgefühls und des eigenen Brands benennen die Streamer des GLS ihre Communities mit eigens kreierten Namen. Beispiele solcher personalisierten Communities sind „*The Forsenboys*“ (Sebastian Hans Eli Fors „forsen“), „*ValueTown*“ (Jeffrey „Trump“ Shih), „*AviNation*“ (David „avilo“ Blowe), „*Coohinilation*“ (Ben „Coohcarnage“ Cassel) oder die „*Educated Army*“ von Collins „EducatedCeu“ Mensah.



Abbildung 15: Kanal: Educated_Collins. Community: *The Educated Army* (Screenshot).¹⁵⁷

¹⁵⁶ Vgl. Riebensahm, „Das Web-TV und seine Fan-Communities“, S. 22.

¹⁵⁷ Amazon.com, Inc., „Educated_Collins. Videos“, *twitch.tv*, o. A., https://www.twitch.tv/educated_collins/videos?filter=archives&sort=time, 01.12. 2018.

6.3.4.1 Streamer

Die Gruppe der Streamer des GLS erfüllt eine multifunktionale Rolle. Verglichen mit dem traditionellen Fernsehen sind sie sowohl Programmdirektoren, Moderatoren, Kommentatoren, Kameramänner, Aufnahmeleiter und Übertragungsapparat.

Die Verantwortung für die Ausrichtung des Unternehmens, respektive des Kanals, des Senders wird in der Spitze, also den Streamern, lokalisiert.¹⁵⁸ Den Rezipienten wird eine Komponente gegenübergestellt, welche als ‚Erzähler-Rolle‘ ausgelegt werden könnte, die den Text oder Inhalt selbst hervorbringt und kontrolliert – eine Rolle, ausgestattet mit Potenzen zur Supervision, nicht nur den Text, sondern erkennbar auch die Rezeption kontrollierend.¹⁵⁹ Vergleichbar mit den Programmdirektoren des traditionellen Fernsehens, wird der Inhalt und dessen Produktion von den Streamern bestimmt, wobei auf die Wünsche und die Nachfrage der Zuschauer erst in zweiter Instanz Rücksicht genommen wird. Die selbstverliehene Omnipräsenz gewinnt erst durch das Publikum an Bedeutung.

¹⁵⁸ Vgl. Karstens/Schütte, *Praxishandbuch Fernsehen*, S. 367.

¹⁵⁹ Vgl. Wulff, Hans J., „Parasozialität und Fernsehkommunikation“, *Medienpsychologie* 8/3, 1996a, S. 163–81.

6.3.4.2 Moderatoren „Mods“

Die Moderatoren eines *Twitch.tv* Kanals werden als Kontrollorgan und Regulierungsinstanz eingesetzt. Sie achten auf den adäquaten Gebrauch von Emotes (no spam) und den respektvollen Umgang zwischen den Chatpartizipanten. Diese Gruppe ist mit den Aufnahmeleitern (AL) und Produktionsassistenten (PA) des linearen Fernsehens vergleichbar. Dabei gilt wie schon bei Film und Fernsehen: Je größer die Produktion, desto mehr PAs und ALs werden benötigt. Die Auswahl der Moderatoren des GLS wird von den Streamern persönlich getroffen.

“Some viewers become moderators (‘mods’), are given the privileges to perform administrative duties within the stream. Moderators are given a special icon in the chat client to denote their status. They have the power to permanently ban or temporarily timeout viewers. Normally moderators exercise these powers to prevent people from posting abusive messages or links to inappropriate websites.”¹⁶⁰

Ohne Moderatoren verkommt der Chat (ab einer gewissen Größe des Kanals) zu einer willkürlichen Masse aus Werbung und Spamnachrichten. Neben diesen Kontrolltätigkeiten unterstützen die Moderatoren die Streamer indem sie relevante Fragen markieren oder sie auf Versäumnisse aufmerksam machen.

“Thus, having moderators and other regulars fill these roles helps a stream operate smoothly, and keeps viewers engaged.”¹⁶¹

Wie bei „Prominenten Chats“¹⁶² entscheiden (bei Bedarf) die Moderatoren, welche Beiträge sichtbar oder hervorgehoben werden, um (den Streamer) den Prominenten von der Verantwortung zu entbinden, den gesamten Verlauf lesen zu müssen.¹⁶³

¹⁶⁰ Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1316.

¹⁶¹ Ebd., S. 1320.

¹⁶² „Behind the Scenes: President Obama’s Twitter Q&A on #My2k“, R.: The Obama White House, youtube.com, 05. 12. 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=9uvGaAs1Ge0>, 30. 01. 2020.

¹⁶³ Vgl. Storrer, Angelika, „Sprachliche Besonderheiten getippter Gespräche: Sprecherwechsel und sprachliches Zeigen in der Chat-Kommunikation“, *Chat-Kommunikation: Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation; Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*, hg. v. Michael Beißwenger, Stuttgart: Ibidem 2001, S. 3–24, hier S. 13.

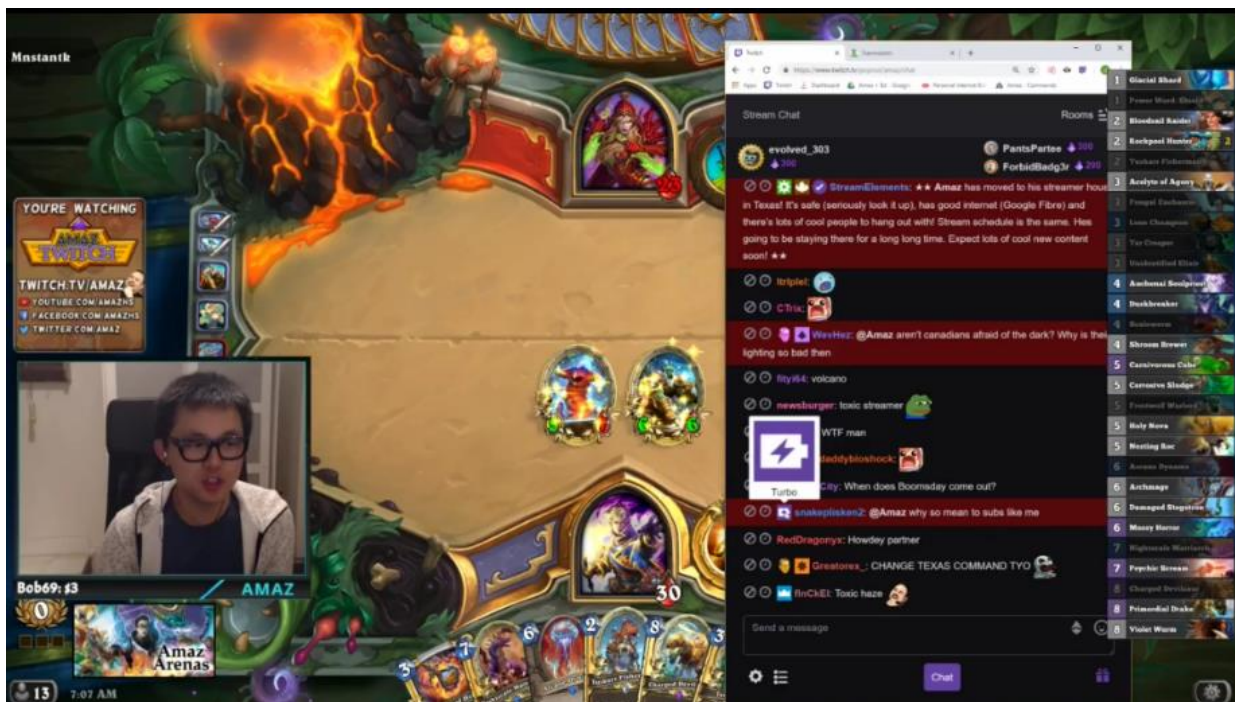


Abbildung 16: Moderierter Chat mit hervorgehobenen Chatnachrichten (Screenshot).¹⁶⁴

Zum Moderator eines Kanals im GLS gewählt zu werden ist ein Privileg, das regelmäßige Partizipation und eine Vertrauensbasis zwischen Streamer und Rezipient voraussetzt. Der Status kann jederzeit aberkannt werden.

6.3.4.3 Subscriber „Subs“

Subscriber (zu dt. Abonnent/Teilnehmer¹⁶⁵) kurz „Subs“ sind finanzielle Unterstützer und neben den Zuschauerzahlen die Maßeinheit des Erfolgs eines Kanals. Das Abonnement muss auf *Twitch.tv* monatlich erneuert werden. Ein Sub wird zum „Re-Sub“. Die Anzahl der abonnierten Monate wird zu der Erneuerung mitangeführt. Neben Sponsoren, Product-Placement, Sponsored Content und dem Schalten von Werbung, macht die Gruppe der Subscriber eine der Haupteinnahmequellen der Streamer des GLS aus. Sie sind Investoren, Gönner und Stammseher des Kanals mit stark ausgeprägtem Interesse an der Entwicklung und der Zukunft des Produkts. Konstante Qualität und kontinuierliche Produktion werden durch ihre Spenden und Abonnements gewährleistet. “In the context of video game streaming, when a user subscribes to a

¹⁶⁴ Amaz, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/amaz/videos?filter=archives&sort=time>, 04. 12. 2018.

¹⁶⁵ Vgl. von Renouard, Horst E., *Fachwörterbuch elektronische Medien und Dienste: deutsch-englisch; englisch-deutsch. Dictionary of electronic media and services*. Berlin [u.a.]: Springer ²2001.

streamer, he or she can feel good about supporting that particular streamer and perhaps enabling them to continue producing content.”¹⁶⁶

Seit der Übernahme von *Twitch.tv* durch *Amazon* wird allen Rezipienten, die über ein *Amazon Prime* Konto verfügen, angeboten, einmal monatlich einen Kanal gratis zu abonnieren. Die Kosten werden dabei von *Amazon* übernommen. Die Anzahl der Subscriber ist seitdem stark angestiegen, wodurch das Berufsfeld an Attraktivität gewonnen hat. *Amazon* fördert damit das Wachstum der eigenen Seite und als Betreiber wird der finanzielle Aufwand durch die prozentuelle Beteiligung (außer bei Partnern oder Affiliates) halbiert.

6.3.4.4 Follower

Die Gruppe der Follower ist mit jener der Stammseher des Fernsehens vergleichbar. Diejenigen, welche sich täglich zu bestimmter Uhrzeit ein Programm ansehen und es in ihren Alltag integriert haben. Die Funktion auf *Twitch.tv* einem Kanal zu folgen, startet und vereinfacht die Informationskette nach außen.

Voraussetzung ist der Besitz eines aktiven Accounts bzw. Kontos. Für die zuschauerschwächeren oder neuen Streamer ist die Gruppe der Follower (zu dt. Anhänger/Unterstützer¹⁶⁷) ein wichtiges Indiz, um das Wachstum des Kanals zu verfolgen. Als Follower wird man crossmedial via Email, *Facebook*, *Twitter* etc. darüber informiert, wann der vom Rezipienten gefolgte Streamer online ist. Das *Twitch.tv* Interface des Rezipienten wird um die gefolgten Kanäle ergänzt, um zukünftig leichteren Zugriff zu gewährleisten. Sie repräsentieren die erste Kerngruppe, welche den Diskurs der Kommunikationskultur eines Kanals bestimmt und die Bildung einer digitalen Gemeinschaft ermöglicht.¹⁶⁸ Mit der Betätigung des Follow-Buttons beginnt der technikbezogene soziale Prozess auf *Twitch.tv*.

¹⁶⁶ Sjöblom/Hamari, „Why do people watch others play video games?“, S. 992.

¹⁶⁷ Vgl. dict.cc. GmbH, „Follower“, *dict.cc Deutsch-Englisch-Wörterbuch*, o. A., <https://www.dict.cc/?s=follower>, 30. 01. 2020.

¹⁶⁸ Vgl. Döring, Nicola, „Sozialpsychologische Chat-Forschung: Methoden, Theorien, Befunde“, *Chat-Kommunikation: Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation; Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*, hg. v. Michael Beißwenger, Stuttgart: Ibidem 2001, S. 141–86 hier S. 148.

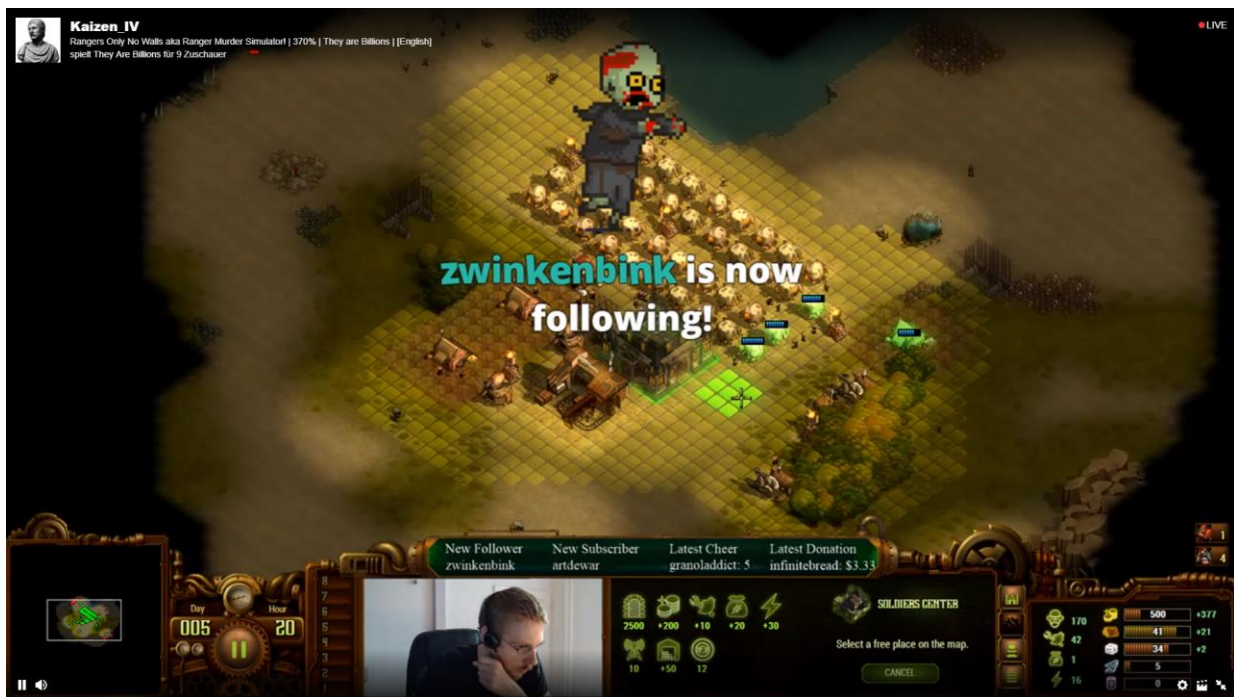


Abbildung 17: Gestaltung: neuer Follower in das Interface integriert: zwinkenbink (Screenshot).¹⁶⁹

Einige Streamer mittelgroßer Kanäle integrieren eine Chatregulierung, die es ausschließlich Subscribern oder Followern ermöglicht sich am Dialog zu beteiligen. Aus hierarchischer Sicht ist die Gruppe der Follower dennoch am unteren Ende der Pyramide zu verorten.

6.3.4.5 Viewer

Viewer (zu dt. Zuschauer/Betrachter¹⁷⁰) genießen keinerlei Vorzüge, die vom Kanal und Streamer bereitgestellt werden, machen durch ihre Masse allerdings den größten Anteil der Untergruppierungen eines *Twitch.tv* Kanals aus. Sie bestimmen, an welcher numerischen Stelle ein Kanal im jeweiligen Segment gelistet bzw. platziert wird, die für die Aufmerksamkeit und Rekrutierung neuer Rezipienten von enormer Bedeutung ist. Obwohl die Gruppe der Viewer in der Hierarchie am untersten Ende einzuordnen ist, macht sie zugleich den wichtigsten Bestandteil auf ganz *Twitch.tv* aus.

Das Wichtigste sind die Zuschauer, wobei auf *Twitch.tv* wie beim linearen Fernsehen gilt: *je mehr, desto besser* oder *die Quoten sind nach oben offen*.

¹⁶⁹ Amazon.com, Inc., „Kaizen_IV. Videos“, *twitch.tv*, o. A., https://www.twitch.tv/kaizen_iv/videos, 02. 07. 2018.

¹⁷⁰ Vgl. von Renouard, *Fachwörterbuch elektronische Medien und Dienste*, S. 752.

6.3.4.6 Lurker

Ein Lurker ist “a person who accesses a chat group or their computer bulletin system without participating.”¹⁷¹ Sie sind klassische Couch Potatoes, die sich vom Programm berieseln lassen und als Zuschauer ganz im Sinne des linearen Fernsehens vor allem eines möchten: Nichts tun! Im GLS wird von Seiten der Streamer ein hohes Maß an Partizipation angestrebt, Lurker werden daher aufgefordert sich aktiv über den Chat oder andere Möglichkeiten zu beteiligen. Durch ihre „lean back“-Mentalität repräsentieren sie eine interessante Untergruppe. Ihre unsichtbare Präsenz offenbart den multifunktionalen Charakter des GLS und dessen variable Nutzbarkeit. Das Angebot, über mehrere Stunden passiv bzw. teilnahmslos zu beobachten, verweist auf die Seite des GLS, die dem traditionellen Fernsehen am nächsten kommt. Die Gruppe der Lurker ist, gerade aufgrund ihrer Passivität, ein wesentlicher Bestandteil des Erfolgs der Plattform. Ihre Teilnahmslosigkeit definiert die mediale Funktion der Streamer und deren Motivation zur Aktivität anzuregen, worauf in den nächsten Kapiteln genauer eingegangen wird.

¹⁷¹ Weiner, Richard, *Webster's new world dictionary of media and communications*, New York: Macmillan 1990, S. 352.

7 *Twitch.tv* als digitale Bühne

Folgendes Kapitel beschäftigt sich mit den medialen Funktionen der Streamer auf *Twitch.tv*. Ausgehend von ihrer Urfunktion als Übermittler professionellen Gameplays, hat sich ihre Rolle durch den Erfolg und das Wachstum der Plattform stark verändert. Das Spiel und der Spieler begegnen sich heute auf Augenhöhe. Die Interaktion mit den Rezipienten und die Schaffung eines Vertrautheitsraumes(-kanals), sind wichtige Aspekte, unabhängig von der Übertragung von Spieleinhalten, geworden.

Die Kommunikation der Streamer mit den Chatteilnehmern führt zu parasozialen Beziehungen, die durch hierarchische Strukturen geregelt und fernsehtypischen Produktions- und Gestaltungsprozessen initiiert werden. Dabei kann zwischen zwei grundlegenden Streamer-Definitionen, den Content Broadcastern und Variety Streamern, unterschieden werden, die im nachstehenden Kapitel beschrieben werden. Die ökonomische und soziale Funktion, die sie innehaben, beeinflusst sowohl die Spieleindustrie als auch die Zuschauer und deren Konsum- und Rezeptionsverhalten neuer Medien.

7.1 Digitale Spieler

Abseits der Akteure der öffentlichen Spielhallen war das frühe Computer- und Konsolenspiel ein Auslöser sozialer Isolation. Die Spieler tauchten durch dessen immersive Wirkung in fremde Welten ein, von denen sie höchstens einer ausgewählten Gruppe ebenfalls Spielender berichteten. Durch das Internet und *Twitch.tv* haben sich das Wesen der Spieler und deren gesellschaftlicher Status geändert. Das Spiel wurde zum Stück des Spielers, der es als schauspielender Spieler aufgreift und für ein unbekanntes und unsichtbares Publikum inszeniert. Der Spielende ist in seinem Handlungsspielraum im Regelwerk des Spiels limitiert. Tritt er heraus und nimmt die Rolle des Kommentators ein, wird er weiter von der Darstellung des Spiels und dessen Reflexion auf sein Handeln beeinflusst. Dieses Ein- und Austreten aus dem Spiel, der Rolle, dem Stück, passiert beim GLS permanent. Die Selbst- und imaginierte Fremdbeobachtung machen das Spielen zum inszenierten Schauspiel und den Spieler

zum theatralen Akteur.¹⁷² Das Spiel wird zu einer virtuellen Bühne für den Spielenden, der aber durch das Medium selbst in einem ständigen Rollenspiel zwischen Spieler und Darsteller verweilt.¹⁷³ Dieser Wechselwirkung folgt aber gerade auf *Twitch.tv* eine aktualisierte Ansicht der Begriffe „Game“ und „Play“.

„Das game wird zum play, das Computerspiel zum Schauspiel. Das Computerspielen zeigt sich folglich als theatrale Tätigkeit, indem der Blick des Anderen zum konstituierenden Moment der Inszenierung wird.“¹⁷⁴

Die Funktion der Spieler wird durch den Gesichtspunkt der Darstellung öffentlich und damit von medialen, kulturellen und ökonomischen Interesse. Durch sie wird auch das Spiel zum öffentlichen Diskurs und erreicht als „Unterhaltungsprogramm“ Rezipienten, die selbst keine Spieler sind. Der Unterhaltungswert wird dabei abwechselnd vom Spiel wie vom Spielenden generiert. Das Let's Play Video und der Gaming Livestream haben den professionellen eSport-Übertragungen die selbstdarstellerischen Möglichkeiten voraus.¹⁷⁵

Medienpädagogin Vera Marie Rodewald erläutert diese theatrale Inszenierung und die Entwicklung der Spieler und des Computerspiels in ihrem Text „Die Lust am Vorspielen. Zur theatralen Inszenierung des Computerspielens“.

„Durch die zunehmende Verbreitung der aufgezeichneten Spielsequenzen sowie durch das Aufkommen von Professionalisierungstendenzen übersteigen die Let's Play-Videos mittlerweile den Status eines Epiphänomens und rücken die Frage in den Fokus, welchen Einfluss diese Form der Theatralisierung schließlich auf das Computerspielen hat. Denn während Computerspiele noch immer als Exempel interaktiver Medien angeführt werden, verändert ihre Remedialisierung die Produktions- und Rezeptionsbedingungen und damit auch die Art der möglichen Teilnahme am Spiel.“¹⁷⁶

Die Streamer nehmen die Rolle der fiktiven Figur des Computerspiels ein, bleiben aber ihrer Funktion als auktoriale erzählende Instanz treu, um das Publikum in den Prozess miteinzubeziehen. Dadurch entstehen zwei Bühnen, die vom Streamer parallel bespielt werden. Die Rezipienten richten ihr Interesse sowohl auf den gespielten Inhalt des Spiels als auch auf die Darbietung der Streamer als reale Personen. Resultat ist eine

¹⁷² Vgl. Rodewald, Vera M., „Die Lust am Vorspielen. Zur theatralen Inszenierung des Computerspielens“, *Phänomen Let's Play-Video: Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 105–18, hier S. 110.

¹⁷³ Vgl. ebd., S. 105.

¹⁷⁴ Ebd., S. 108.

¹⁷⁵ Vgl. Smith, Thomas et al., „Live-streaming changes the (video) game“, *Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video (EuroITV '13)*, New York: Association for Computing Machinery 2013, S. 131–8, hier S. 132.

¹⁷⁶ Rodewald, „Die Lust am Vorspielen“, S. 106.

permanente Wechselwirkung zwischen den Spielern, dem gespielten bzw. gestreamten Spiel und den Zuschauern. Diese Wechselwirkung definiert nicht nur den GLS als partizipatives Massenmedium, sondern auch dessen Spieler als digitale Spielhallen - Helden.

7.2 Donald Horton und Richard Wohls Personae

Die Psychologen Donald Horton und Richard Wohl entwarfen in ihrem Aufsatz „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“ (1956) die Theorie, welche Medienakteure als so genannte „Personae“ beschreibt.

“These personalities whose existence is a function of the media themselves. These personalities, usually, are not prominent in any of the social spheres beyond the media. They exist for their audiences only in the para-social relation. Lacking an appropriate name for these performers, we shall call them personae.”¹⁷⁷

Maßgebend für die Definition der Persona ist ihre Bestimmung als funktionales Element des Mediums. Sie fungiert als Bezugspunkt des Zuschauers zum Text des Fernsehens. Ihre vermittelnde Aufgabe bezieht sich sowohl auf die emotionale Ebene der Zuschauer, als auch auf die sendungsrelevanten Merkmale der Produktion.¹⁷⁸ Die Ambivalenz der Rollendefinition, die sie hervorbringt, ist nur dann konstatierbar, wenn man von einer radikalen Trennung von Bühne (Fernsehstudio, Spiel und Wohnraum) und Zuschauerraum ausgeht. Wird aber davon ausgegangen, dass es sich bei der Darbietung des Performers, der Persona, sowieso um eine adressierte Darbietung handelt, ist auch das Hin- und Herschalten zwischen den beiden Rezeptionsmodi der „Observation“ und der „Partizipation“ kein Anlass zum Rollenkonflikt.¹⁷⁹ Sie bezeichnen dann die neue Form der „Rezeption“ eines Mediums. Die Persona wird durch einen Moderator, Quizmaster oder Showmaster verkörpert und spielt keine Rolle (staging not acting), sie bleibt als Person identifizierbar und schafft so eine Ebene der persönlichen und emotionalen Bindung mit den Zuschauern. Dieser „reale“ statt „fiktive“ Charakter führt zu einer Problematik der Statusdefinition der Performer.

¹⁷⁷ Horton, Donald/Richard Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“, *Psychiatry* 19/3, 1956, S. 215–29, hier S. 216.

¹⁷⁸ Vgl. Krotz, Friedrich, „Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 73–90.

¹⁷⁹ Vgl. Wulff, „Parasozialität und Fernsehkommunikation“, S. 163–81.

Versteht man die Persona als Instanz einer solchen kommunikativen Funktion, so lässt sich ihr Status zwischen „Person“ und „Rolle“ wie folgt klären:

Es handelt sich um eine abstrakte, textuelle Funktion, die von einer medial repräsentierten Person realisiert wird, deren Sinngehalt in der Aktivierung der Zuschauer liegt. Sie nehmen dabei eine leitende und erzählende Rolle ein und verwischen die Grenzen zwischen „Person“ und „Rolle“, indem sie in dem fiktiven Handlungsrahmen agieren aber immer als reale Personen erkennbar bleiben.¹⁸⁰

Das Resultat und ihr Bestreben können im weitesten Sinne als guter Freund verstanden werden. Würde es sich um eine rein fiktive Figur, wie man sie aus Kinofilmen kennt, handeln, wäre der Partizipations- und Identifikationsspielraum zwischen Rezipient und Performer stark eingegrenzt.

Ihr regelmäßiges Auftreten, ihre bekannten und vertrauten Handlungsabläufe und die Planbarkeit der Rezeption erschaffen beim Zuschauer ein Gefühl der Vertrautheit, wie es auch durch die serielle Produktion auf *Twitch.tv* der Fall ist.

Trotz (möglicher) großer Distanz und der technischen Vermittlungsinstanz wird eine von Horton und Wohl beschriebene parasoziale Form der Nähe geschaffen. Die illusionierte Fernsehrealität vermischt sich auch im GLS mit der Wirklichkeit der Rezipienten.

“(…) there is no such discontinuity between everyday and para-social experience as is suggested by the common practice”.¹⁸¹ Das Konzept der Persona unterscheidet sich in ihrem Ansatz, verglichen mit dem Starkult des Kinos, indem sie nicht glorifiziert wird, sondern als Teil des Alltags konzipiert ist. Sie sind alltägliche Charaktere, Menschen „wie du und ich“.

Darum können Menschen zu Personae auch ein freundschaftliches Verhältnis aufbauen, da sie es nicht mit den Idealbildern der Stars zu tun haben. Wenn es eine Eigenschaft gibt, die bei der Persona besonders hervorsteht, ist es ihre Verlässlichkeit.¹⁸² Auf *Twitch.tv* wird Horton und Wohls Konzept durch die Regelmäßigkeit der Produktion, dem ungeschminkten Auftritt, der Verlässlichkeit zeitlich und inhaltlich abrufbar zu sein und dem Partizipationsmodell der Plattform umgesetzt.

¹⁸⁰ Vgl. Hippel, Klemens, „Personae. Zu einer texttheoretischen Interpretation eines vernachlässigten Konzepts“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 53–66, hier S. 62.

¹⁸¹ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 228.

¹⁸² Vgl. Hartmann, Tilo, „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“, *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*, hg. v. Matthias Potthoff, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016, S. 75–84, hier S. 78.

7.3 Twitch.tv Streamer als Personae

Wie die Show- und Quizmaster des traditionellen Fernsehens beziehen die Streamer ihr Publikum direkt in die Produktion ein und handeln in von der Audienz gewünschten Mustern. Sie nehmen dabei eine "idealized version of an everyday performance – a successful para-social approximation of an ideal pattern (...), like Liberace 'outdoes the husband' and Nancy Berg 'outdoes the ordinary wife'"¹⁸³ ein. Die Streamer des Gaming-Live-Streams schlüpfen in keine fiktive Rolle. Der narrative Rahmen wird, wenn überhaupt, vom Spiel vorgegeben und nur bei Bedarf berücksichtigt. Sie sind Menschen, die keine traditionellen schauspielerischen Fähigkeiten besitzen, sind weder Sänger noch Schauspieler.¹⁸⁴ Es sind Personen, die sich selbst spielen. Die Persönlichkeit der Streamer muss echt, pur und nachvollziehbar für die Rezipienten sein. Die Charakter-Eigenschaften der Personae sind klar beschrieben, "ideally, a performer should have heart, should be sincere, his performance should be real and warm".¹⁸⁵

Die Zuschauer werden mit der Illusion konfrontiert einen Bekannten zu beobachten. Sie lernen die Persönlichkeit und die Eigenschaften der Person kennen und schaffen so eine einseitige para-soziale Beziehung. Sie sind eine Art neue Performer, neue Akteure einer bislang kaum bekannten Mediensphäre. Kommt es zu einer regelmäßigen Interaktion, bzw. einem kommunikativen Austausch, nimmt der Rezipient eine komplementäre Identität zum Streamer bzw. Moderatoren des linearen Fernsehens an. Er wird eine Art Freund oder Freundin, ein Bewunderer oder Opponent.

"In time, the devotee - the fan - comes to believe that he knows the persona more intimately and profoundly than others do; that he understands his character and appreciates his values and motives. Such an accumulation of knowledge and intensification of loyalty, however, appears to be a kind of growth without development, for the one-sided nature of the connection precludes a progressive and mutual reformulation of its values and aims."¹⁸⁶

Ihr konstantes Repertoire an humoristischen oder aggressiven Einlagen ist als Charakteristikum zur Identifikation als Marke konstatierbar. Die Persönlichkeit zu unterstreichen ist ein wichtiger Aspekt, um sich zum einen von der Konkurrenz zu unterscheiden und zum anderen, Wiedererkennungswert zu schaffen. Emotionen

¹⁸³ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 222.

¹⁸⁴ Vgl. Wulff, „Parasozialität und Fernsehkommunikation“, S. 163–81.

¹⁸⁵ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 220.

¹⁸⁶ Ebd., S. 216f.

nachzugeben und Wut oder Freude offen auszuleben wird vom Publikum zur Bildung einer para-sozialen Beziehung als Referenzmarker notiert. Die Forderung nach einem Kuss ist, übertragen auf den GLS, nur ein Beispiel dafür sich zu beteiligen und eine parasoziale Beziehung zu erwirken, wie es anhand ThijsHs Beispiel veranschaulicht wird.



Abbildung 18: ThijsHS Kiss – Streamer/Viewer Interaktion (Screenshot).¹⁸⁷

Chat: "Can you send me a kiss Thijs?"

ThijsHS: "There we go, Internet kiss!"¹⁸⁸

Dadurch kann schon nach kurzer Zeit Sympathie oder Antipathie als Antrieb einen Kanal bzw. ein Programm aufzurufen, impliziert werden.

„Denn im Unterschied zu manchem realen Freund oder Bekannten ist das Auftreten der Personae regelmäßig und zuverlässig. Überraschungen, wie schwankende Launen oder unerwartete Verhaltensweisen sind im Gegensatz zu echten Freunden äußerst untypisch.“¹⁸⁹

¹⁸⁷ Amazon.com, Inc., „Thijs. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.Twitch.tv/thijs/videos?filter=archives&sort=time>, 15. 11. 2018.

¹⁸⁸ Thijs, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/thijs/videos?filter=archives&sort=time>, 15. 11. 2018.

¹⁸⁹ Mikos, Lothar, „Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 97–106, hier S. 98.

Die Gaming Live Streamer folgen einem „production format“¹⁹⁰, und damit dem Entwurf einer idealisierten Person, die über viele Sitzungen ‘Sessions’ gleichermaßen als Persona realisiert wird. Durch Konstanz und persönliche Anteilnahme der Zuschauer kann sich die grundlegende Motivation der Rezipienten umkehren, und die Streamer (Moderatoren) werden als elementarer Bestand der Unterhaltung dem Spiel (Format) übergeordnet. Das Resultat wird von Horton und Wohl als parasoziale Beziehung beschrieben, die auf *Twitch.tv*, wie durch die Moderatoren und Quizmaster des traditionellen Fernsehens, durch digitale Gruppen und dem daraus folgenden Gefühl sozialer Nähe realisiert wird. Die Herangehensweise zur Umsetzung dieses Ziels wird im GLS in zwei Kategorien von Streamertypen unterschieden. Diese haben sich erst durch den Erfolg der Plattform und dem Interesse der Rezipienten an dem Gaming Livestream gebildet. Im nachstehenden Abschnitt wird eine Definition dieser Kategorisierung und ihrer Eigenheiten angeboten.

7.4 Content Broadcaster und Variety Streamer

Nachstehend werden die Unterschiede und Eigenschaften der beiden Grundformen Content Broadcaster (kurz CoBr) und Variety Streamer (kurz VaSt) beschrieben. Die Kategorisierung kann sich unter Umständen zeitlich limitiert vermischen bzw. umkehren. Zu Beginn des GLS im Jahr 2011 übertrugen die eSportler auf privater Ebene als CoBr (UGC) ihr professionelles „Gameplay“ und ebneten dadurch den Weg des Erfolgs der Plattform. Die Partizipationsmöglichkeiten, die optische Darstellung und die Interaktion mit den Chatteilnehmern waren damals wesentlich beschränkter als heutzutage. Der Erfolg der Variety Streamer hat sich erst später durch die Diversität des Angebots und die Dualisierung gebildet. Das Kräfteverhältnis von Professionalität (das Spiel betreffend) und dem Faktor der Unterhaltung wurde durch sie erschüttert.

7.4.1 Content Broadcaster

Ausdrucksstil und Kanalstruktur der CoBr sind mit dem der Sportkommentatoren des linearen Fernsehens vergleichbar. Sie spezialisieren sich auf ein bestimmtes Spiel und überzeugen ihre Rezipienten durch Expertenwissen und präzise Fachkenntnis.

¹⁹⁰ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 217.

Genauso wenig wie ein englischer Fußballkommentator eine Modenschau in Mailand moderiert, wechselt ein CoBr das von ihm priorisierte Spiel. Die Gruppe der CoBr wird mit dem von ihnen gespielten Spiel assoziiert. Der Bruch dieser Verbindung würde dem Image schaden und wird daher bestmöglich vermieden. Die Konstanz auf Spielebene vereinfacht zudem die Bildung einer digitalen sozialen Gruppe (Community), wie vom Streamer „GiantWaffle“ festgestellt wird:

*GiantWaffle: "I think it's also something about as a streamer you want to make content that people can expect kind of right, like you want to make content that they enjoy, but like the idea behind of you know the game that you are going to play and they ... and if they tune in every time. It's a really nice foundation to build your stream out of."*¹⁹¹

Selbst ein Spielewechsel innerhalb des priorisierten Genres kann der Reputation als Content Broadcaster schaden. Wird das Spiel auf *Twitch.tv* gewechselt, ändert sich die Kategorie in der der Streamer auf der Plattform gelistet wird. Rezipienten, die ihre Streamer vorzugsweise über die Spielekategorie anwählen (und nicht mit Hilfe der „Follow Funktion“) gehen dadurch unvermeidlich verloren.

Die Konstanz geht in diesem Fall über die Regeln der seriellen Produktion hinaus und wird von der inhaltliche Ebene übertrumpft. Shadybunny, ein *Hearthstone*¹⁹² Content Broadcaster, wird von seinen Chatteilnehmern auf einen möglichen Spielewechsel angesprochen und antwortet wie folgt:

Chat: "Do you play other card games on Stream?"

Shadybunny: "No, I only play Hearthstone (...). For me it just never makes sense to play another game on stream, from a period logical point of view it makes no sense (...). It doesn't make sense (...), 'cause, if you have profiled yourself as a (...) Hearthstone streamer, you get punished for playing other games right (...).

Chat: "Aren't you worried what is going to happen when you are getting bored by Hearthstone?"

Shadybunny: "I mean, you act like, being bored of something make you stop right? I think it is up to you to make it not to become boring. (...)

*If you have made the decision that you want to stream one single game, which I think is a lot easier to build up a viewership base than variety. There are a lot of successful variety streamers but I think there are way more successful people that play only one game, or at least got their success while playing one game and then moved on right."*¹⁹³

¹⁹¹ „ἡγάμ δ'εἰμδ“, R.: Lirik, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/256572184>, 30. 01. 2020.

¹⁹² *Hearthstone: Heroes of Warcraft*, Design: Team 5, Activision Blizzard 2014.

¹⁹³ „Video on Demand“, R.: Shadybunny, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/282922788>, 10. 07. 2018.

Shadybunny beschreibt das Problem des Spielewechsels als CoBr indem er sagt: "It just never makes sense!" Als CoBr stehen die Expertise und die Qualität des Spiels an erster Stelle. Die lehrende und informative Diktion muss sachlich und fundiert vorgetragen werden. Durch den Wechsel des Spiels geht ihnen diese grundlegende Bedeutung verloren und aus Experten werden „Casuals“. Wie bei Sportereignissen des traditionellen Fernsehens wird von den Kommentatoren im GLS ein hohes Maß an Hintergrundwissen vorausgesetzt.

Raymond Williams unterscheidet in seinem Werk: „Television: technology and cultural form“ zwischen zwei Arten von Moderationsstilen und beschreibt weiter den Einsatz von Moderatoren als ein grundlegendes Element der Fernsehgestaltung.

Ihr Einflussbereich beginnt schon bei ihrer Anwesenheit und verändert durch ihre Präsenz das Rezeptionsgefühl der Betrachter.

Es wird zwischen zwei Arten bzw. Stilen des Kommentierens unterschieden: Zum einen gibt es den „color commentator“ und zum anderen den „play-by-play analysts“.¹⁹⁴ Übertragen auf den GLS auf *Twitch.tv* kann die Gruppe der CoBr als „play-by-play analysts“ verstanden werden, die der VaSt als „color commentators“.

7.4.1.1 Berufsstreamer & eSportler

eSportler und Content Broadcaster investieren viel Zeit, um die Qualität ihres Spiels und Expertenwissen sicherzustellen, wodurch sich das Wesen und der Sinngehalt des gestreamten bzw. dargestellten Spiels ändern. Das Spiel verliert seinen spielerischen Gehalt und wird zum Arbeitsmaterial, zur Existenzgrundlage, zur Einnahmequelle und folglich zum Beruf.

Das Spiel wird zum Sport, folglich zur Arbeit. Und obwohl der Sport – zumindest laut gängiger Meinung – den höchsten Grad an bezeichnenden Spielelementen aufweist, hat er doch das Beste seines Spielgehalts verloren. Das Spiel ist Ernst geworden. Dieser Wechsel findet sowohl im athletischen Bereich als auch bei allen Spielen statt, die eine verstandesmäßige Berechnung als Gewinnbedingung voraussetzen, wie zum Beispiel Schach, taktische Spiele oder diverse Kartenspiele.¹⁹⁵ Der CoBr, und das liegt

¹⁹⁴ Williams, Raymond, *Television: technology and cultural form*, London [u.a.]: Routledge 1990, S. 42f.

¹⁹⁵ Vgl. Huizinga, Johan, *Homo ludens: vom Ursprung der Kultur im Spiel*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 123.-125. Tsd. Ed. 1997, S. 188.

schon in der Haltung, die ihn als solchen definiert, ist der ständigen Gefahr ausgesetzt, dem Ernst nachzugeben und das Spiel im Spiel zu verlieren.

Hinter jedem eSportler, den Teams und den Berufsstreamern steht ein kompetitives Spiel. *StarCraft 2* hat als Vertreter des RTS Genres das Fundament gelegt. Den Erfolg von *StarCraft: Brood War*¹⁹⁶ und *StarCraft 2* machte der sichtbare Unterschied zwischen „Casual Gamern“ und den eSportlern aus, welche schneller, präziser und intelligenter spielten. Die Rezipienten wussten, dass die Qualität des Spiels tägliches, stundenlanges und oft monotones Training voraussetzt und honorierten es.

Aktuell hat das Genre auf *Twitch.tv* stark an Aufmerksamkeit (an Zuschauerzahlen) verloren. Das Free to Play Konzept (F2P) der MOBA (Massive Online Battle Arena) Spiele und dessen Adressierung an ein jüngeres Publikum hat das bis dahin vorherrschende RTS (Real-Time-Strategy) Genre abgelöst.

Mit der Veröffentlichung von *PUBG*¹⁹⁷ am 23.03.2017 ist dem MOBA Genre ähnliches, durch das aufkommende Interesse an BR Games (Battle Royale), wiederfahren. Die absoluten Zuschauerzahlen der *Twitch.tv* Frontpage bestätigen diesen Trend. Mit *PUBG* positionierte sich ein Titel an der Spitze von dem sowohl neue, wie bekannte Streamer profitierten. Das BR Genre folgt dem „last man standing“-Prinzip und hat die Kräfteverhältnisse der *Twitch.tv* Frontpage nachhaltig beeinflusst. Zum populärsten Vertreter der *PUBG* CoBr wurde Michael Grzesiek alias Shroud.

7.4.1.1.1 Shroud

Michael „shroud“ Grzesiek, geboren 02.06.1994, hat sich als CoBr die Monopolstellung im *PUBG* Segment auf *Twitch.tv* sichern können. Mit seinem professionellen Gameplay wurde er zu einem der erfolgreichsten Streamer der Plattform. Ursprünglich war er ein professioneller kanadischer *CS:GO*¹⁹⁸ Spieler mit polnischen Wurzeln. Seine eSport Karriere begann mit der Übernahme seines Teams compLexity Gaming (kurz coL, ein amerikanischer eSport Clan, gegründet 2003) durch Cloud9 (kurz C9, eine amerikanische eSport Organisation, gegründet 2013). Diese Übernahme machte ihn am 01.08.2014 zu einem fixen Bestandteil des *CS:GO* Squads von Cloud9. Er gewann einige Titel und erreichte als Teil des Teams Top-Platzierungen bevor er im August

¹⁹⁶ *StarCraft: Brood War*, Design: Rob Pardo, Blizzard Entertainment 1998.

¹⁹⁷ *PlayerUnknown's Battlegrounds*, Design: Brendan Greene, PUBG Corporation 2017.

¹⁹⁸ *Counter-Strike: Global Offensive*, Design: Valve/Hidden Path Entertainment, Valve 2012.

2017 durch William „RUSH“ Wierzbza und Tarik „tarik“ Celik ersetzt wurde. Nach mehrjähriger Präsenz auf Twitch.tv wurde Shroud im Jahr 2019 von der konkurrierenden Plattform Mixer von Microsoft abgeworben.

- ESL Pro League Season 4 — 1st
- PGL Regional Minor Championship Americas / PGL Major Krakow 2017 — 1st
- iBUYPOWER Cup 2015 — 1st
- Northern Arena 2016: Toronto — 2nd
- ESL ESEA NA Pro League S1 — 1st
- iBUYPOWER Invitational 2016 Spring — 1st
- ESL ESEA Pro League S1 — 2nd

Unzufrieden mit der Rolle auf der Ersatzbank kündigte er im April 2018 seinen Rückzug aus der kompetitiven CS:GO Szene an, um seiner Karriere als Fulltime Streamer nachzugehen.¹⁹⁹ Seine nationalen und internationalen Erfolge sowie die Reputation als eSportler vereinfachten ihm den Weg als Streamer auf *Twitch.tv*. 53.433 Subscriber²⁰⁰ (Stand: 16.08.2018) und 4.020.179 Follower²⁰¹ (Stand: 16.08.2018) unterstreichen den Erfolg in Zahlen.

7.4.1.1.2 Ninja

Mit *Fortnite*²⁰² wurde am 25.07.2017 ein Konkurrent im BR-Segment vom Hersteller *Epic Games* veröffentlicht. Es gilt als „faster paced“, „less hardcore“ und „arkadiger“ als *PUBG*, wodurch es vor allem die jüngeren Spieler besser erreicht. Brutalität wird weitgehend vermieden und mit humorigen Aktionen (Bsp. Tanz) ersetzt. Die BR Streamer und Communities auf *Twitch.tv* spalteten sich in zwei Lager. Richard „Ninja“ Tyler Blevins, geboren am 05.06.1991, nutzte die Gelegenheit und ist seit April 2018 der erfolgreichste Streamer aller Zeiten auf *Twitch.tv*. Mit 10,419,316 Followern²⁰³ (Stand:

¹⁹⁹ Vgl. aXiomatic, „shroud“, *liquipedia.net*, 09. 01. 2020, <https://liquipedia.net/counterstrike/Shroud>, 30. 01. 2020.

²⁰⁰ Vgl. TwitchStats, „Real Twitch Sub Count“, *Twitch Stats*, o. A., <https://twitchstats.net/real-sub-count>, 16. 08. 2018.

²⁰¹ Vgl. Twitchmetrics, „The Most Followed Twitch Streamers“, *TwitchMetrics*, o. A., <https://www.twitchmetrics.net/channels/follower>, 16. 08. 2018.

²⁰² *Fortnite*, Design: Epic Games/People Can Fly, Epic Games 2017.

²⁰³ Vgl. Twitchmetrics, „The Most Followed Twitch Streamers“, 16. 08. 2018.

16.08.2018), 75,380 Subscribern²⁰⁴ (Stand: 16.08.2018) und einem Durchschnitt von 110.000 (Stand: 16.08.2018) Zuschauern pro gespielter Sitzung, schuf er neue Maßstäbe im GLS (sein Höchstwert lag bei über 250.000 Subscribern/Abonnenten).

Erstmals aufgefallen als *Halo 3*²⁰⁵-Spieler, einem Arcade Shooter des Herstellers *Bungie*, spielte er in der kompetitiven Szene für diverse namhafte Teams wie Cloud9, Team Liquid (eine amerikanische eSport Organisation, gegründet 2000) oder Luminosity Gaming. Zu streamen begann er bereits 2011 mit *H1Z1*²⁰⁶ in der Gaming-Sektion von *justin.tv*. Im Jahr 2017 wurde er Teil des Teams Luminosity Gaming und deren kompetitiven Halo Squads. Er entschied sich aber, wie Shroud, für eine Karriere als Streamer.

Mit dem Erfolg *Fortnites* stiegen auch Ninjas Zuschauerzahlen. Im September 2017 hatte er bereits rund 500.000 Follower.

Sein Durchbruch als Streamer gelang im März 2018 als er mit dem amerikanischen Rapper und R'n'B Musiker Drake zwei Runden der Kategorie Duos spielte. Drake folgten durch die crossmediale Vermarktung der Sitzung Fans und Zuschauer aus der Musikbranche. Mehr als 630.000 Personen schauten ihnen live zu, der höchste jemals auf *Twitch.tv* gemessene Wert eines privaten Kanals.

Neben seiner auffälligen Optik und impulsiven Art zeichnet sich Ninja ganz im Sinne der CoBr durch spielerische Qualität aus. Seine Shooter Fertigkeiten und die Vergangenheit als professioneller eSportler kommen ihm als Streamer auch im BR Genre zugute. Aktuell sichert er sich nicht nur die Monopolstellung als CoBr im *Fortnite* Segment auf *Twitch.tv*, sondern die der ganzen Plattform. Anhand seines Beispiels wird deutlich, dass das Potential des GLS durch weitere Remedialisierungsprozesse noch nicht ausgereizt ist. Genau wie Shroud, wurde auch Ninja von der streaming Plattform Mixer verpflichtet. Damit verlor *Twitch.tv* zwei seiner populärsten Streamer. Für die Transfers wurden den Streamern Millionenbeträge geboten.

7.4.1.2 Aktualität

Die Kanal-Positionierung der CoBr hängt sowohl von dem gewählten Spiel als auch von dessen Unterstützung durch die Entwickler ab. Kompetitive Spiele sind stark balance-

²⁰⁴ Vgl. TwitchStats, „Real Twitch Sub Count“, 16. 08. 2018.

²⁰⁵ *Halo 3*, Design: Bungie Studios, Microsoft Game Studios 2007.

²⁰⁶ *H1Z1*, Design: Daybreak Game Company, Daybreak Game Company/Tencent Games 2018.

abhängig und erfordern daher reguläre „Wartungsarbeiten“, Entwicklungen und Erweiterungen, um Spieler und Publikum zufriedenzustellen. Bei der Gruppe der CoBr besteht kaum Interesse an Neuerscheinungen, Pre-Releases, Alpha Testspielversionen oder Closed Beta Invites. Ihr Interesse ist auf die internen Veränderungen gerichtet, die von den Entwicklern vorgenommen werden und direkten Einfluss auf den von ihnen produzierten Inhalt nehmen. Die Zuschauerzahlen auf *Twitch.tv* hängen damit direkt zusammen. Sie spiegeln außerdem den Einsatz der Entwickler wider, die Meinungen und Wünsche der Spieler zu berücksichtigen. Folgende Beispiele sind Teil dieser Prozesse, die insbesondere von der Gruppe der CoBr genau verfolgt werden.

7.4.1.2.1 Patch

Patches können unterschiedlich groß sein. Abhängig vom Umfang des Eingriffs durch die Entwickler ist das Ausmaß an Interesse und Kommunikation der Streamer. Patches bedeuten in jedem Fall eine Form von Veränderung des Spiels und werden daher mit großem Interesse verfolgt. Spiele die ein kompetitives Element aufweisen sind besonders von den „Wartungsarbeiten“ der Spieldesigner betroffen.

„Patch, zu ‚patchen‘ bedeutet flicken; Fehlerbereinigung bei Programmen, wobei gemeint ist, dass nicht der gesamte Code neu geschrieben wird, sondern nur einige Bytes an bestimmten Stellen überschrieben werden.“²⁰⁷

7.4.1.2.2 Buffs & Nerfs

Buffs und Nerfs sind nicht Teil eines Reinigungsprozesses oder einer Fehlerbehebung. Sie dienen zur Regulierung der spielinternen Balance und werden von Spielern kritisch kommentiert oder vehement eingefordert.

“In video games, when the makers increase the power of something, it is sometimes referred as a buff. If they decrease the power of something, it is called a nerf or a de-buff. This also applies to player abilities to temporary increase or decrease their power.”²⁰⁸

²⁰⁷ Brauner, Detlef et al., *Multimedia-Lexikon*, München/Wien: Oldenbourg 1998, S. 259.

²⁰⁸ Yargs, Sven, „Etymology of ‘Buff’ and ‘Nerf’ as used in video-game slang“, *Stack Exchange. English Language & Usage*, 29. 04. 2016, <https://english.stackexchange.com/questions/4221/etymology-of-buff-and-nerf-as-used-in-video-game-slang>, 30. 01. 2020.

7.4.1.2.3 Expansions & DLCs

Expansion Packs sind zumeist wesentlich umfangreicher und daher auch teurer als DLCs. Content Broadcaster nutzen die Aktualisierungsmaßnahmen der Entwickler um sich und ihren Expertenstatus unter Beweis zu stellen. Den internen Veränderungen eines Spiels folgt ein sich mit ihnen aktualisiertes Metagame. Ein Expansion Pack beschreibt "a module that adds new content to an existing piece of software."²⁰⁹

"'DLC': Stands for 'Downloadable Content.' DLC refers to additional content that can be downloaded within a video game. It has become a common feature in PC, console, and mobile games. The most common type of downloadable content is extra maps or levels that extend the gameplay of the original game. (...) Another popular type of DLC includes extra items that can be incorporated into the game. While some downloadable content is offered for free, most DLC must be purchased. The cost of downloadable content packs is typically much less than the price of the original game, though multiple DLC purchases may surpass the cost of the game itself. Therefore, DLC has become a common way for software developers to generate a continual long-term revenue stream from video games."²¹⁰

7.4.1.2.4 Metagame (kurz: Meta)

"Metagame comes into play in any game where no single strategy is dominant and opposing sides are aware of multiple strategies that can succeed dependent upon opponents actions. (...) This term is most commonly used to refer to complex card games, but is increasingly being used in relation to video games with complicated player vs player elements and even traditional sports."²¹¹

Eine sich entwickelnde „Meta“ ist für den kompetitiven Bereich von Multiplayer-Spielen unverzichtbar. Blizzards *Hearthstone* (ein kompetitives Online-Kartenspiel) ist ein gutes Beispiel für ein sich ständig änderndes Metagame. Das Hinzufügen neuer Karten durch Expansions oder Add-Ons und der Rotation alter Karten ins „Wild Format“²¹² führt zu diesen gewünschten Veränderungen:

²⁰⁹ LoveToKnow, Corp., „expansion-pack“, *Your Dictionary*, o. A., <https://www.yourdictionary.com/expansion-pack>, 30. 01. 2020.

²¹⁰ Christensson, Per, „DLC Definition“, *TechTerms*, 06. 09. 2012, <https://techterms.com/definition/dlc>, 30. 01. 2020.

²¹¹ dub-jay, „metagame“, *Urban Dictionary*, 25. 10. 2009, <https://www.urbandictionary.com/author.php?author=dub-jay>, 30. 01. 2020.

²¹² "The Wild Format, or simply Wild, is one of *Hearthstone*'s two game formats, the other being Standard format. Wild format appears in game modes in which players are allowed to play decks without deck restriction of Standard format, allowing the use of cards from any card set."

„Goblins vs Gnomes – 08.12.2014
The Garand Tournament - 24.08.2015
Whispers of the old Gods – 26.04.2016
Mean Streets of Gadgetzan – 01.12.2016
Journey to Un’Goro – 06.04.2017
Knights of the Frozen Throne – 10.08.2017
Kobolds & Catacombs – 07.12.2017
The Witchwood – 02.04.2018
The Boomsday Project – 07.08.2018“²¹³

Steht eine solche Veränderung bevor kommt es zu Kooperationen zwischen Streamern und Herstellern. Das neue Kartenset wird, bereits vor der Veröffentlichung auf *Twitch.tv* vorgestellt und bewertet. Die Hersteller profitieren von dem gesteigerten Interesse, die Streamer durch erhöhte Zuschauerzahlen aufgrund der Aktualität ihres gestreamten Inhalts. Ihre Beurteilung wird meist – in nachbearbeiteter Form – auf *YouTube* als „Card Reviews“ hochgeladen.

Bsp. 1: Thijs Hearthstone: 18 Decks In A Single Card? That's Insane! - Boomsday Project Card Review Pt. 1 (20.07.2018)²¹⁴
Bsp. 2: Hafu: Hafu's Boomsday Arena Card Review! (07.08.2018)²¹⁵
Bsp. 3: Trump: NEW EXPANSION & NEW CARDS - BOOMSDAY PROJECT! | Card Review | Hearthstone (10.07.2018)²¹⁶
Bsp. 4: Disguised Toast 2: WARLOCK Card REVIEW | The Boomsday Project | Hearthstone (Am 02.08.2018 veröffentlicht)²¹⁷
Bsp. 5: Kripparian: The BOOMSDAY PROJECT Expansion! - Boomsday / Hearthstone (10.07.2018)²¹⁸

Fandom, Inc., „Wild format“, *HearthStone Wiki. Gamepedia*, 10. 12. 2019, https://hearthstone.gamepedia.com/Wild_format, 30. 01. 2020.

²¹³ Fandom, Inc., „Expansion“, *HearthStone Wiki. Gamepedia*, 17. 01. 2020, <https://hearthstone.gamepedia.com/Expansion>, 30. 01. 2020.

²¹⁴ „18 Decks In A Single Card? That's Insane! - Boomsday Project Card Review Pt. 1“, R.: Thijs Hearthstone, youtube.com, 20. 07. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=XATidbdthkc>, 30. 01. 2020.

²¹⁵ „Hafu's Boomsday Arena Card Review!“, R.: Hafu, youtube.com, 07. 08. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=OJwU1oXU7ec>, 30. 01. 2020.

²¹⁶ „NEW EXPANSION & NEW CARDS - BOOMSDAY PROJECT! | Card Review | Hearthstone“, R.: Trump, youtube.com, 10. 07. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=cZradkZNz9U>, 30. 01. 2020.

²¹⁷ „WARLOCK Card REVIEW | The Boomsday Project | Hearthstone“, R.: Disguised Toast Hearthstone, youtube.com, 02. 08. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=NtUC9xYCA3I>, 30. 01. 2020.

Für Rezipienten, Streamer, Spieler und Hersteller ist die fortlaufende Weiterentwicklung eines bereits erschienenen Spieletitels nötig, um dessen Bestehen sicherzustellen. Die Zusammenarbeit zwischen Streamern und Herstellern ist daher auf den Erfolg von *Twitch.tv* und dem daraus entstandenen Marketingpotential zurückzuführen. Die Passion der frühen CoBr ebnete den Weg.

Ihnen steht die Gruppe der Variety Streamer gegenüber.

7.4.2 Variety Streamer

Variety Streamer unterscheiden sich von der Gruppe der CoBr durch den regelmäßigen Wechsel der von ihnen gestreamten bzw. gespielten Spieletitel. Genre, Hersteller und Altersfreigabe der Spiele werden zwar als Referenz miteinbezogen, spielen aber für die Wahl nur eine nebensächliche Rolle. Lang angekündigte TripleAAA Titel wie *Monster Hunter World*²¹⁹ oder Independent-Projekte wie *Stardew Valley*²²⁰ oder *Minecraft*²²¹ bekommen das gleiche Maß an Aufmerksamkeit zugestanden. Relevant für den Erfolg als VaSt ist die Diversität, Aktualität und ein gutes Networking – Faktoren, die, verglichen mit den CoBr, ein höheres Maß an Aufwand und Vorbereitung der einzelnen Sitzungen voraussetzen. Der Content Broadcaster AmazHS beschreibt die Problematik der VaSt im Gespräch mit seinen Chatteilnehmern folgendermaßen:

Chat: "Amaz, become a variety streamer, Forsen pulled that off and you are way more entertaining than him."

*AmazHS: „Here is the thing right. I think variety streaming is really hard. I think people underestimate variety streaming a lot, you got to put a lot of work into it. And I, I don't think I'm up to that. I think it's too hard for me. I like playing a maingame, I'm just good at playing a maingame and doing like alternate stuff for that game. So like Hearthstone, I made japperino, I made tournaments, that's kind of my game. I mean, I tried being a variety streamer, it's really difficult, it's not that easy."*²²²

Die Rolle der Variety Streamer hat klare Vor- und Nachteile.

²¹⁸ „The BOOMSDAY PROJECT Expansion! - Boomsday / Hearthstone“, R.: Kripparrian, youtube.com, 10. 07. 2018, https://www.youtube.com/watch?v=fykofTIM1aA&list=PLY05mGqc9hOjomhEDkOqfgSr8Rj5s_usN, 30. 01. 2020.

²¹⁹ *Monster Hunter: World*, Design: Teruki Endo/Yugo Togawa, Capcom 2018.

²²⁰ *Stardew Valley*, Design: Eric Barone, Chucklefish 2016.

²²¹ *Minecraft*, Design: Markus Persson/Jens Bergensten, Mojang Microsoft Studios/Sony Interactive Entertainment 2009.

²²² „Video on Demand“, R.: AmazHS, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/314540435>, 25. 09. 2018.

Ein Vorteil ist der Abwechslungsreichtum ihrer Sitzungen, wie von Lirik, einem der bekanntesten Vertreter der Gruppe, bestätigt wurde:

*Lirik: "I'll be honest, streaming opened me up to more games, (...) I have tried way more genres that I would have never tried, or play single player games I would have never played, because of streaming."*²²³

Ein gutes Netzwerk zu den Herstellern, um frühen Zugriff auf relevante Testversionen zu garantieren, ist einer der Erfolgsparameter als VaSt, welche sowohl die Rolle der rasenden Reporter als auch die der Programmdirektoren ihres Kanals einnehmen.

Wird der tägliche Inhalt nicht von einem gleichbleibenden Spiel definiert, muss Aufwand betrieben werden, um einen konstanten Programmfluss gewährleisten zu können. Dabei wird sowohl auf den sich ständig ändernden Spielmarkt als auch auf die Bedürfnisse der Rezipienten Rücksicht genommen, wie es schon im traditionellen Fernsehen der Fall war bzw. bis heute ist.

„Der ideale Programmdirektor benötigt Einfühlungsvermögen und ehrliches Verständnis für die Nöte und Sorgen der Zuschauer sowie die Fähigkeit, Trends und Interessen des Zuschauers in seine Programmplanung und -struktur zu integrieren. Ohne ein unübertroffenes Unterhaltungsgeschick sowie ein ungetrübtes Gespür für den Zeitgeist lässt sich kein ideales Programm zusammenstellen.“²²⁴

Die Zuschauerbindung der Gruppe der VaSt konzentriert sich weiter auf deren Persönlichkeit als Ankerpunkt. Häufig erscheint es als nebensächlich welches Spiel Gegenstand der gestreamten Sitzung ist – es geht darum, von wem es gespielt wird. Der Sprechfluss und die exaltierten Reaktionen auf die vom Spiel transportierten Inhalte dienen zur Unterhaltung der Rezipienten. Der gängige Einsatz von „Facecams“, die das Gesicht des Spielers beim Akt des Spielens zeigen, trägt zu der Serialisierung des Spielstils und der Etablierung des permutativen Prinzips erheblich bei.²²⁵ Im Unterschied zum CoBr ist das Fertigkeiten-Niveau des Spielers hierbei nachrangig.

Die Gruppe der VaSt hat auf spielerischer Ebene nichts zu gewinnen, daher auch nichts zu verlieren. Dort, wo die CoBr und eSportler ihre Motivation in der „Game Progression“ finden, findet sie der VaSt in Abwechslung und Unterhaltung.

Ihnen bleibt das Spiel als solches erhalten, denn sie haben keinen Geltungsdrang, sich in Ranglisten, Turnieren oder Wettläufen (Speedruns) zu beweisen. Durch das Wegfallen des kompetitiven Elements wird zu unterhalten die elementare Aufgabe des

²²³ „man d-ewd“, 30. 01. 2020.

²²⁴ Brandt, „Programmdirektor dringend gesucht“, S. 129.

²²⁵ Vgl. Maeder, „Kohärenz, Permutation, Redundanz“, S. 80f.

Kanals. Anhaltende Monotonie ist der häufigste Beweggrund, sich vom CoBr zum VaSt zu entwickeln, wie es beispielsweise dem Streamer Sodapoppin gelungen ist.

*Sodapoppin: "I'm 24, been streaming eight years or so, starting on a website called Xfire, then I came to Twitch.tv about six years ago. Nowadays I focus on variety, jumping to a new game almost every day, and ofc visiting back to my favorites. I was a hardcore WoW PvP'er²²⁶ in my earlier days, and that was also what I streamed at the beginning, so that's why you'll get some WoW talk a lot here, and I still love that game so I always revisit the game a lot."*²²⁷

Sodapoppins Stammseher und Fans von WoW²²⁸ und dessen kompetitiven Player vs. Player Inhalts mussten sich seiner Entscheidung, variety zu streamen, anpassen oder den Kanal wechseln.

7.4.2.1 Lirik

Saqib „LIRIK“ Zahid zählt zu den erfolgreichsten und populärsten Variety Streamern auf Twitch.tv.²²⁹ Mit 1.700.000 Followern galt er 2017 noch als 'Leader in terms of follower count'. Seine Karriere als VaSt begann vor dem Wechsel zu DayZ²³⁰ im Jahr 2011. Ab 2012 konzentrierte er sich auf ein regelmäßiges Streamingprogramm. Aktuell spielt er für durchschnittlich 25.000-35.000 Zuschauer pro Sitzung. Im Januar 2018 verkündete er im selben Zeitraum mit dem AGDQ Charity Event²³¹ eine Pause aufgrund erster Anzeichen eines Burn-Outs. Mit dem Ende des Events nahm auch Lirik seine Streamingroutine wieder auf.

Mögliches Desinteresse der Rezipienten am gestreamten Spiel wird durch die Persönlichkeit der VaSt kompensiert. Sie werden nicht als Spielende verstanden, sondern als Künstler, Kommentatoren und auch genauso behandelt. Nicht das Stück selbst, sondern die schauspielerische Leistung muss den Federn der Kritiker

²²⁶ „WoW PvPer“: World of Warcraft Player versus Player.

²²⁷ Sodapoppin, „About me!“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/sodapoppin>, 15. 11. 2018.

²²⁸ *World of Warcraft*, Design: Ion Hazzikostas, Vivendi/Activision Blizzard 2004.

²²⁹ Fandom, Inc., „LIRIK“, *Streamerpedia*. *Gamepedia*, 04. 06. 2019, <https://streamers.gamepedia.com/LIRIK>, 30. 01. 2020.

²³⁰ DayZ, Design: Eugen Harton, Bohemia Interactive 2013 (Alpha)/2018 (offizielle Veröffentlichung).

²³¹ AGDQ: Awesome Games Done Quick: "Games Done Quick is a series of charity video game marathons. These events feature high-level gameplay by speedrunners raising money for charity. Games Done Quick has teamed up with several charities in its seven-year history, including Doctors Without Borders and the Prevent Cancer Foundation. We are currently the largest fundraising event globally for both charities! To date, Games Done Quick has raised over 16.5 million dollars for charity. We also average over 2000 people in attendance at our events, including staff, volunteers, runners, and attendees just looking to have fun and support the event!"

Games Done Quick, *Games Done Quick*, <https://gamesdonequick.com/>, 08. 08. 2018.

standhalten.²³² Bei den Sitzungen der CoBr ist sowohl das „Stück“ (Spiel), dessen Verlauf und Regelwerk bekannt. Streamer und Viewer begegnen sich auf einer Ebene des Wissensstandes. Bei den VaSt verhält es sich anders. Ihr Inhalt hat oft Premierencharakter. Der Spielende ist den Rezipienten zu diesem Zeitpunkt nicht überlegen, aufkommende Hindernisse müssen gemeinsam bewältigt werden.²³³

Diese Bewältigung folgt dem „Player Unknown“-„Viewer Unknown“-Prinzip. Die Erfahrungen innerhalb des diegetischen Raums des Spiels werden von den Performern und den Zuschauern zur selben Zeit gemacht.²³⁴ Die allgemeine Unwissenheit und die daraus resultierenden kollektiven Erfolge verleihen der Sitzung die gewünschte Spannung und ein emotionales Nahverhältnis zwischen Spieler und Publikum. Die verbindende Wissenssebene ist aber nur von kurzer Dauer. Aufgrund des rastlosen Wesens des Internets kommt es zu einem unweigerlichen Bruch, von dem die Gruppe der VaSt in abgeänderter Form profitiert. Die Chatteilnehmer werden zu privaten Souffleuren umfunktioniert, um lähmende Passagen und Rätsel rasch zu überwinden und den Spielverlauf flüssig zu gestalten. Damit wird auch das Gefühl der Anteilnahme der Rezipienten am Programm gesteigert. Beendet ein VaSt ein Spiel, muss er – im Sinne des Programmflusses nach den Prämissen eines Programmdirektors – einen direkten Übergang zum nächsten schaffen oder Strategien zur Überbrückung längerer Leerphasen entwickeln. Eine dieser Überbrückungsmethoden ist der Einsatz von Fillergames.

7.4.2.2 Fillergames

Obwohl sich das Angebot des Spielmarkts durch den Erfolg kleinerer Indy Studios stark vergrößert hat, kommt es regelmäßig zu Leerzeiten zwischen hochwertigen oder Triple-AAA Neuerscheinungen. Um diese zu überbrücken greifen VaSt auf Fillergames zurück. Als Fillergames kommen Spiele in Frage, die einen hohen Unterhaltungswert aufweisen und sich – messbar anhand der Zuschauerzahlen auf *Twitch.tv* – etablieren

²³² Vgl. Kirschner, Heiko/Paul Eisewicht, „Spielende und ihr Publikum – unterhaltungsorientierte Darstellung des Spielens auf Online-Videoplattformen“, *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017, S. 133–44, hier S. 138.

²³³ Vgl. Cheung, Gifford/Jeff Huang, „Starcraft from the Stands: Understanding the Game Spectator“, *CHI'11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery 2011, S. 763–72.

²³⁴ Vgl. Smith et al., „Live-streaming changes the (video) game“, S. 135.

konnten. Nischenprodukte eignen sich weniger. Ein vom VaSt gespieltes Fillergame kann einem CoBr als Hauptspiel (Maingame) fungieren.

Liriks aktuelles Fillergame (STAND: 05.2018) ist *Fortnite* (Maingame von Ninja), davor waren es *PUBG* (Maingame von Shroud) und *Overwatch*²³⁵ (Maingame von Brandon „A_Seagull“ Larned).

Der Begriff 'Filler' wird häufig mit dem japanischen Produktionsverfahren von Animes assoziiert. Ein Anime ist eine animierte Version seiner Manga Buchvorlage.

Die darin vorkommenden „Filler Episoden“ haben mit der Haupthandlung des Mangas kaum zu tun und dienen daher als Füllmaterial (Extension) der Serie.

Die Definition lässt sich ebenfalls auf den Produktionsprozess der VaSt anwenden.

Eine medienbezogene Definition liefert das „Webster´s new world dictionary of media and communications“, in dem es den Begriff wie folgt beschreibt:

“In broadcasting, ‘fill’ can be biographical as significant background material, as well as anecdotes and trivia, used to fill and kill time and as cushion during lulls or dead spots, as in live coverage of a game, parade, or other events.”²³⁶ Robert Reed beschreibt den Begriff in „The encyclopedia of television, cable, and video“ folgendermaßen:

“Extra material that is used to flesh out a piece that has come up short has a long history in the media. When broadcasting arrived, the planned lenghts of sheduled programs created similar problems when a show ran short.”²³⁷

Eine weitere, ebenfalls passende Definition liefert das Collins Dictionary indem es den Begriff wie folgt beschreibt: “You can describe something as a filler when it is being used or done because there is a need for something and nothing better is available.”²³⁸

Und das Cambridge Dictionary definiert den Begriff als: “Something of lower quality included in a film, broadcast, speech, record, etc. in order to fill all the time or space.”²³⁹

Die Verbindung zum medialen Diskurs ist in mehreren Definitionen beschrieben. Für das auf *Twitch.tv* eingesetzte Fillergame lassen sich sämtliche hier angeführten Definitionen anwenden.

²³⁵ *Overwatch*, Design: Jeff Kaplan et al., Blizzard Entertainment 2016.

²³⁶ Weiner, *Webster's new world dictionary of media and communications*, S. 230.

²³⁷ Reed, Robert M./Maxine Reed, *The Encyclopedia of Television, Cable, and Video*, New York: Van Nostrand Reinhold 1992, S. 206.

²³⁸ Harper Collins Publisher, „filler“, *Collins*, o. A., <https://www.collinsdictionary.com/de/worterbuch/englisch/filler>, 31. 01. 2020.

²³⁹ Cambridge University Press, „filler“, *Cambridge Dictionary*, o. A., <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/filler>, 31. 01. 2020.

Das Fillergame wird von den VaSt entweder auf ähnlich hohem Niveau eines CoBr gespielt oder als Hintergrundunterhaltung durch zusätzliche partizipative Prozesse ergänzt. Crossmediale Praktiken werten eine beiläufige Filler-Sitzung auf, indem das gestreamte Spiel beispielsweise durch ein *YouTube*-Fenster im Interface ergänzt wird. Die Links zu den Videos werden von den Rezipienten eingereicht und in einer Warteschlange im Hintergrund gelistet und abgespielt. Ein neu erschienenes Spiel oder eine neue Beta beenden die Überbrückungsphase der Fillergame-Sitzungen der VaSt.

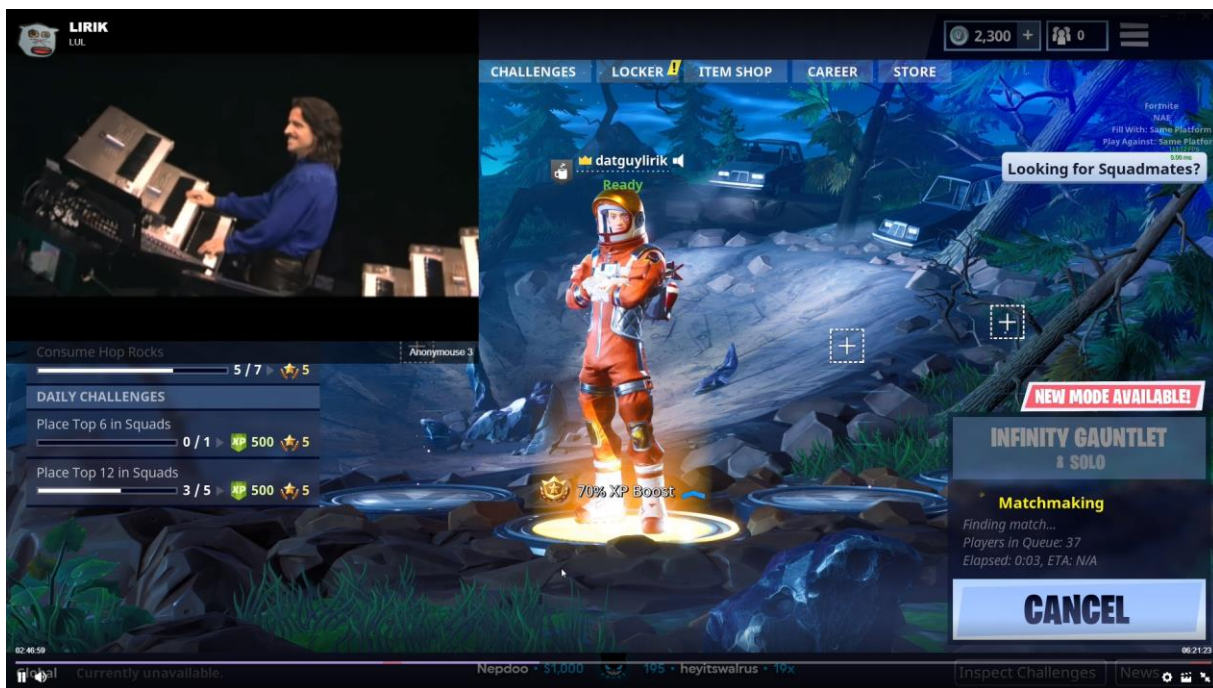


Abbildung 19: Fillergame Interface. Fortnite & YouTube (Screenshot).²⁴⁰

7.4.2.3 Aktualität

Aufgrund der häufigen Spielewechsel hat die Gruppe der Variety Streamer kein Problem mit der Monotonie, ihre Abhängigkeit ist in der Veröffentlichungspolitik der Hersteller begründet. Je früher ein VaSt Zugriff auf ein Spiel erhält, desto profitabler kann er sich und seinen Kanal vermarkten.

Bevor ein Spiel veröffentlicht wird, durchläuft es mehrerer Entwicklungsschritte. eSportler und Berufsstreamer werden, durch den Erfolg von *Twitch.tv*, von den Herstellern und Entwicklern vermehrt in diese Prozesse miteingebunden. Dabei

²⁴⁰ Amazon.com, Inc., „LIRIK. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/lirik/videos?filter=archives&sort=time>, 11. 05. 2018.

nehmen sie eine multifunktionale Rolle ein: zum einen als Tester der technischen Beschaffenheit der Software, zum anderen als Werbeträger durch die vereinbarte öffentliche Übertragung des Testlaufs. Dieser soll neben den technischen Gebrechen auf „Missed Opportunity Situations“²⁴¹ aufmerksam machen. Streamer als Tester zu engagieren geschieht folglich in gegenseitigem Interesse und wird oft schon in frühen Phasen der Entwicklung in Betracht gezogen. Die Rolle der Streamer wird durch diese Zusammenarbeit kurzfristig fremdgesteuert und dem Ernst der Entwicklungshilfe des Spiels untergeordnet. Ihre Reichweite und Meinung haben Einfluss auf die Community und die finale Version des Produkts. An folgenden Beispielen der Entwicklungsphasen eines Spiels wird deutlich wie früh die Streamer eingebunden werden und wie eng die Kooperation, teilweise, durch den Erfolg von *Twitch.tv* wurde.

7.4.2.3.1 Alpha Phase

Werden Streamer in den Entwicklungsschritt der Alpha Phase eines Spiels eingebunden dient deren Feedback als Auskunft über die grundsätzliche Spielbarkeit des Produkts. Zu diesem Zeitpunkt sind Programmierung und Codierung noch fehlerhaft und unabgeschlossen.

“Alpha testing: The initial testing on software that evaluates general functionality. It occurs prior to a beta test, in which it is field-tested by users.”²⁴²

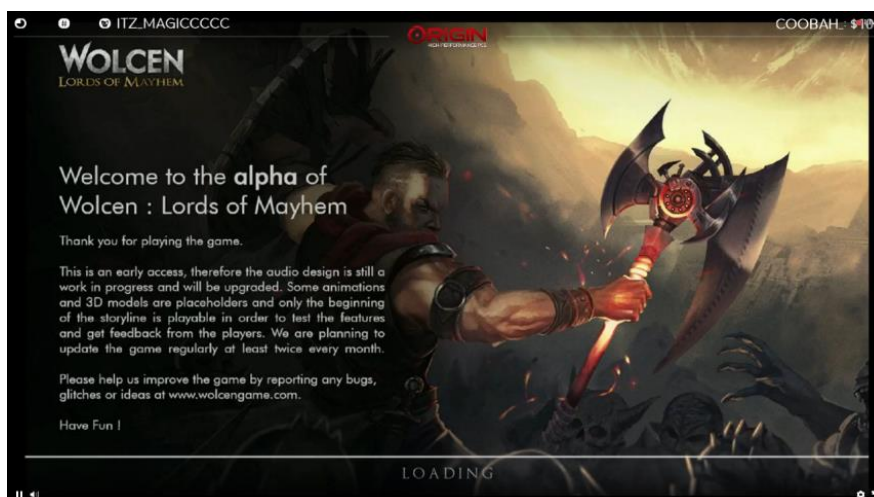


Abbildung 20: *Wolcen: Lords of Mayhem* Alpha (Screenshot).²⁴³

²⁴¹ Unter „Missed Opportunity Situations“ versteht man Situationen im diegetischen Raum des Spiels, die vielversprechend inszeniert sind, letztlich aber enttäuschend oder gar nicht aufgelöst werden.

²⁴² Hansen, Brad, *The Dictionary of Multimedia: Terms & Acronyms*, Chicago: Fitzroy Dearborn 1997, S. 6.

*“Welcome to the alpha of Wolcen: Lords of Mayhem.
We are planning to update the game regularly at least twice a month.
Please help us improve the game by reporting any bugs, glitches or ideas at
www.wolcengame.com.
Have fun!”²⁴⁴*

Die Rückmeldung der Spieler thematisiert die Spielbarkeit auf externen Endgeräten. Zugriff erhalten ausgewählte Spieler, deren Reputation ein qualitatives Feedback gewährleistet. Die Hersteller nutzen *Twitch.tv*, um über Privatpersonen auf ihr Produkt aufmerksam zu machen. Nach der Alpha Phase der Entwicklung folgt die Beta Phase.

7.4.2.3.2 Beta Phase

“A beta test refers to the distribution of pre-release game software to a selected group of people so that they can test the game in their own homes. The beta version of a game is as close to perfect as the company can make it, but any ‘bugs’²⁴⁵, ‘glitches’²⁴⁶ or other issues discovered in beta testing will usually be addressed before the game’s official release. Beta testing usually depends on volunteers rather than on paid play testers. By the beta-testing stage, all major bugs should have been worked out in earlier, in-house testing. By the time the beta-testing stage is reached, it is usually too late to make any major changes to the game mechanics, level designs and so on, so any fixes usually take the form of a patch.”²⁴⁷

Closed Beta: „Die geschlossene Beta Version wird, wie die Pre-Alpha Version und Alpha Version ausschließlich an, von Entwicklern ausgesuchten, Anwender ausgeliefert und steht potenziellen Kunden und der Öffentlichkeit nicht zu Verfügung.“²⁴⁸

Open Beta: „Die öffentliche Beta Version wird anschließend an eine breitere Masse von potenziellen Käufern und Interessenten ausgeliefert um letzte Fehler in der Software zu finden und den Alltagsbetrieb testen zu können. Nicht selten folgen in diesem

²⁴³ Amazon.com, Inc., „LIRIK. Videos“, 17. 04. 2016.

²⁴⁴ Amazon.com, Inc., „LIRIK. Videos“, 17. 04. 2016.

²⁴⁵ “A bug refers to an error, fault or flaw in any computer program or a hardware system. A bug produces unexpected results or causes a system to behave unexpectedly. In short it is any behavior or result that a program or system gets but it was not designed to do.”

Techopedia Inc., „Bug“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/3758/bug>, 01. 02. 2020.

²⁴⁶ “A glitch, in technical terms, refers to a small and fleeting error in a system that occurs due to unknown causes. While the actual cause of a glitch is unknown, it can potentially cause serious harm to the system, including power failure, temporary loss of service or data loss.”

Techopedia Inc., „Glitch“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/7415/glitch>, 01. 02. 2020.

²⁴⁷ Techopedia Inc., „Beta Test“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/27136/beta-test-gaming>, 01. 02. 2020.

²⁴⁸ Staufenberg Consulting, „Beta Version Definition & Begriffserklärung“, *IT-Service24*, o. A., <https://www.it-service24.com/lexikon/b/beta-version/>, 01. 02. 2020.

Zusammenhang noch weitere Beta Versionen, wie z.B. die Beta II oder die Beta III.²⁴⁹ Die Open Beta fungiert zudem als erster Belastungstest der Serverkapazität der Hersteller. Mit der Bestätigung einer stabilen Verbindung wird ein wesentlicher Faktor der Testphase erfüllt. Eine „Open Beta“ kann, durch den Einfluss der CoBr und VaSt, Euphorie innerhalb der Community auslösen. Langfristiger spielerischer und finanzieller Erfolg ist aber auch nach einer erfolgreich laufenden Beta nicht garantiert. Triple-AAA Titel wie *For Honor*²⁵⁰, *Sea of Thieves*²⁵¹ oder *Titanfall*²⁵² konnten schon vor ihrer Veröffentlichung große Aufmerksamkeit generieren, wurden dieser durch fehlende Inhalte und Erweiterungen nach der Veröffentlichung aber nicht gerecht. Immer mehr Studios nutzen mittlerweile neben den Beta Phasen zu Testzwecken das Modell des Early Access um finanzielle Mittel zu generieren und ein Spiel noch vor seiner Fertigstellung zu veröffentlichen.

7.4.2.3.3 Early Access

„Ist ein Videospiel bereits spielbar, enthält aber noch nicht alle Features, wie beispielsweise einen versprochenen Multiplayer-Modus, spricht man von Early Access. Die Entwickler erhalten bereits vorher Geld durch den Verkauf der frühen Version, was sie wiederum in die Programmierung des Spiels investieren können.“²⁵³

Die Early Access Phase ist meist eng mit dem tatsächlichen Erscheinungsdatum verknüpft, sie kann sich aber auch über mehrere Monate erstrecken.

7.4.2.3.4 Stable Release

Unter Stable Release oder Golden Master (GM) Version versteht man die für die Verbraucher finale Fassung eines Spieletitels, der zur Veröffentlichung bereit steht. Triple-AAA Titel werden üblicherweise an Dienstagen oder Donnerstagen veröffentlicht, wie man anhand folgender kleinen Auswahl an Erscheinungsdaten erkennen kann:

Diablo III:²⁵⁴ 15. 5. 2012 (Di.), *Fallout 4*:²⁵⁵ 10.11.2015 (Di.), *WoW*: 23.11.2004 (Di.), *Forza 3*:²⁵⁶ 22.10.2009 (Do.), *Metal Gear Solid IV*:²⁵⁷ 01.09.2015 (Di.), *FIFA 17*:²⁵⁸

²⁴⁹ Ebd., 01. 02. 2020.

²⁵⁰ *For Honor*, Design: Jason Vandenberghe, Ubisoft 2017.

²⁵¹ *Sea of Thieves*, Design: Gregg Mayles, Microsoft Studios 2018.

²⁵² *Titanfall*, Design: Respawn Entertainment, Electronic Arts 2014.

²⁵³ Scholz, Victoria, „Was ist Early Access? Definition und Wissenswertes“, *giga.de*, 31. 05. 2018, <https://www.giga.de/ratgeber/specials/was-ist-early-access-definition-und-wissenswertes/>, 01. 02. 2020.

²⁵⁴ *Diablo III*, Design: Blizzard Entertainment, Blizzard Entertainment 2012.

27.09.2016 (Di.), *Fortnite*: 25.07.2017 (Di.), *PUBG* (*Playerunknown's Battlegrounds*): 23.03.2017 (Do.), *LOL* (*League of Legends*):²⁵⁹ 27.10.2009 (Di.), *SC2* (*StarCraft 2*): 27.07.2010 (Di.).

Veröffentlichungen von Triple-AAA Spielen führen zu einem, zumindest temporären, Bruch mit den sonst statischen Machtverhältnissen der meist rezipierten Spiele der *Twitch.tv* Startseite und beeinflussen sowohl die Produktion der VaSt als auch die der CoBr. *WoW* war am 14.08.2018 durch die Veröffentlichung der Expansion: *Battle for Azeroth*²⁶⁰ nach langem wieder das meist geschautete Spiel auf *Twitch.tv*.

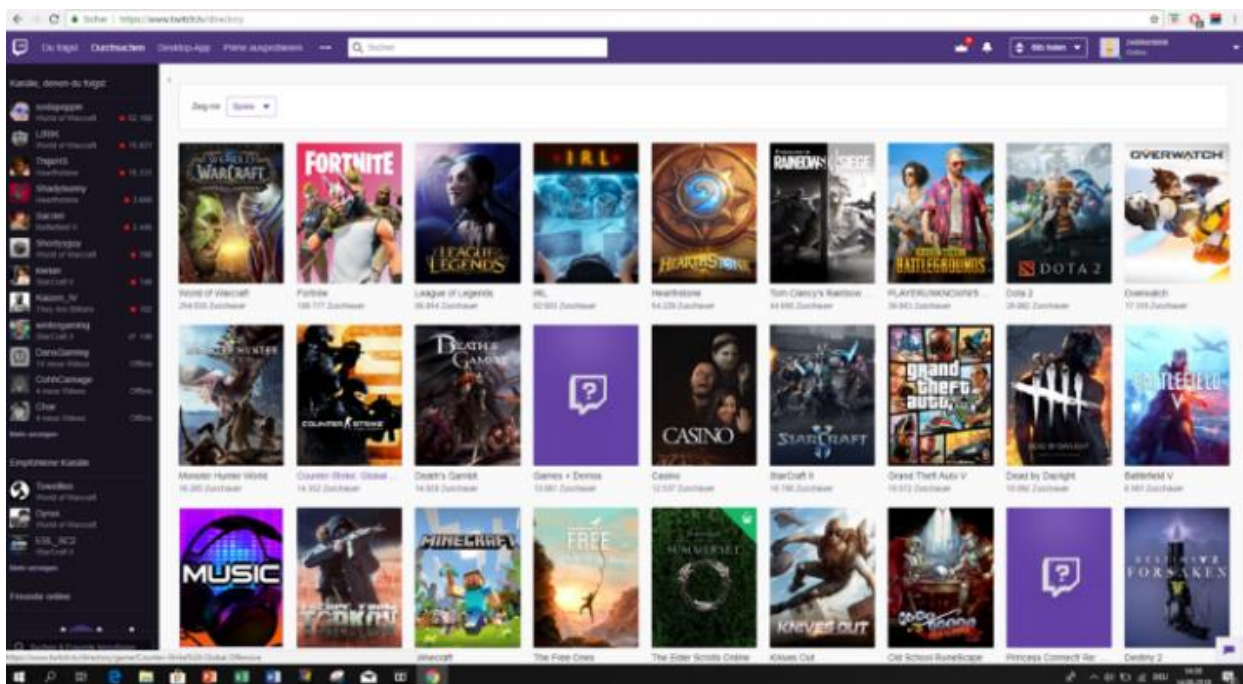


Abbildung 21: WoW-Ranglistenplatz 1 – Expansion Release (Screenshot).²⁶¹

²⁵⁵ *Fallout 4*, Design: Emil Pagliarulo, Bethesda Softworks 2015.

²⁵⁶ *Forza Horizon 3*, Design: Playground Games/Turn 10 Studios, Microsoft Studios 2016.

²⁵⁷ *Metal Gear Solid V: The Phantom Pain*, Design: Hideo Kojima, Konami 2015.

²⁵⁸ *FIFA 17*, Design: EA Kanada, Electronic Arts 2016.

²⁵⁹ *League of Legends*, Design: Tom Cadwell, Riot Games 2009.

²⁶⁰ *World of Warcraft: Battle for Azeroth*, Design: Matt Goss et al., Blizzard Entertainment 2018.

²⁶¹ Amazon.com, Inc., „Durchsuchen“, *twitch.tv*, 14. 08. 2018.

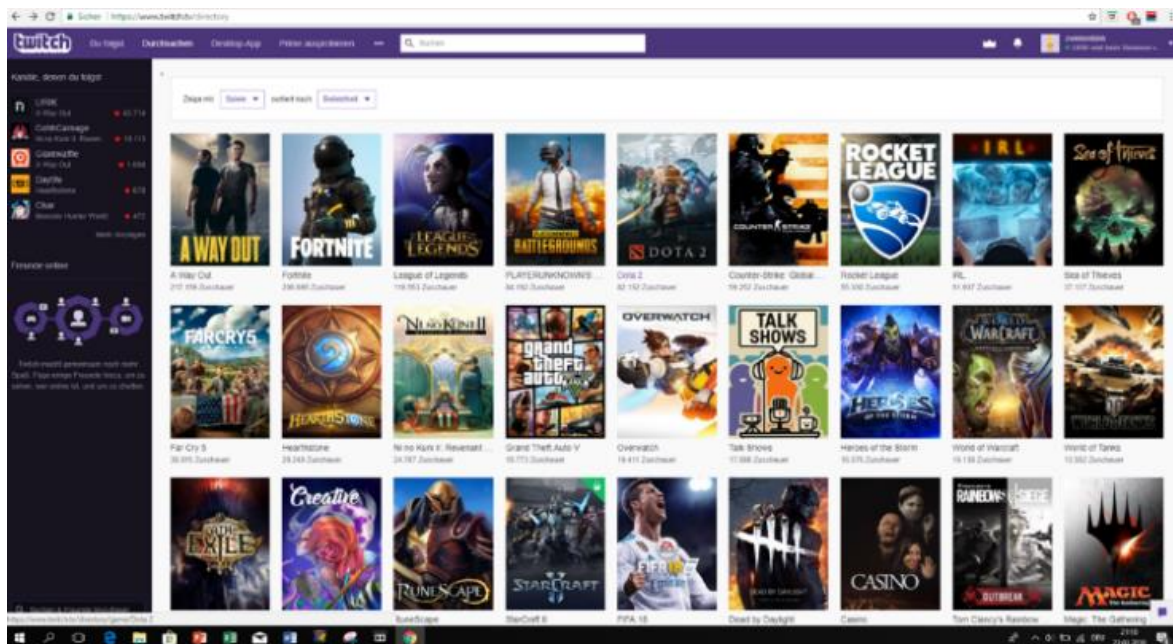


Abbildung 22: A Way Out-Ranglistenplatz 1 – TripleAAA Release (Screenshot).²⁶²

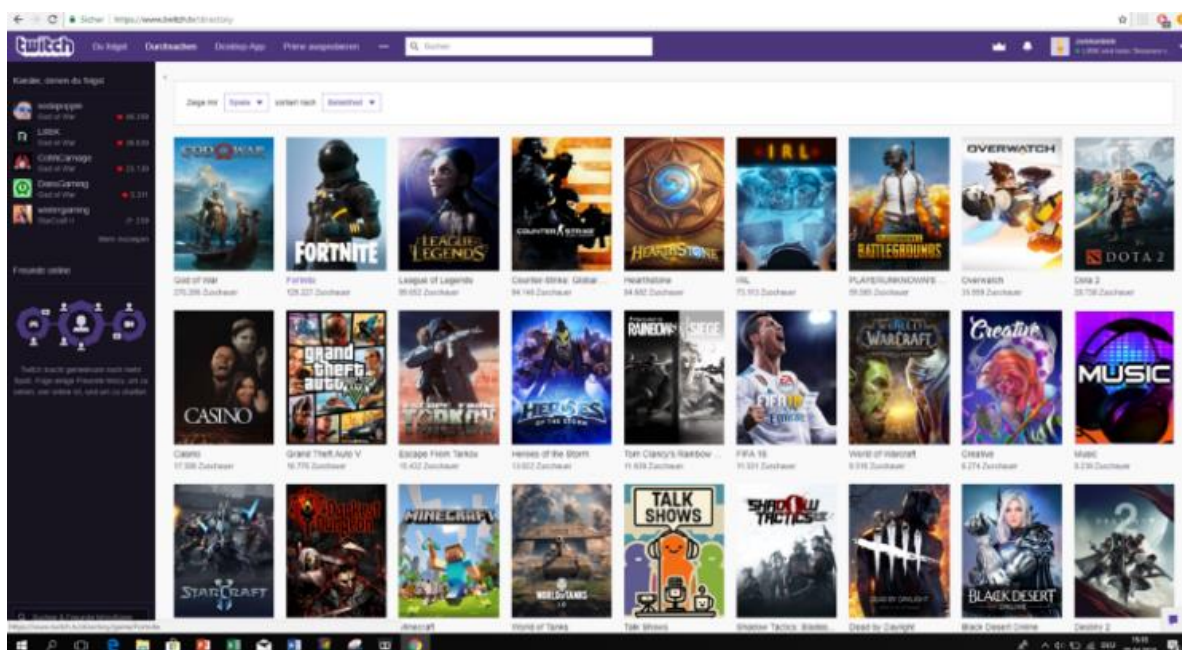


Abbildung 23: God of War-Ranglistenplatz 1 – TripleAAA Release (Screenshot).²⁶³

Die Diversität des Angebots auf *Twitch.tv* wurde durch die Gruppe der Variety Streamer stark erweitert. Die Kommunikation und Interaktion wurde durch sie intensiviert und führte zu einer aktualisierten Form der Unterhaltung, die nicht nur über die Qualität des Spiels definiert wird. Mit dem Erfolg von Single Player Spielen wie *God of War*²⁶⁴ oder *A*

²⁶² Ebd., 23. 03. 2018.

²⁶³ Amazon.com, Inc., „Durchsuchen“, *twitch.tv*, 20. 04. 2018.

²⁶⁴ *God of War*, Design: Charlie Wen/David Jaffe, Sony Interactive Entertainment/Sony Pictures Digital 2005.

*Way Out*²⁶⁵ verlor das kompetitive Element zwar an Bedeutung, öffnete die Plattform dafür für ein größeres Publikum, wodurch auch das Partizipationsangebot wuchs. Es wurde damit begonnen die Persönlichkeit der Streamer dem Spiel überzuordnen, womit auch das soziale Element der Plattform an Bedeutung gewann.

²⁶⁵ *A Way Out*, Design: Josef Fares, Electronic Arts 2018.

8 Partizipation auf *Twitch.tv*

Das nachstehende Kapitel untersucht die von *Twitch.tv* angebotenen Funktionen der Partizipation. Weiter wird auf die kreativen Entwicklungen der Streamer zur Aktivierung der Rezipienten eingegangen, die durch diese zu Mitmachern der Sitzung werden und den Programmfluss nach eigenem Ermessen beeinflussen. Die persönliche Beteiligung an einem Programm führt zu einer intensiveren Form des Medienkonsums. *Twitch.tv* bietet dabei, wie kaum ein anderes Medium, ein Gerüst der Partizipation an, das durch seine Flexibilität von den Streamern der Plattform ständig an die Bedürfnisse der Rezipienten angepasst wird. Die Menge und Diversität des Angebots ist (in seiner Gesamtheit) nicht zu erfassen, daher werden nachstehend einige Beispiele der populärsten Vertreter angeführt.

8.1 Partizipation und Interaktion

Grundsätzlich kann im Bereich der neuen Medien und ihren Anwendungsmöglichkeiten zwischen interaktiven und partizipativen Funktionen unterschieden werden.

„Der Hauptunterschied besteht dabei in den Inhalten selbst: Interaktion ermöglicht es dem Nutzer zu beeinflussen, welche der zur Verfügung gestellten Information er wann und wie zu sehen bekommt, die Interaktion beeinflusst aber nicht die Inhalte selbst. Diese werden in allen Fällen reiner Interaktion nicht verändert, nur verändert dargestellt. Partizipation geht einen Schritt weiter. Sie bedeutet, dass der Nutzer Teil der jeweiligen Funktion wird, indem er ihre Inhalte aktiv verändert.“²⁶⁶

Die Plattform *YouTube* ist ein gutes Beispiel eines interaktiven Massenmediums. Die Videos können in Auflösung, Lautstärke, Anfangspunkt etc. beeinflusst werden, der Inhalt des Videos bleibt aber unverändert. Erst durch die Kommentarfunktion ist eine zeitverzögerte, rein schriftliche Interaktion zwischen Produzenten und Konsumenten partiell möglich.

²⁶⁶ Breier, Jan, „Interaktivität und Partizipation. Anschauen oder mitmachen, der kleine Unterschied“, *areablue*, o. A., www.areablue.de, 13. 04. 2018.

8.2 The „IRC“

“For many of the earliest computer users, the story of chatting on shared mainframe computers begin with Talk, Write and Finger – programs utilized by the UNIX operating system, which was introduced in the 1970s.”²⁶⁷ Die Verbreitung von *UNIX* war allerdings lokal, daher kann es zwar als Marker auf der historischen Lebenslinie der Chatprogramme angeführt werden, als kommunikatives Massenmedium schied es allerdings noch aus.

“The arrival of wide-scale long-distance online chatting began with a program called – aptly enough- Chat. This program, written by Jarkko Oikarinen in 1988, permitted multiple users on multiple computers to speak to one another using their internet connection. Though Oikarinen’s program wasn’t necessarily the first of its kind, it has had the longest lineage, spawning the Internet Relay Chat (IRC) networks.”²⁶⁸

Das Resultat ist eine unmittelbare Kommunikation zwischen zwei (oder mehreren) anonymen (oder öffentlichen), auf einer rein technischen Ebene verbundenen Identitäten. Im Unterschied zum Fernsehen und den „social media Plattformen“ sind die Produktion und die Übertragung der Inhalte des GLS synchron und können in Echtzeit von den Rezipienten mittels IRC kommentiert werden. “While watching a gamer perform a game on Twitch.tv, the spectators can actively engage in adding live comments themselves as well.”²⁶⁹

Der GLS nimmt durch die Funktion der Streamer eine Sonderform auf kommunikativer Ebene ein, da sich diese nicht als „Text zu Text“ (IRC) oder „Bild zu Bild“ (Skype, Facetime, etc.) Kommunikation definiert, sondern eine Mischform „Text zu Bild“ anbietet. Interaktion findet auf der Rezeptionsebene primär auf schriftlicher Ebene statt. Die Streamer reagieren physisch und verbal auf den von den Rezipienten hervorgebrachten Textinhalt.

In der 2014 durchgeführten Studie von William Hamilton, Oliver Garretson und Andruud Kerne „Streaming on Twitch.tv. Fostering participatory communities of play within live mixed media“ wurde festgestellt, dass sich die Kommunikation auf *Twitch.tv* aufgrund der Kanalgröße und der damit einhergehenden Anzahl von Partizipanten stark

²⁶⁷ Jones, Steve, *Encyclopedia of New Media: an Essential Reference to Communication and Technology*, California: SAGE 2003, S. 70.

²⁶⁸ Ebd.

²⁶⁹ Vosmeer, Mirjam et al., „Changing roles in gaming: twitch and new gaming audiences“, *DiGRA/FDG '16 - Abstract Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG*, August 2016, http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_101.pdf, 01. 02. 2020.

unterscheidet. Je nachdem wie groß ein Kanal ist, muss auf unterschiedliche Art auf die Bedürfnisse der Chatteilnehmer und Rezipienten eingegangen werden.

Daher verbringen Streamer gerade in der Anfangsphase unzählige Stunden damit, ein Verständnis dafür zu entwickeln, was die Community erwartet und wie diese Erwartung erfüllt werden kann. Dazu werden bereits bestehende Communities analysiert und das daraus gewonnene Wissen auf den eigenen Kanal angewandt. Der Einbezug von Zusehern steht dabei als primäres Interesse fest.²⁷⁰

Dieses Miteinbeziehen führt zu einer Etablierung und wird mit zunehmender Dauer und Intensität persönlicher. Kleinere Kanäle weisen eine wesentlich intimere Atmosphäre zwischen Streamern und Viewern auf. "(...) everybody kinda feels like they are part of it. That is why we (they) show up every day. (...) In Stream Communities, regular participation is the primary path to membership, through the development of familiarity, recognition, and history with other members. In smaller streams, the focus is more on participation, on interacting with other viewers and building community. In big ones they are here for the actual entertainment."²⁷¹ Je größer die Community eines Channels ist, desto unpersönlicher wird die Kommunikation. Streamer nehmen weniger Bezug auf die einzelnen Chatmitglieder, sondern reagieren auf die bereits vorgefilterten Kommentare durch deren Moderatoren. Der Chat "becomes a source of breakdowns. It transforms from a meaningful medium of discussion into an illegible waterfall of text, scrolling up the page so quickly that it cannot be read."²⁷²

Die Teilnehmer eines Kanals können sowohl entgegenkommend und unterstützend handeln, den Spielfluss aber auch bewusst sabotieren und die Unterhaltung stören, wie einst in den Spielhallen. Der Charakter, der Sprachgebrauch und das Verhalten der Chatteilnehmer ist meist ein „Spiegelbild“ des Charakters des Steamers. In Liriks Fall, der für sein vulgäres Vokabular und den rüden Umgang mit seiner Community bekannt ist, wird der Chat zum so genannten „toxic Chat“²⁷³. Als Beispiel dafür kann die Reaktion eines IRC Teilnehmers auf Liriks Entscheidungen während dessen *Detroit: Become Human*²⁷⁴ Sitzung am 24.04.2018 angeführt werden. Liriks Reaktion auf die Aussage spiegelt dabei seinen gewohnten Umgang mit den Chatpartizipanten wider.

²⁷⁰ Vgl. Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1315–24.

²⁷¹ Ebd., S. 1320f.

²⁷² Ebd.

²⁷³ Der Begriff „Toxic Chat“ beschreibt das rüde und negative Verhalten von Chatteilnehmern.

²⁷⁴ *Detroit: Become Human*, Design: David Cage/Quantic Dream, Sony Interactive Entertainment 2018.

Lirik: "So we got one hundred percent, we got zero percent and we shot him. We did three scenarios. May 25th, it comes out literally in a month from now. That's not bad."

Chat: "Watching Lirik play Detroit is the most frustrating thing ever!"

Lirik: "How is it frustrating? I don't understand. There are so many different options, you are just mad because I didn't choose what you wanted. Instead of pressing fucking triangle²⁷⁵ I choose square²⁷⁶ and you are fucking upset. What a wine bag bitch. Shut the fuck up. Don't watch my stream. What a fucking moron. What do you want me to do? There is literally a flowchart at the end of the game you dumbfuck. Look at this shit, look how many different scenarios there are. I'm sorry I didn't choose your fucking flowchart, that's how the game works, fucking idiot, fucking stupid fucking nerd."²⁷⁷

Streamer wie ThijsHS hingegen bringen viel Zeit und Energie damit auf das Verhalten ihres Chats, durch das Vorbild des eigenen, positiv und konstruktiv zu gestalten – dieses wurde Teil seiner Marke als Streamer. Lirik, Forsen, Avilo und andere haben durch ihre unverblünte Art ein spannungsintensiveres Verhältnis, das nicht zwingend negativ auszulegen ist, sondern in deren Fall sogar gewünscht und erwartet wird.

Die Communities passen ihr Vokabular auf technischer (Emotes) und sozialer (Streamer als Spiegel) Ebene an. Die von der Plattform *Twitch.tv* offerierten Emotes sind (ohne Abonnement) für alle Partizipanten frei verfügbar. Sie bestimmen das Sprachverhalten auf *Twitch.tv* und werden durch die von den Streamern gestalteten Emotes ergänzt, deren Anzahl direkt mit der Menge an Abonnenten des Kanals zusammenhängt.

²⁷⁵ Triangle (Dreieck) bezeichnet eine Taste des Playstation 4 Controllers, die als eine von zwei bis vier Auswahlmöglichkeiten gedrückt werden kann, wobei die Tasten *Viereck*, *Kreis* und *Kreuz* alternative Ausgänge anbieten.

²⁷⁶ Square (Viereck) bezeichnet eine Taste des Playstation 4 Controllers, die als eine von zwei bis vier Auswahlmöglichkeiten gedrückt werden kann, wobei die Tasten *Dreieck*, *Kreis* und *Kreuz* alternative Ausgänge anbieten.

²⁷⁷ „NOT FORTNITE“, R.: Lirik, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/253989811>, 02. 02. 2020.

8.2.1 *Twitch.tv* Chat Language

Twitch.tv hat einen Sprachdiskurs hervorgebracht, der bis zu einem gewissen Grad nur von Eingeweihten verstanden werden kann. Er unterscheidet sich durch sein Spezialvokabular von der natürlichen Alltagssprache und lässt sich kaum durch Standardvokabular metaphorisch entschlüsseln bzw. herleiten. Die einzelnen, sich um einen Streamer versammelnden Gruppen, bilden zudem durch die Kreation individueller Emotes ein eigenes Vokabular innerhalb des dazugehörigen Kanals aus. Es kommt zu einem Entwicklungsprozess auf sprachlicher Ebene.

Die daraus hervorgegangenen Begriffe sind sowohl mit dem Videospieldjargon, dem allgemeinen Netzdjargon und dem *Twitch.tv* spezifischen Sprachgebrauch verbunden. Sie sind durch eine große Anzahl an Anglizismen geprägt und decken das gesamte Spektrum von plattformübergreifenden oberflächigen Begriffen bis zu den personalisierten Ausdrücken von weniger populären Streamern, die nur von einer kleinen Anzahl an Gruppenmitgliedern gebraucht werden, ab.²⁷⁸ Um Sie zu beschreiben schöpft man aus dem bereits existierenden Sprachschatz und prägt damit neue Begriffe und deren Bedeutungen. Dabei handelt es sich um einen Prozess metaphorischer Übertragung, der das Verständnis eines Sachverhalts in der Sprache eines anderen beschreibt. Das trifft in erster Instanz auf die Experten zu, die den neu erschlossenen Begriff dann für die Laien brauchbar formulieren und zugänglich machen.²⁷⁹

Diese alternativen Ausdrucksmöglichkeiten werden erst durch ihre Popularität und die Popularität des verbreitenden Massenmediums gesellschaftstauglich. Folgende Beispiele zählen zu den populärsten Emoticons (Emote+Icon) der Plattform.

²⁷⁸ Vgl. Matzenberger, Michael, *Die Zukunft der Computerspiele*, Marburg: Tectum 2008, S. 113.

²⁷⁹ Vgl. ebd., S. 192.

8.2.2 Beispiele Twitch.tv spezifischer Ausdrücke

Kappa



“Kappa, the most popular and perhaps most important emote on Twitch.tv and a universal indicator for sarcasm or ‘trolling’²⁸⁰. It’s often pasted at the end of a trolling request for the streamer to make a really bad play or do something dumb on camera, and streamers will sometimes say it out loud when they’re joking.”²⁸¹

“The Kappa emote is based on a grey-scale photograph of Josh DeSeno, then an employee of Justin.tv working on the chat client, which was uploaded during the early days of Justin.tv, along with others emotes based on JTV employees.”²⁸²

Abbildung 24: Kappa Emote (Screenshot).²⁸³

Bible Thump



“BibleThump is a crying child emote, this shows the face of Isaac from the indie video game ‘The Binding of Isaac’²⁸⁴. (...) It can refer to anything sad or disappointing, (...). It’s presumably called ‘BibleThump’ because The Binding of Isaac was partially inspired by the biblical tale of Isaac.”²⁸⁵

Abbildung 25: BibleThump Emote (Screenshot).²⁸⁶

²⁸⁰ “Trolling, as it relates to internet, is the deliberate act of making random unsolicited and/or controversial comments on various internet forums with the intent to provoke an emotional (...) reaction from unsuspecting readers to engage in a fight or argument.”

Drog65, „Trolling“, *Urban Dictionary*, 02. 01. 2014, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Trolling>, 02. 02. 2020.

²⁸¹ Hathaway, Jay, „A beginner’s guide to the most-used Twitch emotes“, *The Daily Dot*, 27. 04. 2017, <https://www.dailydot.com/unclick/twitch-emotes/>, 02. 02. 2020.

²⁸² Miluk, „Kappa“, *Know Your Meme*, 26. 02. 2015, <https://knowyourmeme.com/memes/kappa>, 02. 02. 2020.

²⁸³ Ebd.

²⁸⁴ *The Binding of Isaac*, Design: Edmund McMillen/ Florian Himsl, Edmund McMillen et al. 2011.

²⁸⁵ Hathaway, „A beginner’s guide to the most-used Twitch emotes“, 02. 02. 2020.

²⁸⁶ Koch, Mike, „Twitch-Emotes: Die Geschichten von Kappa und Co.“, *Red Bull*, 19. 06. 2017, <https://www.redbull.com/de-de/bedeutung-twitch-emotes>, 04. 02. 2020.

PogChamp



“PogChamp, which is used both to indicate surprise and to celebrate victory, has a bit of an elaborate backstory. The face belongs to Ryan ‘Gootecks’ Gutierrez from the fighting game show Cross Counter. (...) where Gootecks and Mike Ross have a very serious showdown in the obsolete ‘90s game pogs. Gootecks ends up winning by dropping a heavy MadCatz arcade fighting stick on the pog stack, hence the moniker PogChamp.”²⁸⁷

Abbildung 26: PogChamp Emote (Screenshot).²⁸⁸

Der Gebrauch von *Twitch.tv* Emotes kann gegebenenfalls ganze Sätze ersetzen und damit die Geschwindigkeit des Nachrichtenflusses im IRC stark beschleunigen. In spezifischen Situationen wird der Einsatz von Emotes als Entscheidungshilfe genutzt, wie es bei der Streamerin itsHafu am 03.07.2016 der Fall war. Die Chatteilnehmer konnten mittels Emotes über die Musik der Sitzung entscheiden.

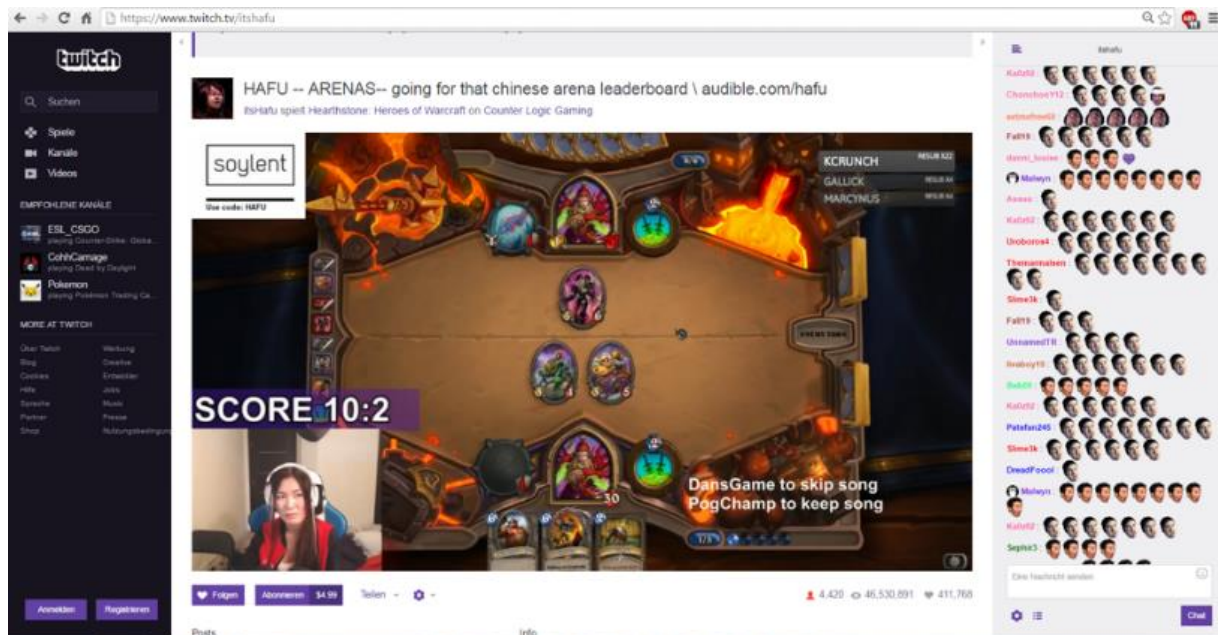


Abbildung 27: Emote Chatpartizipation – PogChamp versus DansGame (Screenshot).²⁸⁹

²⁸⁷ Hathaway, „A beginner’s guide to the most-used Twitch emotes“, 02. 02. 2020.

²⁸⁸ Koch, Mike, „Twitch-Emotes“, 04. 02. 2020.

²⁸⁹ Amazon.com, Inc., „itsHafu. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/itshafu/videos?filter=archives&sort=time>, 03. 07. 2018.

Der IRC auf *Twitch.tv* ist eine Weiterentwicklung bzw. eine Verlängerung der durch das traditionelle Fernsehen durchgeführten Versuche, interaktive Prozesse zwischen Produzenten und Rezipienten zu schaffen. Der Fortschritt der technischen Intelligenz und die dazu passende beschleunigte Kultur der Nutzer machen den *Twitch.tv*-Chat zu einem nachvollziehbaren Kommunikationsapparat, zumindest für die teilhabenden Experten. Diese Experten nehmen – übertragen auf das traditionelle Fernsehen – die Gruppe der motivierten Akteure ein, die sich schon damals bewusst am Programm beteiligten.

8.3 Interaktives Fernsehen

Auch das traditionelle Fernsehen brachte einen eigenen Sprachdiskurs hervor. Dieser war allerdings technisch zentrierter und hat sich weniger auf dessen Inhalte und mehr auf die angebotenen Funktionen bezogen. Die Anteilnahme am Programm als aktiver Zuschauer verlief nicht über eine textbasierte Chatfunktion, sondern über die zur Verfügung stehenden Mittel wie bspw. dem Telefon.

Bei Quizshows griffen Zuschauer zum Telefon um Antworten oder persönliche Meinungen über einen technischen Vermittlungskanal in dem Programmfluss zu platzieren. Es ist anzumerken, dass die Aktivierungs- und Partizipationsmöglichkeiten des linearen Fernsehens durch dessen technische Limitierung sehr einfach waren. Ein erster Schritt wurde durch die Funktion der Fernbedienung gemacht. Damit wurde zwar die Interaktion mit dem Medium vereinfacht und gefördert, die physische Passivität der Rezipienten aber initialisiert.

Der wichtigste Interaktionsknopf des Fernsehens war und ist der Ausschalter, durch dessen Betätigung die Interaktion in Gang gesetzt wird. Nach dem Ein- und Ausschalter folgen die Programmtasten, die ein basales Gefühl des „Surfens“ durch die vorprogrammierten Programminhalte ermöglichen.²⁹⁰ Aufgrund der mittlerweile gewaltigen Diversität an Programmen und der 24-Stunden-Übertragung von Inhalten reichen zwei Tasten um beim Nutzer ein Gefühl von Anteilnahme und Freiheit zu erzeugen. Dieses ist aber eher eine Illusion als real. „Nach den Programmknöpfen

²⁹⁰ Vgl.: Moormann, Manfred, „‘Wünsch dir was...’ Oder: IPTV – Programm nach Maß: aonTV“, *WebTV – Fernsehen auf neuen Wegen. Beiträge zu Bewegtbildern im Internet*, hg. v. Reinhard Scolik/Julia Wippersberg, Wien [u.a.]: Lit-Verl. 2009, S. 73–86, hier S. 75f.

kommen die Lautstärkenknöpfe. Sie runden das Basis-Interaktionsmodell des Fernsehens ab und komplettieren es im weitesten Sinne.“²⁹¹

Ein- und Ausschalten, Programmwechsel und Lautstärkenregelung von der Wohnzimmerbank aus hatten Neuheitscharakter und machten die Rezipienten zu Herrschern über die Technik. Neben diesen – vom Gerät diktierten – technischen Funktionen gab es immer wieder Versuche, Interaktivität und Partizipation durch kreative Aktivierungsprozesse der Produzenten zu initialisieren. Fernsehmacher nutzten die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel und folgten dabei dem Credo von „Versuch und Irrtum“.

Manfred Moormann geht in seinem Text „Wünsch dir was...“. Oder: ITV – Programm nach Maß: aonTV“ genauer auf das Interaktions-Niveau und Potential des linearen Fernsehens ein und beschreibt dabei ein paar kuriose Versuche, wie Zuschauer in die Produktion von Fernsehinhalten miteinbezogen wurden.

Bei *Wünsch dir was*²⁹² (Spielshow, 1969-1972) wurden die Zuseher zu Hause vor den Fernsehgeräten aktiv in die Entscheidungsprozesse der Sendung miteinbezogen. Das war technisch ziemlich ausgefuchst; die Zuschauer wurden gebeten, ihr Licht ein- oder auszuschalten, um bspw. zwischen zwei Kandidaten zu wählen. Durch die Rückmeldung des lokalen Stromwerks konnte dann ein Ergebnis, basierend auf den Messdaten des Stromanbieters präsentiert werden. Derselbe Versuch wurde durch die Betätigung der Klospülung und dem Rückkanal des städtischen Wasserwerks wiederholt, bevor sie durch so genannte ‘Call In’-Sendungen und deren Telefon-Votings abgelöst wurden.²⁹³ Einfache Aktivierungsmethoden wie diese galten als höchster Grad der Partizipation des traditionellen Fernsehens, mit einem klaren und vordergründigen Ziel: Die Zuschauer sollten zum Teil der Sendung werden und durch ihre Meinung den Ausgang und Verlauf des Formats mitbestimmen. Dadurch versuchten die Programmdirektoren, den medialen Rahmen zu übergehen und im Umkehrschluss zum Gespräch der Rezipienten im Realen zu werden. Sobald ein Zuschauer aktiv in einen Entscheidungsprozess eingebunden wird – davon ist auszugehen – wird durch Anteilnahme eine persönliche Komponente hinzugefügt. Diese betrifft (im Anschluss an das gesendete Format) die Realität des Rezipienten und verändert damit die Rolle des Fernsehgeräts. Die passive Maschine wird zum sozialen Aktivierungsapparat. Im GLS

²⁹¹ Ebd., S. 76.

²⁹² *Wünsch Dir was*, R.: Michael Pfléggar, Österreich [u.a.] 1969–1972.

²⁹³ Vgl. Moormann, „Wünsch dir was...“, S. 73f.

passiert diese Aktivierung unmittelbar und bedarf keiner Vorbereitung. Die Rezipienten sind zu jeder Zeit in der Lage, Teil der Öffentlichkeit des Kanals zu werden.

8.4 Parasoziale Interaktion/Partizipation

Der IRC auf *Twitch.tv* führt die vom Fernsehen vorgestellten Versuche, die Rezipienten am Programmfluss teilhaben zu lassen im Digitalen fort. Es wird versucht, das Gefühl einer Face-to-Face-Kommunikation zu illusionieren. Rezipienten und Streamer stehen dabei in ständiger Wechselwirkung zueinander. Die geführte Konversation passiert dennoch räumlich „nebeneinander“ und kann daher als „parasozial“ bezeichnet werden.

“The more the performer seems to adjust his performance to the supposed response of the audience, the more the audience tends to make the response anticipated. This simulacrum of conversational give and take may be called para-social interaction.”²⁹⁴

Voraussetzung für die Entstehung parasozialer Interaktion und Kommunikation ist eine Mischung aus Observation und Partizipation der Teilnehmer. Parasoziale Interaktion findet nicht nur im Fernsehen oder Kino statt, auch das Radio und große musikalische Live-Auftritte schaffen ein parasoziales Handlungsfeld. Erzeugt wird ein Gefühl sozialer Nähe, ohne dabei real zu werden. Der Wortteil „para-“ signalisiert bereits eine semiotische Distanz zwischen den Interagierenden und offenbart das wahre Gesicht des parasozialen Interaktionismus.²⁹⁵

Neue Medien schaffen neue Kulturen von Interaktionsformen, die auf ihre sozialen, technischen oder parasozialen Merkmale untersucht werden können. Die Neudefinition der Perspektiven der Handelnden und die Kategorisierung eines jungen Interaktionsmodells sind im GLS seit 2011 möglich. Die neuen Präsentationsformen und die Ausdehnung des elektronischen Selbst wurden durch die Intelligenz der neuen Medien vorangetrieben. Elektronische Kommunikation und die aus ihr entstandenen Interaktionsmodelle basieren auf diesem „Intelligenz-Potential“, allen voran den Digitalen.²⁹⁶

²⁹⁴ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 215.

²⁹⁵ Vgl. Wulff, Hans J., „Charaktersynthese und Paraperson. Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996b, S. 29–48, hier S. 29.

²⁹⁶ Vgl., ebd. S. 88.

Diese prozedural zu verstehenden Kommunikationsformen lassen sich als Ausdifferenzierung zwischen sozialer und parasozialer Interaktion begreifen.²⁹⁷ *Twitch.tv*, SLSs oder diverse Live-Erotik-Plattformen haben unterschiedliche Methoden zur Aktivierung der Rezipienten entwickelt und daher auch ein individuelles Maß an Interaktivitäts- bzw. Partizipationspotential. Jedes neue Medium muss seine parasoziale Identität selbst hervorbringen und den Aktionsrahmen der Rezipienten aus dessen Angebot definieren.²⁹⁸ Die Teilnahme am interaktiven Prozess wird den Zuschauern nicht aufgezwungen, es ist eine freie Entscheidung einzutreten und Teil des Prozesses zu werden. Dabei entsteht eine Form von „intimacy“²⁹⁹. Diese wird vom Medium angeboten, es verfolgt dabei keine versteckte Propaganda und der Rezipient wird nicht zum willenlosen Opfer.³⁰⁰ „Die Zuschauer erleben dann die eigentlich einseitige, asymmetrische Interaktion als eine wechselseitige Interaktion, eben wie in einer normalen sozialen face-to-face Interaktion.“³⁰¹ Dass die Kommunikation durch eine textbasierte Anfrage auf eine verbale Antwort trifft, wirkt durch den Rahmen auf *Twitch.tv* natürlich. Die Illusion der Nähe zu den Quiz- und Showmastern des linearen Fernsehens wird im GLS durch CoBr und VaSt neu interpretiert. Für die Rezipienten ist der Kommunikationspartner durch die Installation einer Webcam sichtbar und kann scheinbar direkt angesprochen werden. Rezipienten sehen ihre Gesprächspartner auf dem Monitor ihres Computers, Laptops oder Mobiltelefons, die Streamer richten ihren Blick in die Webcam und finden ihr Gegenüber als Textnachricht im Chat. Das Resultat ist eine digital vermittelte „fake-face-to-face“ Kommunikation.

²⁹⁷ Vgl., ebd. S. 89.

²⁹⁸ Vgl. Schmitz, Holger, „Neue Identitäten durch interaktives Fernsehen und Computer? Stellungnahme zu dem Beitrag von Friedrich Krotz“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 91–6, hier S. 92.

²⁹⁹ Horton/Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 216.

³⁰⁰ Vgl. Wulff, Hans J., „Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion. Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie“, *Semiotische Berichte* 16/3-4, 1992, S. 279–95.

³⁰¹ Hartmann, „Mass Communication and Para-Social Interaction“, S. 79.

8.5 Fake „face-to-face“ Kommunikation

Eine von Horton und Wohl aufgestellte These beschreibt die Idee der Illusion einer Face-to-Face-Beziehung zwischen den Akteuren der „neuen“ Massenmedien Radio, Fernsehen und Film und dessen Rezipienten. Übertragen auf die parasozialen Beziehungen in der medial vermittelten Kommunikation heißt dies, dass die Beziehung zwischen „Performer“ bzw. Persona und Zuschauer genauso organisiert ist wie eine Face-to-Face-Beziehung. Sie unterscheiden sich allerdings in ihrem Übermittlungs- und Rückkanal, der durch die technische Komponente eines Fernsehgeräts, eines Radios oder Computers ersetzt wird.

Die reale Face-to-Face-Kommunikation gilt als vorbildliches Paradigma, an dem sich auch die Medien messen, und als Maßstab, den es zu erreichen gilt. Dank der Geschwindigkeit der Datenübertragung nähert sich die digitale Face-to-Face-Kommunikation der Realen an (Bsp. *Skype*,³⁰² *Facetime*,³⁰³ etc.).³⁰⁴ Das interaktive Feld wird durch parasoziale Strategien gestützt, in dem zahlreiche appellative Ansprachen (verbal und visuell) an den Zuschauer erfolgen, welcher sich oft direkt einbezogen fühlt, auch wenn die Ansprache letztlich allgemein und unspezifisch bleibt. Von Seiten der Sendung wird dem Zuschauer die Teilnahme an einer intimen Kommunikationsgemeinschaft, eine dialogische Situation angeboten.³⁰⁵

Die unantastbare Identität der Showmaster und Moderatoren des Fernsehens wird durch die Streamer (CoBr und VaSt) bewahrt und ihre Funktion im Gaming Livestream neu interpretiert. Ihrer Offenheit des Kontakts mit den Zuschauern folgen zwei theoretische Konsequenzen:

1) Die Schranke zwischen Bühne und Zuschauerraum ist durchlässig. Die Showmaster versuchen ständig diese zu unterdrücken und unsichtbar zu halten. Die klare Trennung von fiktionalem Raum und Realität bzw. Bühnengeschehen und Zuschauerraum wird Großteils negiert. Die Passivität, die dem Zuschauer im Hollywood Kino aufgezwungen wird, wird überwunden.

³⁰² Microsoft Corporation, *Skype*, <https://www.skype.com/de/>, 03. 02. 2020.

³⁰³ *FaceTime* (App), Design: Mike Rundle, Apple 2011.

³⁰⁴ Vgl. Schäfer, Karl-Hermann, *Kommunikation und Interaktion: Grundbegriffe einer Pädagogik des Pragmatismus*, Wiesbaden: Verl. für Sozialwissenschaften 2005, S. 188.

³⁰⁵ Vgl. Hickethier, *Film- und Fernsehanalyse*, S. 199.

2) Die Rolle des Zuschauers hat sich maßgeblich geändert. Er kann heute sowohl als Rezipient als auch als Mitmacher verstanden werden.³⁰⁶ Digitale Kommunikation wirkt dann natürlich, wenn ihre Vermittlung sanft und direkt übertragen stattfindet. Wird die Technik als Übertragungskanal ausgeblendet, werden die Maschine zum unsichtbaren Generator sozialer Kommunikation und der Rezipient zum Mitmacher. *Twitch.tv* bietet neben dem IRC zahlreiche Funktionen an, sich als Mitmacher am Programmfluss zu beteiligen bzw. sich als Rezipient „sichtbar zu machen“. Folgende Beispiele zählen zu den Standards die auf *Twitch.tv* angeboten werden.

8.6 Abonnement – Subscription

Mit einer Subscription (zu dt. Abonnement) werden gegen einen finanziellen Betrag von entweder 4,99 Dollar, 9,99 Dollar oder 24,99 Dollar³⁰⁷ diverse ‚Belohnungen‘ für den Account freigeschaltet. Der Benutzername des Abonnenten wird durch einen „Share Button“ im Chat in den Sendefluss des Kanals aufgenommen und am Bildschirm für mehrere Sekunden sichtbar. Das Abonnieren eines Kanals ist daher nicht nur ein Akt des „In-Kontakt-Tretens“ sondern auch als Form der Selbstdarstellung der Rezipienten zu verstehen. Die angehängten, an die Streamer adressierten Nachrichten werden zuverlässig übermittelt, vorgelesen und im Fall einer Frage vom Streamer – meistens – beantwortet.

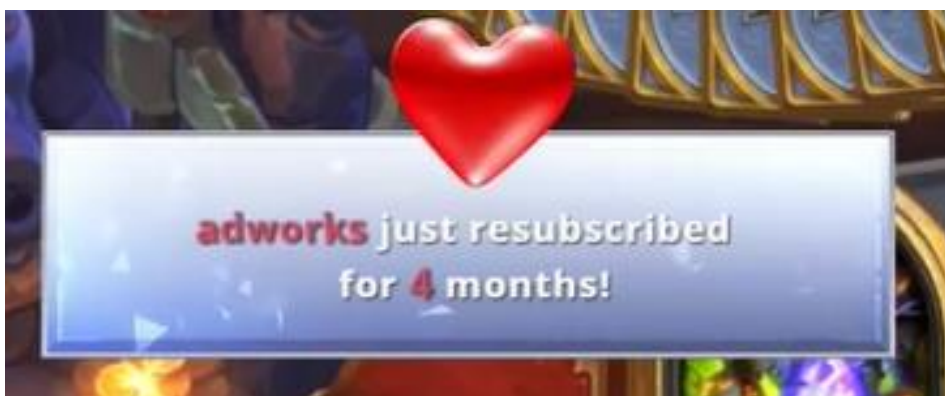


Abbildung 28: Darstellung: ThijsHS Abonnement (Screenshot).³⁰⁸

³⁰⁶ Vgl. Hickethier, *Film- und Fernsehanalyse*, S. 199.

³⁰⁷ Abschließen von Abonnements:

Amazon.com, Inc., „Abschließen von Abonnements“, *twitch.tv*, o. A., <https://twitchtv.desk.com/customer/de/portal/articles/2812403-abschlie%C3%9Fen-von-abonnements>, 02. 02. 2020.

³⁰⁸ „Video on Demand“, R.: Thijs, *twitch.tv*, 2018, <https://www.Twitch.tv/videos/336127362>, 15. 11. 2018.

ThijsHS: "adworks just subscribed for four months already."

Message: >Hey thijs hope you are having a fine day, can you show us the street fix from your window?<

ThijsHS: "The street fix? The street view you mean. From my window. You don't see this, what you see is my garden out of the window. Not really garden, how do you say that? Because I have a special garden, do you know what I have for a special garden guys? I have a garden with stones, yes."³⁰⁹

Der Programmfluss wird unterbrochen, um auf die Nachrichten, die Fragen oder die Wünsche des Abonnenten einzugehen.

"After beginning a Twitch subscription, a special Share button will appear in that channel's chatroom. When pressed during a live stream, a special alert will appear to all viewers announcing the new or renewed subscription along with the subscriber's Twitch username and the number of months that they've been subscribed for. The subscriber is also able to send the streamer a customized message for them to read."³¹⁰

Der Vorgang wird häufig durch einen Ton oder einen Musikausschnitt begleitet und von den Streamern danksagend anerkannt. Abonnenten fühlen sich gut dabei, die Streamer vor Live-Publikum zu unterstützen und somit Teil einer übergeordneten Gruppe, 'a more exclusive social club' anzugehören; einer Art Clique, die sie über den regulären Zuschauer erhaben fühlen lässt und von den anderen Subscribern gestützt wird.³¹¹ Das Abonnement auf *Twitch.tv* unterscheidet sich von dem auf *YouTube* durch das Einverständnis des Abonnenten, eine monatliche Gebühr zu zahlen. Das Abonnement kann zu jedem Zeitpunkt gekündigt werden.³¹² „Der Vorteil liegt im werbefreien Zugang des abonnierten Streams. Außerdem erhalten Abonnenten ein Symbol, das sie bei Benutzung der Chatfunktion klar als Abonnent des Kanals identifiziert.“³¹³ Je länger ein Kanal unterstützt wird, desto vertrauter werden die Streamer mit dem Abonnenten, dessen Ansichten und Persönlichkeit. Für die konstante Erneuerung des Abonnements werden Re-Subs mit extra Badgets im Chat belohnt um deren Status für alle Teilnehmer anzuzeigen.

³⁰⁹ Thijs, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, 15. 11. 2018.

³¹⁰ Stephenson, Brad, „Everything You Need to Know About Twitch Subscriptions. Subscribe & unsubscribe on Twitch, why you should, and all about the sub tiers“, *Lifewire*, 12. 12. 2019, <https://www.lifewire.com/twitch-subscriptions-4147319>, 02. 02. 2020.

³¹¹ Vgl. Sjöblom/Hamari, „Why Do People Watch Others Play Video Games?“, S. 985–96,

³¹² Vgl. Rauch, „Homo Ludens TV“, S. 20f.

³¹³ Ebd.

Nachstehende Beispiele führen einen Teil der Vielzahl an Vorteilen an, die aktiven Abonnenten eines *Twitch.tv*-Kanals vorbehalten sind. Diese werden von den Streamern genutzt um Individualität zu erzeugen und die Bindung der Rezipienten an den Kanal zu steigern.

Emotes

“Emotes are specially designed emoticons (or emoji) that are unique to individual Twitch. channels and are only available for subscribers of that channel. Subscribers of one channel can use that channel’s emotes in any other chatroom on Twitch. In general, the more subscribers a channel has, the more emotes are made available for its subscribers to use. Emote creation is entirely the responsibility of the channel creator so the number of available emotes will vary from channel to channel.”³¹⁴

Badges

“Subscriber badges are special icons that display alongside a subscriber’s name within the respective channel’s chatroom. The default badge is that of a star however streamers have the option to customize it. Streamers can also add custom badges that change depending on how many months a viewer has been subscribed for as a way to reward loyalty and encourage more viewers to subscribe.”³¹⁵ “By showing off the badges earned, users also present themselves as avid fans of specific shows.”³¹⁶

Subscriber Only Chat

“Sub-Chat: Exclusive Chatroom: Twitch. ‘Partners’³¹⁷ and ‘Affiliates’³¹⁸ have the option to create a sub-only chatroom for their streams that is only accessible to paying subscribers. This can be useful for popular channels who have thousands of followers commenting all at once in the chat which can essentially render it useless. Not all channels have these special chatrooms as it is up to the streamer to create them or not.”³¹⁹

“Sacrificing Openness for Quality. (...) In this mode, only people who pay a (...) monthly subscription fee to the stream can type in chat. The conversation is still public. Everyone can still read the chat, but only subscribers can contribute.”³²⁰

“Many streamers who use subscriber-only mode recognize this dilemma and turn it off occasionally or on a specific day of the week. Inevitably, after the mode is turned off, you

³¹⁴ Stephenson, „Everything You Need to Know About Twitch Subscriptions“, 02. 02. 2020.

³¹⁵ Ebd., 02. 02. 2020.

³¹⁶ Cesar, Pablo/David Geerts, „Past, Present, and Future of Social TV: A Categorization“, *IEEE Consumer Communications and Networking Conference*, Las Vegas: IEEE 2011, S. 347–51, hier S. 350.

³¹⁷ Twitch Interactive, „Twitch Partner Program“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/p/partners/>, 10. 02. 2020.

³¹⁸ Twitch Interactive, „Twitch Affiliate Program“, *twitch.tv*, o. A., <https://affiliate.twitch.tv/>, 10. 02. 2020.

³¹⁹ Stephenson, „Everything You Need to Know About Twitch Subscriptions“, 02. 02. 2020.

³²⁰ Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1321.

will see the chat explode with messages like 'FREEDOM!' and 'RELEASE THE KRAKEN!'³²¹. Non-subscribers are elated that they can participate in an open chat."³²²

Exclusive Competitions

"Many Twitch streamers hold special competitions for their subscribers or give them more entries in a contest that's open to all of their viewers. Prizes can range from small objects such as mugs and t-shirts but can also include larger prizes like video games or consoles."³²³

Ad Free Viewing

"A lot of streamers choose to reward their subscribers with an ad-free viewing experience. This removes all pre-, mid-, and post-roll video ads from their stream. Some do choose to keep ads enabled though so this isn't a guarantee."³²⁴

Play with Friends

Streamer interagieren mit ihren Abonnenten durch „Special Sub Events“. Dabei werden Multiplayerspiele gemeinsam gespielt und je nach Empfinden des Streamers über den „Ingame Chat“ kommuniziert. „Sub-Events“ motivieren die Rezipienten zusätzlich den Kanal zu abonnieren.

"Streamers also make concerted efforts to give participants chances to have influence on the stream in ways beyond that's possible in chat. A common practice is for streamers to play games with their viewers to give them some time in the spotlight and a chance to stand out."³²⁵

Eine Variation dieser Partizipation wird von AmazHS durch die Integration der Usernamen seiner Subscriber in dem von ihm übertragenem Spiel dargestellt.

³²¹ "Release the Kraken!" is a catchphrase and image macro series based on a memorable quote uttered by Zeus in the 1981 fantasy adventure film *'The Clash of the Titans'* as well as the 2010 3D remake. Despite the dramatic delivery of the line in the reboot, the quote was perceived as unintentionally funny and quickly became a target of image macro jokes on the web."

p382c/Y F., „Release The Kraken!“, *Know Your Meme*, 04. 04. 2019, <https://knowyourmeme.com/memes/release-the-kraken>, 02. 02. 2020.

³²² Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1322.

³²³ Stephenson, „Everything You Need to Know About Twitch Subscriptions“, 02. 02. 2020.

³²⁴ Ebd., 02. 02. 2020.

³²⁵ Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1319.



Abbildung 29: Benennung fiktiver Figuren nach Abonnenten (Screenshot).³²⁶

Fiktive Figuren wie Magier, Ketzer oder Krieger der diegetischen Welt des übertragenen Spiels „Darkest Dungeon“ werden nach den aktuellen Subscribern der Sitzung am 25.06.2018 in RespiratoryMatt, Zeneage, Shatzi, Unitedo ne, Koskadelli, Kevan und Alrutair umbenannt.

8.7 Spende – Donation

Donations (zu dt. Schenkung/Spende) sind, wie das Abonnement, ein Mittel um die Streamer als selbstständig Tätige zu unterstützen und eine Nachricht als Rezipienten direkt an sie zu richten. Spenden werden deutlich in Schrift, Ton und Bild am Bildschirm eingeblendet. Cent Beträge werden (zumeist) nicht angezeigt um „Spam Donations“ zu vermeiden, stattdessen wird ein Minimalbetrag von den Broadcastern definiert.



Abbildung 30: Shadybunny Donation Reglement (Screenshot).³²⁷

³²⁶ Amazon.com, Inc., „AmazHS. Videos“, 25. 06. 2018.

Einige Streamer führen zudem eine Rangliste (Leaderboard) der täglichen (daily), monatlichen (monthly) oder allzeit (alltime) „Top Spender“ (top donator), die permanent im Interface oder unterhalb des Streams aufgelistet und aktualisiert dargestellt wird. Die Spende ist eine einfache und direkte Form, den Kanal zu unterstützen und zählt zudem zu den wichtigsten Einnahmequellen der Berufsstreamer. Shroud hat eine Liste der Top Spender seines Kanals ins Interface integriert. Diese führt Beträge von 1.014 bis 50.000 US-Dollar an.



Abbildung 31: Shroud Rangliste im Interface: All-time-Top-Donator (Screenshot).³²⁸

Bereits eine Spende von zwei Euro kann großen Einfluss auf den Inhalt einer Sitzung nehmen, wie folgendes Beispiel veranschaulicht. Dem *World of Warcraft*-Streamer Asmongold wurden tausend gespendete Abonnements versprochen, gebunden an die Bedingung, live und fehlerfrei von eins bis tausend zu zählen. Durch eine schriftlich eingblendete Erklärung wurden auch Quereinsteiger der Sitzung über den kuriosen Inhalt aufgeklärt.

³²⁷ Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Startseite“, 25. 11. 2018.

³²⁸ Amazon.com, Inc., „shroud. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shroud/videos?filter=archives&sort=time>, 01. 12. 2018.



Abbildung 32: Asmongold zählt von eins bis tausend (Screenshot).³²⁹

Das Prozedere nahm 33 Minuten und 57 Sekunden in Anspruch und wurde von den Chatteilnehmern strengstens beobachtet. Der Streamer verzählte sich bei der Zahl 515. Als Beweis wurde ein Clip eines aufmerksamen Chatpartizipanten mit dem Streamer und den restlichen Rezipienten geteilt. Ein zweiter Versuch wurde von Seiten Asmongolds kategorisch ausgeschlossen, das Leiden und die Anstrengung des Streamers sorgten aber für gute Unterhaltung aufgrund des hohen Spannungsbogens. Anhand Asmongolds Beispiel wird deutlich, dass im Livestream auf *Twitch.tv* Inhalt produziert wird, der weniger Bezug auf den Inhalt des Spiels nimmt, dafür durch den Streamer an Unterhaltung gewinnt.

³²⁹ „Video on Demand“, R.: Asmongold, twitch.tv, 2018a, <https://www.Twitch.tv/videos/336266748>, 15. 11. 2018.

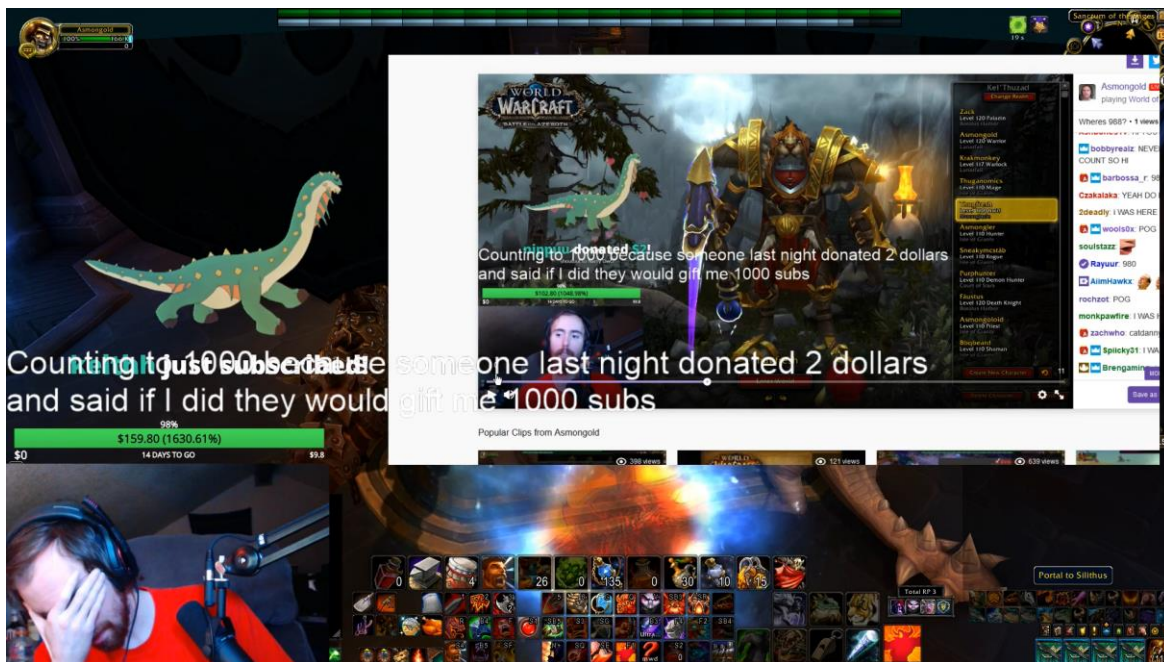


Abbildung 33: Chat Clip Interaktion 1 (Screenshot).³³⁰

Der Clip, der Asmongolds Versagen dokumentiert, ist das Produkt partizipativer Handlung zwischen einem Rezipienten und dem Kanal. Das Scheitern wird vom Streamer humoristisch verkauft. Dieser inszeniert eine so genannte „Win-Win“-Situation, indem er sein Publikum an den Kanal bindet und sowohl bei Erfolg oder Versagen des Vorhabens von der Aktion profitiert.

³³⁰ „Video on Demand“, R.: Asmongold, 15. 11. 2018.

8.8 Bits

„Bits sind eine virtuelle Währung auf Twitch.tv die zum ‚Cheeren‘ verwendet wird. Ein Cheer ist eine bitgestützte Chatnachricht, die animierte Emotes enthält, um den Beitrag im Chat hervorzuheben und den Moment zu feiern.“³³¹

“Cheering shows your support to the Partner or Affiliate just like subscriptions do, and as you Cheer in a channel, you earn Cheer Chat Badges for that channel so that your support is recognized. Your Cheer Chat Badge lasts indefinitely but will only appear in the channel where you earned it.”³³²

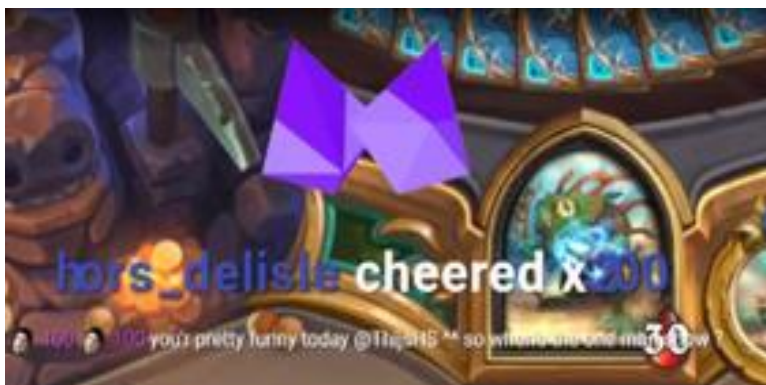


Abbildung 34: Darstellung: Cheer-Bits (Screenshot).³³³

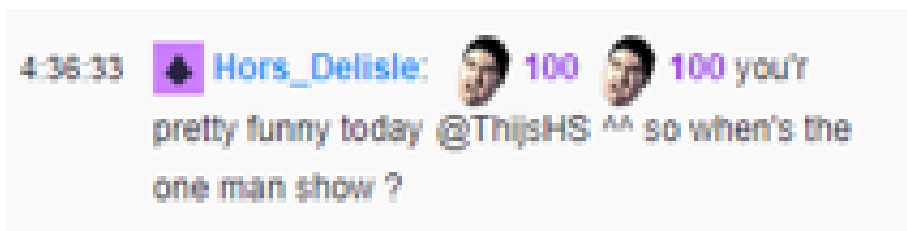


Abbildung 35: Cheer-Bits Nachricht. Chat Darstellung (Screenshot).³³⁴

“Message von Hors_Delisle: >You´r pretty funny today @ThijsHS ^^ so when´s the one man show?<

ThijsHS: “The one man show? Is this not a one man show yet?”³³⁵

Die erworbenen Cheer Chat Badgets sind nach einer Rangliste sortiert und werden genau wie die der Re-Subs durch weiteres Cheeren aktualisiert und dem Usernamen

³³¹ Amazon.com, Inc., „Cheere mit Bits, um deine Begeisterung zu zeigen und Streamer zu unterstützen!“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/bits>, 02. 02. 2020.

³³² Amazon.com, Inc., „Guide to Cheering with Bits“, *help.twitch.tv*, o. A., https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-cheering-with-bits?language=en_US, 02. 02. 2020.

³³³ Thijs, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, 15. 11. 2018.

³³⁴ Ebd.

³³⁵ Ebd.

des Chatteilnehmers vorangestellt. *Twitch.tv*-Bits sind eine Währungseinheit, die ausschließlich auf der Plattform *Twitch.tv* zur Anwendung kommen und daher keinen Kursschwankungen oder Inflationsraten unterliegen.

8.9 Folgen - Follow

Die Anzahl an gefolgt Kanälen auf *Twitch.tv* ist für den Nutzer unlimitiert, sie werden im Interface nach Zuschauerzahlen – von der höchsten abwärts – ergänzt und aufgelistet. Einem Kanal zu folgen wird durch die Betätigung des „follow Buttons“ während der Sitzung, wie das Abonnement oder die Spende, sichtbar. Der Einfluss auf den produzierten Inhalt und die Möglichkeit eine Reaktion der Streamer zu initiieren ist – vor allem in den kleineren Kanälen – durch das „Folgen“ eines Kanals gegeben.

8.10 Erweiterungen

Neben den von *Twitch.tv* angebotenen Partizipationsmöglichkeiten, haben sich Streamer individuelle Mechanismen und Taktiken zur Aktivierung der Rezipienten überlegt und diese, mehr oder weniger erfolgreich, umgesetzt. Das Angebot ist enorm und der Fantasie der Broadcastern ist in der Umsetzung und Gestaltung keine Grenzen gesetzt. Die Rahmenbedingungen beschränken die Machbarkeit bloß im Sinne der „*Twitch.tv*-Policy“ und den technischen Limits der Plattform.

8.10.1 Coaching Sessions

“Wesley ‘Shadybunny’ Metten is a full-time Hearthstone arena streamer.”³³⁶ Er bietet, wie viele, Content Broadcaster Coaching Sessions für seine Rezipienten an, deren Konditionen im Interface unterhalb des Streamfensters angegeben werden. In seinem Beispiel sind die Konditionen wie folgt definiert:

“A session consists of 1 Arena run, with a minimum of two hours and a maximum of three (in the event of a really bad run we will redraft, in the event of a very long run we will end after 3 hours). I feel this is the time necessary to do some meaningful work.

³³⁶ Fade 2 Karma, „Shadybunny“, F2K, o. A., https://f2k.gg/team/Shadybunny_9, 02. 04. 2018.

Taking our time to evaluate your drafting and play, to improve our core decision making, not just some quick fixes.”³³⁷

Die „partizipierenden Schüler“ werden nicht nur unterrichtet, sondern im Zuge der Coaching Session zu einem aktiven und sichtbaren Teil (Webcam im Interface des Kanals integriert) der Produktion. Durch das Einbinden der Rezipienten in den Programmfluss wird die Hierarchie des Kanals – zumindest kurzfristig – an die aktualisierte Situation angepasst, und die Aufmerksamkeit des Streamers verlagert sich vom Chat auf den eingekauften Teilnehmer.

8.10.2 Do for Money

“David ‘avilo’ Blowe [19.12.1987, Anm.] is an Terran [*StarCraft 2*, Anm.] player and coach from the United States. He is a former member of both Team Legion [eine eSport Organization, gegründet: 08.10.2011, Anm.] and VT Gaming [eine eSport Organization, gegründet 2005, Anm.]”³³⁸ Um den finanziellen Profit seiner Sitzungen zu steigern, bot er den Rezipienten ein Dokument an, auf dem er eine Reihe von Aktivitäten auflistete, die er live für die entsprechend hohe Spende ausführte. Diese bezogen sich sowohl auf den diegetischen Rahmen des Spiels als auch auf sein reales Umfeld und seine physische Kondition. Liegestütz im Zimmer zu machen oder das Ein- und Ausschalten der Webcam, waren Teil dieser Liste. Aufgrund mehrfach dokumentierter Regelverstöße wurde avilo im Jahr 2019 auf *Twitch.tv* gesperrt. Seither streamt er regelmäßig auf der Plattform Mixer.

³³⁷ Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Startseite“, 02. 04. 2015

³³⁸ Liquipedia, „avilo“, *Liquipedia StarCraft II*, 04. 07. 2019, <https://liquipedia.net/starcraft2/Avilo>, 02. 02. 2020.

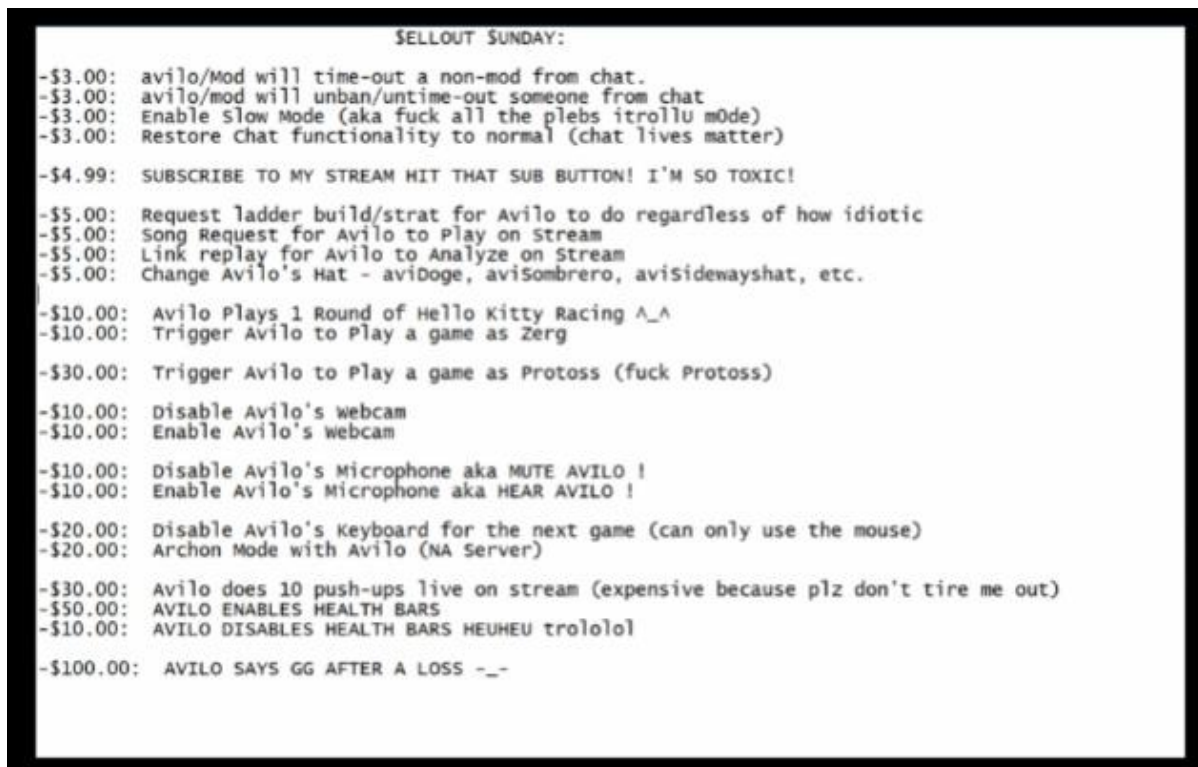


Abbildung 36: avilos Sellout Sunday Liste (Screenshot).³³⁹

8.10.3 Extended Streamtime & Sub Goals

“Jeon ‘Dragon’ Yong Soo [17.04.1989, Anm.] is a Terran [*StarCraft 2*, Anm.] player and caster from South Korea who is playing for Team YP.”³⁴⁰ Seine Sitzungen werden häufig durch ein „extended stream time goal“ ergänzt, das einem simplen Prinzip folgt: Je mehr Geld gespendet wird, desto länger bleibt der Kanal online. In Dragons Beispiel wird die Dauer der Sitzung mit einer Spende von fünf Dollar um eine Stunde verlängert. Das „Donation Goal“ wird um ein „Sub Goal“ erweitert, das ebenfalls mit einer Belohnung kombiniert ist. Stream-Incentives wie Sub- oder Donations-Goals werden meist in kleineren bis mittelgroßen Kanälen eingesetzt. Mit zunehmender Reichweite bzw. Größe eines Kanals nimmt die vordergründige Ökonomisierung der Sitzungen ab.

³³⁹ Amazon.com, Inc., „avilo. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.Twitch.tv/avilo/videos?filter=archives&sort=time>, 03. 04. 2016.

³⁴⁰ Liquipedia, „Dragon“, *Liquipedia StarCraft II*, 10. 04. 2019, <https://liquipedia.net/starcraft2/Dragon>, 02. 02. 2020.



Abbildung 37: Dragon - Extended Streamtime und Sub-Goal (Screenshot).³⁴¹

8.10.4 Zuschauer gegen Streamer

In Asmongolds Kanal kommt es regelmäßig zu erweiterten Chat-Interaktionen, die häufig von Seiten der Rezipienten investigativ motiviert sind. Der WoW-Streamer ist bekannt für seine Falschaussagen und leeren Versprechen, die ihm durch die Chatteilnehmer und das ewige Gedächtnis des Webs immer wieder aufgezeigt werden. Sein Mitspieler Mcconnel arbeitet dabei stets mit den Chatpartizipanten zusammen und motiviert diese die Aussagen Asmongolds in Form von Clips zu finden und über die Post-Funktion im Chat zu veröffentlichen. Die Zuschauer agieren als homogene Masse, die sich geschlossen gegen den Streamer stellt und dessen Darstellung als Lügner zelebriert. Der Zusammenhalt der Community und die Interaktion mit Mcconnel zeigen wie divergent die Netz-Gemeinschaften auf *Twitch.tv* geartet sein können.

Mcconnel: "Oh, and let's not forget, you said you would shave your head if the next expand is scorched."
Asmongold: "If the next expand is what?"
Mcconnel: "Scorched."
Asmongold: "Did I actually say that?"
Mcconnel: "Yeah you did."
Asmongold: "Do you have a clip?"

³⁴¹ Amazon.com, Inc., „Dragon. Startseite“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/dragon>, 30. 12. 2018.

Mcconnel: "No."

Asmongold: "Ok, then it didn't happened."

Mcconnel: "Boys, get to work!"

Asmongold: "Yeah, I mean find the clip, and if you can find the clip I will shave my head ok, like no troll, no bullshit I will actually do it, fuck it. It does seem like a bad idea. What if I shave it off and it doesn't grow back?"³⁴²

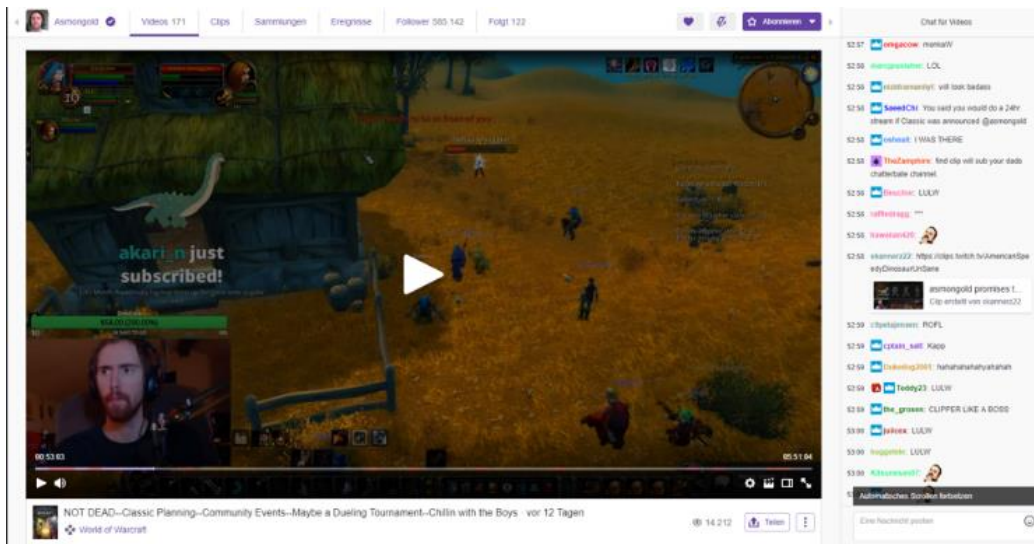


Abbildung 38: Chat Clip Interaktion 2 (Screenshot).³⁴³

Skannerz22 postet den Link zum Clip im Chat.³⁴⁴

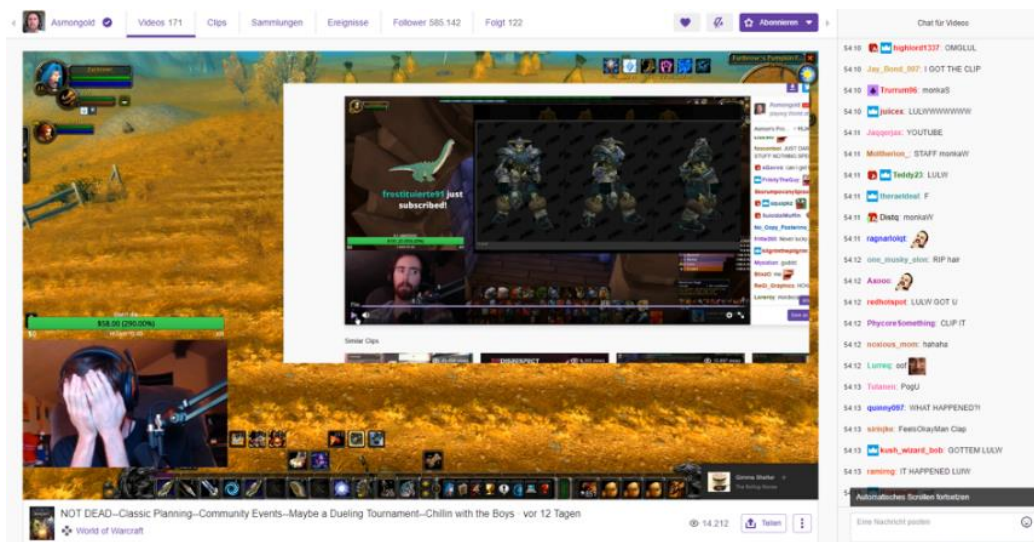


Abbildung 39: Chat Clip Interaktion 3 (Screenshot).³⁴⁵

³⁴² „asmongold promises to shave head for scourge expansion september 2018“, R.: skannerz22, twitch.tv, 2018, <https://clips.twitch.tv/AmericanSpeedyDinosaurUnSane>, 03. 02. 2020.

³⁴³ „Video on Demand“, R.: Asmongold, twitch.tv, 2018b, <https://www.twitch.tv/videos/334611144>, 23. 11. 2018.

³⁴⁴ Vgl. „asmongold promises to shave head for scourge expansion september 2018“, 03. 02. 2020.

Mcconnel: "Oh, suck a dick! You fucking idiot."

Asmongold: "I just didn't think that I actually said it, ok. I thought there is no way that you guys have a clip. Who the fuck actually clipped that though? (...) Morgan Rise, who is that guy? We are going to ban that guy from the chat, there is no way I want to be called out again. Slash ban ok. Just a second, we will get rid of him. We are good he is gone, just kidding I didn't actually banned him, but I could."³⁴⁶

Asmongold demonstriert zwar als Programmchef des Kanals seine Macht mit der Drohung den Chatteilnehmer zu sperren, verzichtet aber für das Wohl der Gruppe auf die Ausführung eben dieser. Solche Situationen kommen in seinen Sitzungen regelmäßig vor und sind, wie seine Persönlichkeit, Teil seines Erfolgs als CoBr. Nur wenigen Streamern gelingt es, über den eigenen Kanal hinaus, bekannt dafür zu sein, welche Community der Kanal hervorgebracht hat. Dazu zählen unter anderem Asmongold, Forsen und Kripparian.

8.10.5 Stars on Stream

Der deutsche Streamer Gronkh steigert das Interesse an seinem Stream und damit seine Zuschauerzahlen, indem er in unregelmäßigen Abständen mit Personen des „öffentlichen Interesses“ seine Live-Sitzung gestaltet. Michael Bernd Schmidt aka. „Smudo“, Rapper der Musikgruppe „Die Fantastischen 4“, war bereits Teil der Übertragung des Broadcasters. Die Kooperation wurde mehrere Tage lang angekündigt um in beidseitigem Interesse hohe Beteiligung der Rezipienten sicherzustellen. Wie Events des traditionellen Fernsehens, profitieren die Sitzungen auf *Twitch.tv* vom Beisein prominenter Gäste. Im Fernsehen schreiben Großereignisse wie die Oscar-Verleihung oder der Super-Bowl Rekordquoten aufgrund der medialen Vorbereitung bzw. Vermarktung und dem hohen Staraufgebot. Auf der Streaming-Plattform wird versucht diese etablierten Strukturen in abgeänderter Form umzusetzen.

³⁴⁵ „Video on Demand“, R.: Asmongold, 23. 11. 2018.

³⁴⁶ Ebd.



Abbildung 40: Smudo und Gronkh im Studio des Streamers (Screenshot).³⁴⁷

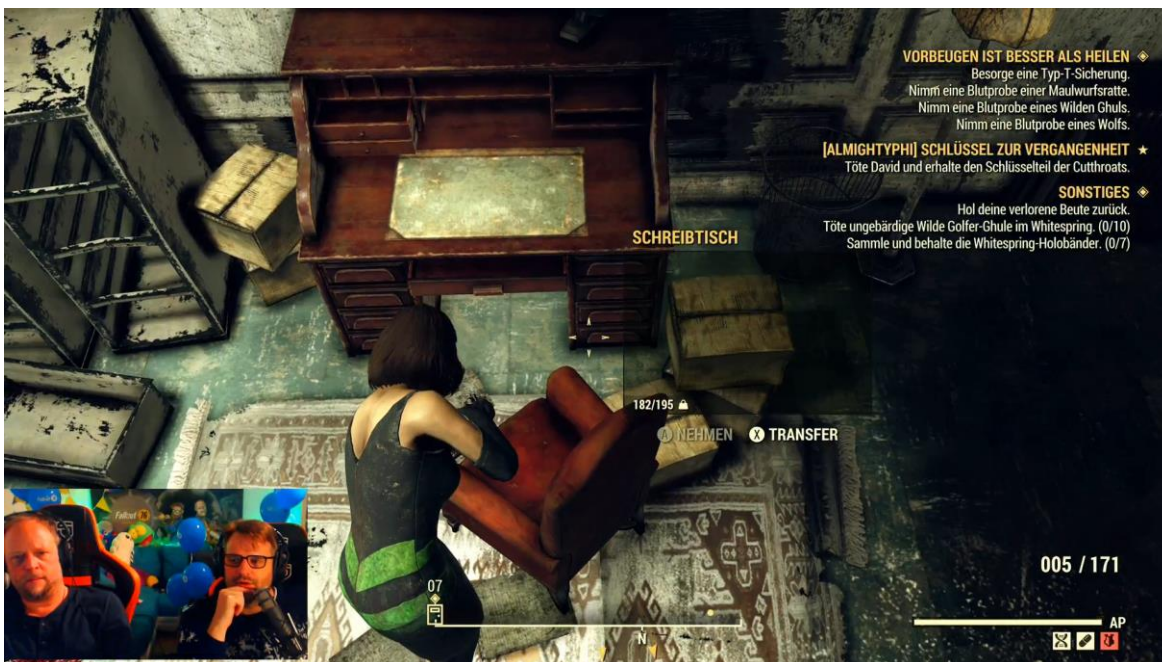


Abbildung 41: Smudo und Gronkh spielen *Fallout* (Screenshot).³⁴⁸

Die Rezipienten haben die Möglichkeit nicht nur auf das Spiel bezogene („game related“) Fragen an die Spieler zu richten, sondern auch mehr über deren Privatleben und deren aktuelle Projekte zu erfahren. Das Spiel dient als Bühne einer

³⁴⁷ „Video on Demand“, R.: Gronkh, twitch.tv, 2018, <https://www.Twitch.tv/videos/336648760>, 16. 11. 2018.

³⁴⁸ „Video on Demand“, R.: Gronkh, 16. 11. 2018.

übergeordneten Konversation bzw. Q&A-Sitzung. Smudo, der zu diesem Zeitpunkt im Fernsehen als Juror des Formats *The Voice of Germany*³⁴⁹ zu sehen war, musste diverse Fragen diesbezüglich beantworten. Das Spiel wird auf seine Funktion als Bühne reduziert. Der Streamer profitiert von dem gesteigerten Interesse an seinem Kanal und der Musiker von *Twitch.tv* als Werbefläche.

8.10.6 strowpoll.me

Strowpoll.me ist eine technische Implementation, die zur Einbindung der Rezipienten in den aktuellen Spielfluss genutzt wird. Im weitesten Sinn kann das Programm als Übertragung des vom linearen Fernsehen bekannten Telefon-Votings verstanden werden. Jeder Zuschauer kann, aber keiner muss sich am Entscheidungsprozess beteiligen. Je mehr Stimmen angegeben werden, desto aktiver ist die Netzgemeinschaft des Kanals. Die Auskunft über den Grad der Partizipation der Rezipienten kann von den Streamern weiter genutzt werden, um den Kanal entsprechend zu entwickeln. Werden nur 53 Stimmen bei einem strowpoll.me-Voting abgegeben obwohl rund 1000 Zuschauer den Kanal geöffnet haben, handelt es sich bei der Community größtenteils um inaktive Betrachter, so genannte Lurker. Dem würde ein Streamer mit der Forderung nach mehr Beteiligung entgegenwirken. „Evan ‘Winter’ Ballnik is a SC2 ‘random’³⁵⁰ player from the United States, currently teamless.”³⁵¹ Als CoBr nutzt er häufig das Zuschauer-Voting mittels strowpoll.me: Kommentieren von eingeschickten Videos auf niedrigem Niveau (genannt: Bronze League Heroes), Spielen auf „Grandmaster Level“³⁵², „Ladder Climb“ auf dem koreanischen (statt dem US) Server oder Erstellen von „Smurf Accounts“³⁵³, um auf „Bronze Niveau“³⁵⁴ für die Community zu spielen. Es wurde auch angeboten mit den Füßen, statt mit den Händen zu spielen. Der grobmotorische Umgang mit Maus und Tastatur sorgte für gute Unterhaltung.

³⁴⁹ *The Voice of Germany*, R.: ProSieben/Sat. 1, Deutschland seit 2011.

³⁵⁰ StarCraft ist ein RTS Game mit drei konkurrierenden Rassen: Terran, Zerg und Protoss. Als Random Spieler überlässt man dem Zufall die Auswahl der Rasse, anstatt sich bewusst auf eine zu spezialisieren.

³⁵¹ Liquipedia, „Winter“, *Liquipedia StarCraft II*, 23. 01. 2020, [https://liquipedia.net/starcraft2/Winter_\(American_player\)](https://liquipedia.net/starcraft2/Winter_(American_player)), 02. 02. 2020.

³⁵² Die Grandmaster Liga ist die höchste Liga von StarCraft 2 und umfasst die 200 besten Spieler einer Region.

³⁵³ Smurf Accounts werden zur Unterhaltung eingesetzt; der Spielstil wird den Wünschen der Chatteilnehmer auf niedrigem Niveau untergeordnet. Smurf Accounts haben keinen kompetitiven Anspruch.

³⁵⁴ Die Bronze Liga ist die niedrigste Liga in StarCraft 2; in ihr spielen zumeist Neueinsteiger oder noch sehr unerfahrene Spieler.



Abbildung 42: strawpoll.me WinterSC – spielt SC2 mit den Füßen (Screenshot).³⁵⁵

Auch andere Streamer wie Shadybunny oder Kripparian lassen ihr Publikum über den weiteren Verlauf der Sitzung via Poll Verfahren entscheiden.



Abbildung 43: Entscheidung: strawpoll.me Shadybunny. Zuseher entscheiden zwischen den Klassen: Warrior, Shaman und Warlock (Screenshot).³⁵⁶

³⁵⁵ Amazon.com, Inc., „wintergaming. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/wintergaming/videos?filter=archives&sort=time>, 26. 10. 2017.

³⁵⁶ Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shadybunny>, 25. 11. 2018.



Abbildung 44: Entscheidung: strawpoll.me Shadybunny – Zuseher entscheiden sich für die Klasse: Warrior (Screenshot).³⁵⁷

8.10.7 Chat Arena Draft

Hearthstone-Streamer nutzen Polls, um im „Arena“-Modus des Spiels den gesamten dreißig Karten „Draft“ (Selektionsprozess) den Rezipienten zu überlassen. Dabei werden oft bewusst schlechte Karten gewählt, um den Schwierigkeitsgrad für die Streamer und den Unterhaltungswert für die Zuschauer zu erhöhen. Jede dieser, im Kollektiv getroffenen, dreißig Entscheidungen nimmt direkten Einfluss auf die folgenden Stunden der Sitzung. Die Rezipienten drücken dabei zu Hause auf eine der drei angebotenen Karten im Interface und beeinflussen dadurch prozentuell den Entscheidungsprozess. “Polls are often used to decide what the streamer will do at critical points in a game. Polls are also used to make important community decisions.”³⁵⁸ “Octavian Morosan, better known by his online username ‘Kripparrian’ is widely regarded as one of the best Arena players in *Hearthstone*. While he doesn't focus on constructed play, he has shown a strong grasp of constructed during The 2013 BlizzCon Innkeeper's Invitational (...). He posts daily videos on his YouTube Channel and has one of the most popular streams on Twitch.tv.”³⁵⁹

³⁵⁷ Ebd.

³⁵⁸ Hamilton et al., „Streaming on Twitch“, S. 1319.

³⁵⁹ Liquipedia, „Kripparrian“, *Liquipedia StarCraft II*, 20. 05. 2019, <https://liquipedia.net/hearthstone/Kripparrian>, 02. 02. 2020.



Abbildung 45: Entscheidung: Chat Arena Draft, Kripparian (Screenshot).³⁶⁰

nl_Kripparian ist sowohl Partner von *Twitch.tv* als auch von Blizzards *Hearthstone* Segment.

8.10.8 Sub Calls

„Sub Calls“, oder digitale Telefonate mit Abonnenten, offerieren eine unmittelbare Gesprächssituation zwischen Zuschauer und Streamer. Mithilfe der Unterstützung eines ausgewählten Moderators tritt beispielsweise der VaSt Lirik über eine computergestützte Telefonverbindung (Bsp.: *Skype*, *Discord*³⁶¹) in direkten Kontakt mit seinen Subscribern. Die Anrufliste wird im Hintergrund gereiht und minutiös abgearbeitet. Um den Einstieg in den Dialog zu vereinfachen, wird ein allgemeines Thema vorgegeben, das aber nicht zwangsläufig den gesamten Gesprächsinhalt bestimmt (Bsp.: „Welches Spiel hat Lirik gespielt als du ihm das erste Mal zugesehen hast?“). Digitale verbale Gespräche mit den Rezipienten gehören nicht zum Standard Repertoire der täglichen Streaming-Routine auf *Twitch.tv*, weder bei der Gruppe der VaSt noch bei der der CoBr. Das digitale Gespräch im Zuge der Sitzung ist ein Beweis für die Liveness des Kanals. Wie bei der Spielshow *HUGO* des linearen Fernsehens,

³⁶⁰ „TSM Kripp Arena /w Chat !twitchprime (•_•❄️)(•_•❄️)“, R.: nl_Kripp, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/269528982>, 05. 06. 2018.

³⁶¹ *Discord* (App), Design: Discord inc., Discord inc. 2015.

treten die Zuschauer in direkten Kontakt mit dem Moderator. Dabei gibt es eine themengebende Basis des Gesprächsinhalts mit Option auf persönliche Ausschweifungen. Streamer verstärken damit die Bindung zu ihren Rezipienten.

8.10.9 Merchandise & Brands

Neben den im Interface platzierten Werbebannern von Sponsoren (Product-Placement), werden Websites genutzt, um persönliches Merchandise Material zu verkaufen. Ein Beispiel einer solchen Seite ist *designbyhuman.com*. Durch die gesteigerte Frequenz der Aufrufe der Internetadresse profitieren deren Betreiber von der Kooperation mit den Streamern. Das Zugehörigkeitsgefühl der Käufer geht durch das öffentliche „Zur-Schau-Stellen“ der Marke über den Rahmen des Digitalen hinaus und nimmt direkten Einfluss auf deren Wirklichkeit. Der Rezipienten negiert durch den Erwerb und das Tragen von Merchandise-Produkten die Prämisse des Limits der Anteilnahme im Digitalen. Streamer nutzen dafür diverse Methoden, um ihre Popularität und ihren Profit als Marke zu steigern. Ein ungewöhnliches Beispiel der Selbstvermarktung zeigte der Streamer AmazHS, indem er während einer Sitzung ein T-Shirt trug auf dem sein eigenes Gesicht abgedruckt war. Dieses T-Shirt konnte über die Internetseite *designbyhuman.com*³⁶² erworben werden.

³⁶² Design by Humans, *Design by Humans*, <https://www.designbyhumans.com/>, 04. 02. 2020.



Abbildung 46: AmazHS trägt AmazHS T-Shirt in der Sitzung (Screenshot).³⁶³

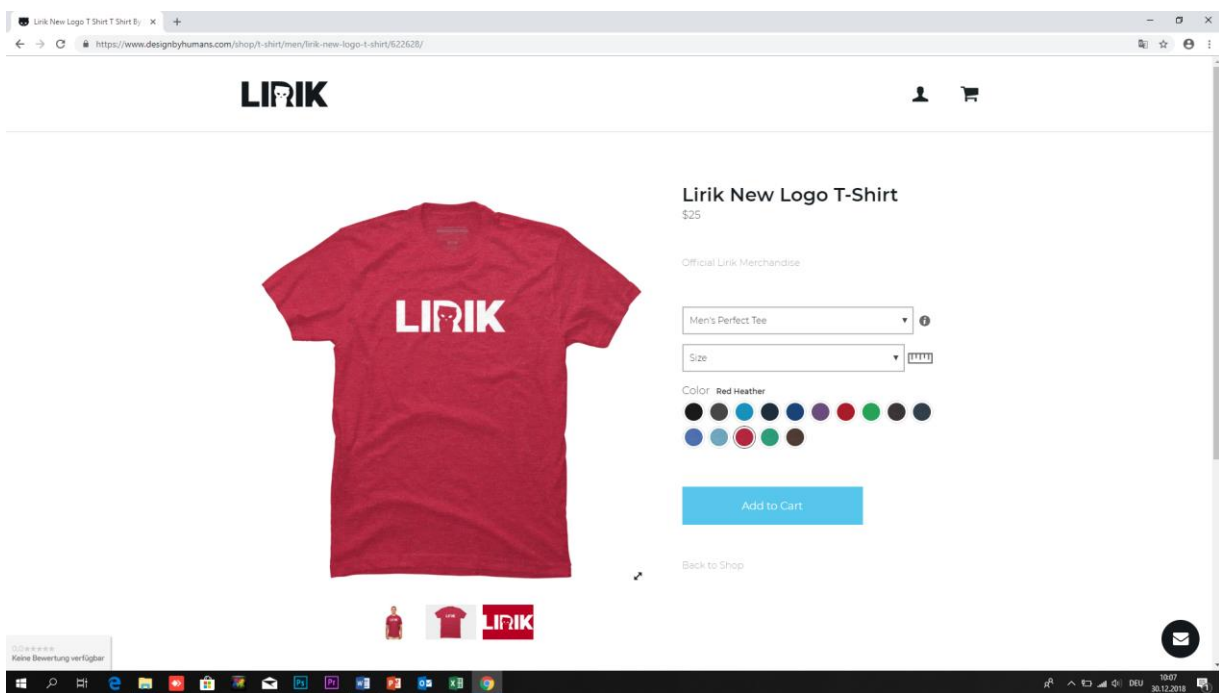


Abbildung 47: Lirik T-Shirt (Screenshot).³⁶⁴

³⁶³ Amazon.com, Inc., „AmazHS. Videos“, 24. 05. 2016.

³⁶⁴ Design by Humans, „Lirik New Logo T-Shirt“, *Design by Humans*, o. A., <https://www.designbyhumans.com/shop/t-shirt/men/lirik-new-logo-t-shirt/622628/>, 04. 02. 2020.

8.10.10 Immersion

Evan 'Winter' Ballnik setzt verschiedene Programme zur Aufwertung der Streamerfahrung ein. Eines davon informiert die Rezipienten über Herzfrequenz und Blickrichtung des Streamers. An Winters Beispiel können die Rezipienten durch den violetten Kreis (Eyetracker) genau sehen worauf sein Interesse gerichtet ist und durch den Heartbeat-Tracker seine Herzfrequenz (83) verfolgen. Ziel ist es, eine durch die Zusatztechniken abstrakte Form der Immersion zwischen Streamer und Rezipienten zu erzeugen, die sich aus biologischen Parametern ergibt. Anspannung und Erregung werden sichtbar dargestellt und somit für die Rezipienten nachvollziehbar. Aufregung ist ein technisch messbarer Wert, der durch das Programm für die Zuschauer sichtbar wird.



Abbildung 48: Immersion: Eyetracker und Heartrate Application – Rotes Herz und violetter Ring (Screenshot).³⁶⁵

Der Titel der Sitzung wurde den neuen Funktionen angepasst.

“●HeartRate + Eye Tracking Full immersion sc2 LUL ✱New players !startsc2 !guides ✱!terran !zerg !protoss Starcraft !free StarCraft II”³⁶⁶

³⁶⁵ „●HeartRate + Eye Tracking Full immersion sc2 LUL ✱New players !startsc2 !guides ✱!terran !zerg !protoss Starcraft !free StarCraft II“, R.: wintergaming, twitch.tv, 2018, <https://www.Twitch.tv/wintergaming/videos?filter=archives&sort=time>, 18. 05. 2018.

Der Eyetracker dient, neben seiner immersiven Wirkung, als Lernhilfe im Genre der Shooter-Spiele. Die Zuschauer können sich an der Blickausrichtung orientieren und davon lernen. Die Implementierung von physischen Werten in den Stream ist ein reines Zusatzangebot und dient vordergründig der Unterhaltung und dem Dialog mit den Chatpartizipanten.

8.10.11 Das Twitch-Plays Segment

Die „Twitch-Plays“-Kategorie nimmt eine Sonderstellung auf *Twitch.tv* ein. In den Kanälen dieses Segments wird auf die Streamer als omnipotente Instanzen verzichtet und die Chatteilnehmer übernehmen – autark – die Kontrolle über den gesamten Verlauf des Spiels und der Produktion. Sämtliche Entscheidungen werden im IRC mittels Voting-Verfahren und Tastenkürzel getroffen. Interaktion findet nur noch zwischen den Rezipienten und dem Spiel statt.

“The ‘Twitch Plays’ category embodies the extreme end of that spectrum, turning the input for a game into a vote. Games designed to be played by single players are turned into a social experience by letting a large amount of people cooperate (or compete) in providing the game input.”³⁶⁷

Das „soziale Projekt“ der „Twitch-Plays“-Kategorie gibt es seit dem Jahr 2014. Gestartet wurde es mit dem Spiel Pokémon, das bis heute einen Großteil der Community ausmacht. Was als Experiment begann, hat sich auf der Plattform etablieren können. Es gibt regelmäßig Events innerhalb der Gemeinschaft. Durch die Löschung der Streamer aus dem Programmfluss geht ein wesentlicher Faktor der Unterhaltung und Information verloren, was dem Wesen des GLS und dessen Ursprung widerspricht. Das Segment macht daher nur einen kleinen Anteil des Gesamtangebots der Plattform aus. Um einen Eindruck für die Vielfalt des Spektrums der Partizipation zu bekommen, ist das „Twitch-Plays“-Segment als „extremes Ende“ der Interaktion innerhalb der Netzgemeinschaften auf *Twitch.tv* anzuführen. Der Fortschritt des Spielverlaufs stützt sich auf die Aktivität der Rezipienten, die zu einem prozentuellen Anteil auch Spieler sind; bleibt diese aus ist das Spiel beendet.

³⁶⁶ Ebd.

³⁶⁷ Vosmeer et al., „Changing roles in gaming: twitch and new gaming audiences“, 01. 02. 2020.

9 Fazit

Die Medienlandschaft ist im Wandel. Neue Technologien und Anwendungsmöglichkeiten bieten neuen Programmen, Plattformen und Anbietern einen Rahmen, sich vorzustellen und das Anrecht, sich im aktuellen Mediendiskurs zu behaupten. Die Relevanz dieser ergibt sich aus der kommerziellen Nutzung, der Reichweite und aus den Zugriffsmöglichkeiten. Fakt ist, dass neue digitale Massenmedien die traditionellen fordern, sich technisch zu entwickeln. *Twitch.tv* kann als Weiterentwicklung des traditionellen, linearen Fernsehens betrachtet werden, das im 21. Jahrhundert große Herausforderungen zu bewältigen hat und weiter haben wird.

Wie von Dr. Christoph Kuhlmann festgestellt wurde, hat sich die Rolle des klassischen Fernsehens seit dem Vormarsch des Digitalen verändert. Der Wandel vom „Altar des Wohnzimmers“ zum „Nebenbei-Medium“ bzw. zum „Berieselungsapparat“ kann als Konsequenz des Generationswechsels und dem aktualisierten Mediennutzungsverhalten der jungen User verstanden werden. Die starren Strukturen des linearen Fernsehens werden dem Trend der digitalen Selbstbestimmung nicht gerecht. Weiter werden die vom Autor gestellten Forschungsfragen wie folgt beantwortet.

Forschungsfrage 1: Welche Schnittstellen weist der Gaming Livestream mit seinem Vorbild/Vorgänger dem linearen Fernsehen auf, und welchen wechselseitigen Einfluss nehmen sie aufeinander?

Es wurde festgestellt, dass das digitale Fernsehen auf *Twitch.tv* signifikante Schnittstellen mit dem traditionellen Fernsehen aufweist. Als Hybride von Tradition und Innovation, bedient sich die Plattform historischer Errungenschaften der Pioniere des traditionellen Fernsehens und entwickelt diese weiter. Beispiele sind unter anderem die Programm-Gestaltung und -Platzierung. Dabei werden Produktion, Weltuhrzeit und die geografische Wunschzielgruppe berücksichtigt.

Der GLS bringt zudem die Liveness zurück ins tägliche Programmangebot – das Fernsehen hat sich indes davon entfernt. Die Produktion ist roh, ungeschönt und direkt. Im Unterschied zu *YouTube*, wird auf *Twitch.tv* long-term-duration-content produziert. Die übertragenen Sitzungen der Broadcaster sind üblicherweise für mehrere Stunden live anzusehen.

Die gleichzeitige Betrachtung eines Programms schafft ein soziales Element für die Rezipienten als homogenes und digitales Kollektiv. Eine definierbare Gemeinschaft, die nicht – oder zumindest nicht zwingend – an eine bestimmte Örtlichkeit gebunden ist, sich aber den zeitlichen Bedingungen der Streamer fügen muss. Übertragen ins Digitale, werden solche Gruppierungen Netzgemeinschaften genannte. Die Chat-Communitys des GLS sind eine Unterkategorie solcher Netzgemeinschaften.

Tägliche Routinen, Planbarkeit und serielle Produktion sind unerlässlich für die Ausbildung solcher Gemeinschaften.

Dominik Maeder stellt in seiner Arbeit „Kohärenz, Permutation, Redundanz: Zur seriellen Ökonomie des Let's Plays“ fest, dass Streamer auf *Twitch.tv* das Vorbild der seriellen Produktion digitalisieren. Die Sitzungen dienen, wie die TV-Serien, dazu, durch Konstanz Nähe zwischen Medium und Rezipient zu erzeugen. Die Zyklizität vereinfacht dabei den Umgang und Kontakt. Serien und Folgen sind ideale Programmtypen zur Ausbildung eines Stammpublikums wie von Christine Mielke im Text „Zyklisch serielle Narration: erzähltes Erzählen von 1001 Nacht bis zur TV-Serie“, festgestellt wird.

Die serielle Produktion ist neben der Liveness eine der vordergründigen Schnittstellen von *Twitch.tv* und dem klassischen Fernsehen. Historisch gesehen haben Serien die Sehkultur und Gewohnheiten der Rezipienten stark verändert. Der offene narrative Rahmen und die Trivialität der Wiederholungen werden von den Zuschauern nicht gefürchtet, sondern vorausgesetzt. Die Form der Vorhersehbarkeit von Ereignissen in Serien erzeugt bei den Betrachtern ein Gefühl der Beständigkeit und Kontrolle. Als Vorbild ist hier das Format der Daily Soaps und Sitcoms anzuführen. Der Fernsehforscher Knut Hickethier beschreibt den Akt, der zwischen Zuschauer und Akteur stattfindet, als Prozess der Emotionalisierung. Dieser ist auf den GLS übertragbar.

Eine weitere Schnittstelle des linearen Fernsehens mit dem GLS ist die Erweiterung des Programm-Angebots – in der Fernsehgeschichte bekannt als Dualisierung. Das duale System hatte auf die Programmentwicklung des traditionellen Fernsehens enorme Auswirkung. Die Öffnung des Marktes für private Anbieter sorgte für eine Versparung und Vervielfältigung des Angebots. Ähnlich verhielt es sich auf *Twitch.tv* durch den Erfolg privater Streamer (UGC) neben dem des professionell generated Content (PGC). Private Kanäle sind Sendestationen mit täglichem Ausstrahlungsrhythmus. Die Entwicklung hierarchischer Strukturen wie man sie aus dem linearen Fernsehen kennt ging mit der wachsenden Reichweite des GLS einher.

Streamer, Moderatoren, Abonnenten und Rezipienten, also jeder Teilnehmer am Programm, verfügt über ein differenziertes Machtpotential im Kanal. Die Gruppe der Streamer, an der Spitze der Hierarchiepyramide, nimmt in Wechselwirkung mit dem Spiel und den Rezipienten eine spannende mediale Funktion ein.

Das Spiel wurde zum theatralen Stück des Spielers für ein unsichtbares Publikum. Der Spieler, gelöst vom historischen Stigma der sozialen Isolation, wurde zum Haupt- und Neben-Darsteller eines virtuellen Werks. Der Rahmen des Stücks und die narrativen Grenzen werden vom Regelwerk des Spiels vorgegeben. Daraus ergeben sich für die Streamer mehrere simultan zu bespielende Bühnen. Die Kanäle auf *Twitch.tv* sind interaktiv und laden das Publikum zur Teilnahme an diesem digitalen Theater ein. Als remediatisierte Form des Medienkonsums wird das Partizipationsmodell der Plattform durch die interaktiven Prozesse deutlich. Das traditionelle Fernsehen kann auch für dieses Beispiel als Vorbild herangezogen werden. Formate wie „Hugo“, boten im linearen Fernsehen ein partizipatives Modell an, das Zuschauer, Spiel und Moderatoren in einen Aktionskontext zueinander setzte. Die Streamer nehmen dabei eine remediatisierte Form der Moderatoren des linearen Fernsehens ein. Die Schnittstellen der digitalen Moderatoren im GLS und den Fernsehmoderatoren des traditionellen Fernsehens werden, genau wie ihre Bedeutung im medialen Gefüge, auf Grundlage der zweiten Forschungsfrage erörtert.

Forschungsfrage 2: Welche mediale Rolle erfüllen die Streamer des Gaming Livestreams durch den von ihnen produzierten und übertragenen Inhalt, und welches Verhältnis zu ihren Rezipienten ergibt sich daraus?

Vera Marie Rodewald stellt in ihrem Text „Die Lust am Vorspielen. Zur zentralen Inszenierung des Computerspielens“ die veränderten Rezeptionsgewohnheiten durch den Wandel des Computerspiels vor. Der interaktive Charakter wird um eine soziale Ebene erweitert, die bislang fehlte.

Die selbstdarstellenden Streamer des GLS beeinflussen, wie die Moderatoren des klassischen Fernsehens, bereits durch ihre bloße Anwesenheit die Wirkung der Produktion. *Twitch.tv* hat mit der Gruppe der „Fulltime-Streamer“ ein neues Berufsfeld etabliert. Diese sind Programmdirektoren, Experten, Moderatoren, Kommentatoren, Freunde und Begleiter, Selbstdarsteller und Alleinunterhalter zugleich.

Es wurde festgestellt, dass die Streamer des GLS Anleitung für Produktion und Darstellung im Fernsehen finden. Bis zu einem gewissen Grad sind die digitalen Selbstdarsteller soziale Schnittstelle, weiter medial vermittelnde Akteure. Sie sind, wie Donald Horton und Richard Wohl in ihrem Text „Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance“ feststellen, keine Stars oder Prominente des alltäglichen öffentlichen Lebens. Ihr Einfluss und ihre Präsenz bleiben, bis auf wenige Ausnahmen, auf den Rahmen der Plattform beschränkt. Die Funktion der Streamer des GLS, ist, wie die von Horton und Wohl beschriebenen „Personae“, ein Bestandteil des Mediums selbst, in welchem sie auftreten oder welches sie hervorbringt. Sie spielen keine fiktive Rolle, ihr Charakter ist real und authentisch. Im linearen Fernsehen wird in diesem Zusammenhang zwischen „staging“ und „acting“ unterschieden. Wie Quizmaster, Showmaster, Moderatoren oder Kommentatoren agieren die Streamer des GLS als Teil des Programms, verstellen sich dabei nicht, lernen keinen Text und handeln zuschauerorientiert, intuitiv und spontan. Sie bleiben während des gesamten Produktionsprozesses als Person identifizierbar. Daraus ergibt sich eine Ebene der Vertrautheit zwischen Streamer und Rezipienten. Wie die Moderation im klassischen Fernsehen, ist auch der Auftritt der Persona im GLS berechenbar und folgt einer zeitlichen Konstanz. Überraschungen gehören zur Ausnahme, nicht zur Regel, wie Lothar Mikos in seinem Text „Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung“ feststellt.

Der britische Kulturtheoretiker Raymond Williams unterscheidet in seinem Werk „Television: technology and cultural form“ zwischen zwei Arten von Moderationsstilen: dem des „play-by-play-Analysts“, der sich mit Expertenwissen und Voraussicht seines Gegenstands annimmt und dem des „color-commentators“, der durch Emotion und Unterhaltung das Publikum ans Programm bindet. Im traditionellen Fernsehen werden die Stile bevorzugt in Kombination eingesetzt. Im Gaming Livestream auf *Twitch.tv* verhält es sich ähnlich. Es haben sich zwei Stiltypen bzw. Grundformen im UGC-Segment der Plattform entwickelt. Dabei wird zwischen Content Broadcastern (CoBr) und Variety Streamern (VaSt) unterschieden. Die Gruppe der Content Broadcaster spezialisiert sich auf ein Spiel und erlangt darin Expertenstatus; die der Variety Streamer unterhält mit inhaltlicher Diversität. CoBr sind der ständigen Gefahr ausgesetzt, das Spiel im Spiel zu verlieren, denn sobald dem Spiel ein kompetitives Element beigelegt wird, wird das Spiel zum Ernst. VaSt sind aufgrund des hohen Aktualitätsanspruchs ihrer Sitzungen von den Veröffentlichungen der Spieleentwickler

abhängig. Für beide Gruppen spielt, genau wie für Moderatoren des klassischen Fernsehens, die Aktualität des Inhalts des Programms eine grundlegende Rolle, um als Produzent und Übertragungskanal konkurrenzfähig zu bleiben.

Die Streamer werden zu Testimonials der Entwickler und gehen Kooperationen ein, von denen beide Seiten gleichermaßen profitieren. So wie die österreichische Abfahrtslegende Hermann Meier für die Raiffeisen Bank wirbt, werben Streamer für neue Expansions, Websites, Computerzubehör oder noch unveröffentlichte Spiele. Die Darstellung von exklusiven Inhalten ist im GLS, wie in der gesamten Medienlandschaft, ein Indikator hoher Reichweite. Die Ansichten und das Urteil zuschauerstarker Streamer können erheblichen Einfluss auf die Meinung der Rezipienten nehmen.

Forschungsfrage 3: Welche Partizipationsfunktionen bietet der Gaming Livestream an, und wie beeinflussen diese das Nutzungsverhalten der Rezipienten?

Es wurde festgestellt, dass sich die technische und soziale Einbettung von Interaktivität und Partizipation auf digitalen sozialen Plattformen unterscheiden.

Twitch.tv ist durch den Rückkanal der Zuschauer zu den Streamern ein partizipatives Massenmedium, in dem sich Inhalt und Verlauf durch multiple technische Angebote in Echtzeit und von außen beeinflussen lassen. Ausschlaggebend dafür ist die Live-Übertragung der Sitzungen. Die Partizipation erzeugt Zuschauerbindung und dient der Ausbildung von Identifikationsprozessen der Rezipienten mit den Broadcastern. Streamer werden zu virtuellen Bekanntschaften, weiter zu regelmäßigen Interaktions-, und Gesprächspartnern und gegebenenfalls zu digitalen Freunden. Als eine von Horton und Wohl beschriebene Möglichkeit von Persona werden emotionale Prozesse während des Medienkonsums mit den Rezipienten möglich. Die geläufige Kommunikationsvariante des GLS ist dabei eine Mischform aus Text und Video. Im Unterschied zur Text-zu-Text oder Bild-zu-Bild Kommunikation findet das Gespräch auf *Twitch.tv* als Text-zu-Bild Interaktion statt.

Zuschauer machen auf semantischer Ebene auf sich aufmerksam, die Streamer reagieren verbal darauf und richten ihren Blick und ihre Aufmerksamkeit auf das technische Gegenüber, die Webcam. Mit dem Bruch, der aus Film und Fernsehen bekannten so genannten „vierten Wand“, fühlen sich die Zuschauer direkt angesprochen. Die verbal vorgetragenen Antworten der Streamer werden scheinbar direkt an die Rezipienten adressiert. Die aktive Kommunikation innerhalb der Kanäle hat

zudem einen Sprachgebrauch und Vokabular hervorgebracht, das die Dynamik der Plattform widerspiegelt. Sprache ist ein Produkt der Kultur, die sie hervorbringt und umgekehrt. Streamer und Rezipienten haben einen Sprachdiskurs hervorgebracht, der kaum über den Rahmen der Plattform verstanden wird. Aufgrund der primären Kommunikation auf Text- und Bildebene wird die Anwendung von Emotes verbalisiert und umgekehrt Sprache in Emote-Form verbildlicht. Vokabular und Anwendungsmöglichkeiten der Kommunikation auf *Twitch.tv* entsprechen einer Sprache für Experten.

Die Option direkter Kommunikation zählt zu den Schwerpunkten der partizipativen Eigenschaften der Plattform. Es wurde festgestellt, dass bereits die Programm-Pioniere des traditionellen Fernsehens diverse Versuche unternahmen um die, der Gewohnheit geschuldeten, passiven Rezipienten aktiv am Programm zu beteiligen.

Vor den, bis heute zum Einsatz kommenden Call-In-Sendungen, wurden teils kuriose Versuche der Zuschauer-Aktivierung unternommen, deren Schlichtheit den rudimentären technischen Möglichkeiten geschuldet ist.

Ob mittels Lichtschalter oder Toilettenspülung, die Zuschauer des linearen Fernsehens mussten physisch aktiv werden, um den Programmfluss bzw. den Ausgang eines Abstimmungsverfahrens zu beeinflussen. Die Idee, dass ein aktives Publikum einen intensiveren Fernsehkonsum erlebt, wird auf *Twitch.tv* weitergedacht. Ergänzt man die rohe Aktivierung der Zuschauer um eine soziale Komponente, wird die Bindung ans Programm signifikant verstärkt. Das sich daraus ergebende Verhältnis zwischen Betrachter und Programm wird von Donald Horton und Richard Wohl als parasoziale Beziehung beschrieben.

Die Zuschauer erleben die eigentlich einseitige, asymmetrische Interaktion als wechselseitig. Horton und Wohl begründeten ihre Theorie am Modell des traditionellen Fernsehens und Radios und den darin auftretenden Moderatoren von Quiz- und Showformaten. Die Sehgewohnheiten der Rezipienten haben sich seit dem „goldenen Zeitalter“ des Fernsehens stark beschleunigt und gelöst von historischen Zwängen der Örtlichkeit und Immobilität. Dennoch operieren beide auf derselben Ebene der sozialen Ansprache und Bindung. Die Möglichkeiten des GLS haben sich durch die Intelligenz der Technik verbessert.

Das Präfix „para-“ verweist auf semiotischer Ebene bereits auf das Nebeneinander der Beziehung, das Indirekte und Getrennte. Die Negation fiktiver Rollenbilder und der regelmäßige und zuverlässige Kontakt dienen der Simulation realer sozialer

zwischenmenschlicher Interaktion. Appellative Ansprachen der Streamer werden direkt in die Kamera kommuniziert, um so anzudeuten, den Personen vor dem Fernsehgerät, Computer oder Mobiltelefon zu antworten. Ob Webcam oder TV-Kamera – die Vermittlungsapparaturen erfüllen seit jeher dieselbe Funktion als technisches Gegenüber der Moderatoren. Sie stehen stellvertretend für alle von außen Teilnehmenden des Programms.

Wie von Fernsehforscher Knut Hickethier festgestellt wird, blieben die Ansprachen des linearen Fernsehens häufig unpersönlich und allgemein. Im GLS kann relativ einfach auf individuelle Bedürfnisse und Fragen der Rezipienten reagiert werden.

Die vom GLS hervorgebrachten parasozialen Beziehungen sind den realen näher, als die des klassischen Fernsehens. Insbesondere die zuschauerschwächeren Kanäle lassen starke Bindungsmöglichkeiten zwischen Streamer und Rezipienten zu. Wird die Masse an Nachrichten im Chat auf ein paar Wenige reduziert, wird die Intensität und direkte Kommunikation um Umkehrschluss erhöht. Die persönliche Ebene zwischen Streamer und Rezipient dementsprechend gesteigert.

Weiter wurde festgestellt, dass sich die Anwendungen und Gestaltungsmöglichkeiten der Partizipation auf *Twitch.tv* laufend weiterentwickeln. Neben dem Standard-Angebot der Plattform erfinden die CoBr und VaSt individuelle Mechanismen, um den Zuschauerkontakt zu intensivieren. Dabei ist der Kreativität höchstens ein technisches Limit gesetzt. Thementage, Give-Aways, Abstimmungsverfahren, digital vermittelte Telefonate, „Stars“ on Stream oder Coaching-Sessions sind Beispiele der Zuschauer-Streamer-Interaktion auf *Twitch.tv*.

Als extremes Ende des Interaktionsniveaus digitaler Netzgemeinschaften auf *Twitch.tv* ist die Twitch-Plays-Kategorie anzuführen. In dieser wird auf die Funktion und Präsenz der Streamer als hierarchische Oberhäupter verzichtet.

Die Wahl des Spiels und sämtliche darin getroffenen Entscheidungen werden vom Rezipienten-Kollektiv getroffen. Die Gemeinschaft unterliegt keiner Hierarchiepyramide, keinen Kontrollorganen oder Supervisoren. Das 2014 gestartete soziale Experiment ist ein fester Bestandteil der Plattform.

Twitch.tv ist mehr als ein Übertragungsapparat gespielter Inhalte. CoBr und VaSt verantworten die Produktionsabläufe und die Gemeinschaft, die sie umgibt. Das Vorbild des traditionellen Fernsehens findet, zumindest an den relevanten Schnittstellen mit dem GLS, seinen vorläufigen technischen und interaktiven Höhepunkt.

10 Anhang

10.1 Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AD	Advertisement
BR	Battle Royale
bspw.	Beispielsweise
CoBr	Content Broadcaster
coL	Complexity Gaming
CS:GO	Counter Strike: Global Offensive
C9	Cloud 9, E-Sport-Organisation
DLC	Download Content
ebd.	Ebenda
ESL	Electronic Sports League
etc.	et cetera
EU	Europa
F2P	Free to Play
GLS	Gaming Livestream
GM	Grandmaster
HBO	Home Box Office, Fernsehprogrammanbieter
IEM	Intel Extreme Masters
IRC	Internet Relay Chat
LoL	League of Legends
Meta	Metagame
MLG	Major League Gaming
MOBA	Massive Online Battle Arena
Mods	Moderatoren
OBS	Open Broadcaster Software
PGC	Professional Generated Content
PUBG	PlayerUnknown's Battlegrounds

RTS	Real Time Strategy
SC2	Starcraft 2
SLS	Social Livestream Service
SNS	Social Network Service
Subs	Subscriber
UGC	User Generated Content
URL	Uniform Resource Locator
US	United States
usw.	und so weiter
u.v.m.	und viele mehr
VaSt	Variety Streamer
Vgl.	vergleiche
VOD	Video On Demand
WCS	World Championship Series
WoW	World of Warcraft

10.2 Literaturverzeichnis

- Adam, Marc A., „Internet-TV – das Fernsehen der Zukunft“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns/Veit Siegenheim/Insa Sjurts, Wiesbaden: Gabler 2008, S. 67–79.
- Bolter, Jay D./Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, Mass. [u.a.]: MIT Press 2001.
- Bourdon, Jérôme, „Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise“, *Media Culture & Society* 22/5, 2000, S. 531–56.
- Brandt, Boris, „Programmdirektor dringend gesucht“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns/Veit Siegenheim/Insa Sjurts, Wiesbaden: Gabler 2008, S. 125–32.
- Brauner, Detlef J./Robert Raible-Besten/Martin M. Weigert, *Multimedia-Lexikon*, München/Wien: Oldenbourg 1998.
- Cesar, Pablo/David Geerts, „Past, Present, and Future of Social TV: A Categorization“, *IEEE Consumer Communications and Networking Conference*, Las Vegas: IEEE 2011, S. 347–51.
- Cheung, Gifford/Jeff Huang, „Starcraft from the Stands: Understanding the Game Spectator“, *CHI'11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery 2011, S. 763–72.
- Couldry, Nick, „Liveness, ‘Reality’, and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone“, *The Communication Review* 7/4, 2004, S. 353–61.
- de Cervantes, Miguel S., *Der sinnreiche Junker Don Quijote von der Mancha*, München: dtv 2008 (Orig.: ebd., Segunda parte del ingenioso caballero don Quixote de la Mancha, 1605).
- Döring, Nicola, „Sozialpsychologische Chat-Forschung: Methoden, Theorien, Befunde“, *Chat-Kommunikation: Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation; Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*, hg. v. Michael Beißwenger, Stuttgart: Ibidem 2001, S. 141–86.

Fiske, John, *Television culture*, London [u.a.]: Routledge ²2011.

Gotto, Lisa/Simonis, Annette, „Medienkomparatistik – Aktualität und Aufgaben eines interdisziplinären Forschungsfelds“, *Medienkomparatistik: Beiträge zur Vergleichenden Medienwissenschaft* 1/1, 2019, S. 7–20.

Hallenberger, Gerd, „‘Neue Sendeformen’. Thesen zur Entwicklung des Programmangebots im deutschen Fernsehen“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 4/2, 1995, S. 5–20.

Hamilton, William A./Oliver Garretson/Andruid Kerne, „Streaming on Twitch. Fostering participatory communities of play within live mixed media“, *CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery 2014, S. 1315–24.

Hansen, Brad, *The Dictionary of Multimedia: Terms & Acronyms*, Chicago: Fitzroy Dearborn 1997.

Hartmann, Tilo „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“, *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*, hg. v. Matthias Potthoff, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016, S. 75–84.

Hickethier, Knut, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, Lüneburg: Kultur, Medien, Kommunikation 1991.

Hickethier, Knut, *Film- und Fernsehanalyse*, Stuttgart [u.a.]: Metzler ⁵2012.

Hippel, Klemens, „Personae. Zu einer texttheoretischen Interpretation eines vernachlässigten Konzepts“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 53–66.

Horton, Donald/Richard Wohl, „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“, *Psychiatry* 19/3, 1956, S. 215–29.

Huizinga, Johan, *Homo ludens: vom Ursprung der Kultur im Spiel*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt ^{123.-125. Tsd. Ed.}1997.

Jones, Steve, *Encyclopedia of New Media: an Essential Reference to Communication and Technology*, California: SAGE 2003.

- Karstens, Eric/Jörg Schütte, *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften ²2010.
- Katz, Helen, *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying*, Mahwah, NJ [u.a.]: Erlbaum ³2007.
- Kaytoue, Mehdi/Arlei Silva/Löic Cerf/Wagner Meira Jr./Chedy Raïssi, „Watch me playing, I am a professional: a first study on video game live streaming“, *WWW '12 Companion: Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web*, New York: Association for Computing Machinery 2012, S. 1181–8.
- Kirschner, Heiko/Paul Eisewicht, „Spielende und ihr Publikum – unterhaltungsorientierte Darstellung des Spielens auf Online-Videoplattformen“, *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017, S. 133–44.
- Krotz, Friedrich, „Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 73–90.
- Kuhlmann, Christoph, „Nebenbeimedium: Die künftige Rolle des Fernsehens?“, *Auslaufmodell Fernsehen?: Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, hg. v. Ralf Kaumanns/Veit Siegenheim/Insa Sjurts, Wiesbaden: Gabler 2008, S. 97–112.
- Maeder, Dominik, „Kohärenz, Permutation, Redundanz. Zur seriellen Ökonomie des Let's Plays“, *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017, S. 71–83.
- Matzenberger, Michael, *Die Zukunft der Computerspiele*, Marburg: Tectum 2008.
- Meckel, Miriam, „Programmstrukturen des Fernsehens“, *Medienwissenschaft: ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen: 3*, hg. v. Joachim-Felix Leonhard, Berlin: de Gruyter 2002, S. 2269–80.

- McLuhan, Marshall, *Understanding Media: the Extensions of Man*, London [u.a.]: Routledge Classics 2004.
- Mielke, Christine, *Zyklisch-serielle Narration: Erzähltes Erzählen von 1001 Nacht bis zur TV-Serie*, Berlin: de Gruyter 2006.
- Mikos, Lothar, „Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 97–106.
- Moormann, Manfred, „‘Wünsch dir was...’ Oder: IPTV – Programm nach Maß: aonTV“, *WebTV – Fernsehen auf neuen Wegen. Beiträge zu Bewegtbildern im Internet*, hg. v. Reinhard Scolik/Julia Wippersberg, Wien [u.a.]: Lit-Verl. 2009, S. 73–86.
- Morsch, Thomas „Serialität und metaleptische Erfolge“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 21/1, 2012, S. 151–74.
- Nascimento, Gustavo/Manoel Ribeiro/Lôic Cerf/Natália Cesario/Mehdi Kaytoue/Chedy Raïssi/Thiago Vasconcelos/Wagner Meira Jr., „Modeling and Analyzing the Video Game Live-Streaming Community“, *9th Latin American Web Congress*, Los Alamitos: IEEE 2014, S. 1–9.
- Pires, Karine/Gwendal Simon, „YouTube live and Twitch: a tour of user-generated live streaming systems“, *Proceedings of the 6th ACM Multimedia Systems Conference*, New York: Association for Computing Machinery 2015, S. 225–30.
- Postman, Neil, *Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl. ¹²1999 (Orig.: *Amusing ourselves to death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Methuen: Viking Penguin 1985; übers. aus dem Amerikanischen von Reinhard Kaiser).
- Prager, Gerhard, „Sechs anfechtbare Thesen zur Problematik der Fernsehserie“, *Das Fernsehspiel im ZDF* 2/4, 1974.
- Rauch, Daniel, „Homo Ludens TV. Eine empirische Analyse zur Mediennutzung und psychosozialen Disposition eines spielenden Publikums“, Mag.-Arb., Univ. Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften 2016.

- Reed, Robert M./Maxine Reed, *The Encyclopedia of Television, Cable, and Video*, New York: Van Nostrand Reinhold 1992.
- Riebensahm, Cora E., „Das Web-TV und seine Fan-Communities. Zur Geschichte, Theorie und Praxis des Internetfernsehens“, Dipl.-Arb., Univ. Wien 2011.
- Rodewald, Vera M., „Die Lust am Vorspielen. Zur theatralen Inszenierung des Computerspielens“, *Phänomen Let's Play-Video: Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*, hg. v. Judith Ackermann, Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 105–18.
- Schäfer, Karl-Hermann, *Kommunikation und Interaktion: Grundbegriffe einer Pädagogik des Pragmatismus*, Wiesbaden: Verl. für Sozialwissenschaften 2005.
- Schmitz, Holger, „Neue Identitäten durch interaktives Fernsehen und Computer? Stellungnahme zu dem Beitrag von Friedrich Krotz“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996, S. 91–6.
- Schöberl, Joachim, „Die Fernseh-Spielserie. Aspekte eines Genres fortgesetzter Unterhaltung“, *Film und Fernsehen: Materialien zur Theorie, Soziologie und Analyse der audiovisuellen Massenmedien*, hg. v. Manfred Brauneck, Bamberg: Buchner 1980, S. 416–41.
- Schwarz, Alexander, „Utopie und Realität interaktiven Fernsehens. Ein Bericht aus der Praxis“, *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 4/1, 1995, S. 143–60.
- Sjöblom, Max/Juho Hamari, „Why Do People Watch Others Play Video Games? An Empirical Study on the Motivations of Twitch Users“, *Computers in Human Behavior* 75, 2017, S. 985–96.
- Smith, Thomas/Marianna Obrist/Peter Wright, „Live-streaming changes the (video) game“, *Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video (EuroITV '13)*, New York: Association for Computing Machinery 2013, S. 131–8.
- Stauff, Markus, *Das neue Fernsehen: Machtanalyse, Gouvernamentalität und digitale Medien*, Münster: LIT 2005.

- Storrer, Angelika, „Sprachliche Besonderheiten getippter Gespräche: Sprecherwechsel und sprachliches Zeigen in der Chat-Kommunikation“, *Chat-Kommunikation: Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation; Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*, hg. v. Michael Beißwenger, Stuttgart: Ibidem 2001, S. 3–24.
- van Es, Karin, „Liveness redux: on media and their claim to be live“, *Media, Culture & Society* 39/8, 2017, S. 1245–56.
- von Renouard, Horst E., *Fachwörterbuch elektronische Medien und Dienste: deutsch-englisch; englisch-deutsch. Dictionary of electronic media and services*. Berlin [u.a.]: Springer ²2001.
- Weiner, Richard, *Webster's new world dictionary of media and communications*, New York: Macmillan 1990.
- White, Mimi „Television Liveness: History, Banality, Attractions“, *The Spectator* 20/1, 1999, S. 39–56.
- Wilke, Christoph, „Interaktivität auf Youtube“, Dipl.-Arb., Univ. Wien, Theater-, Film- und Medienwissenschaften 2013.
- Williams, Raymond, *Television: technology and cultural form*, London [u.a.]: Routledge 1990.
- Wulff, Hans J., „Charaktersynthese und Paraperson. Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion“, *Fernsehen als „Beziehungskiste“: parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, hg. v. Peter Vorderer, Opladen: Westdt. Verl. 1996b, S. 29–48.
- Wulff, Hans J., „Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion. Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie“, *Semiotische Berichte* 16/3-4, 1992, S. 279–95.
- Wulff, Hans J., „Parasozialität und Fernsehkommunikation“, *Medienpsychologie* 8/3, 1996a, S. 163–81.

Zhao, Qun/Chun-Der Chen/Ho-Wen Cheng/Jin-Long Wang, „Determinants of Live Streamers' Continuance Broadcasting Intentions on Twitch: A Self-determination Theory Perspective“, *Telematics and Informatics* 35/2, 2018, S. 406–20.

10.3 Internetquellen

„□□□ □□□□□“, R.: Lirik, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/277833006>, 06. 06. 2018.

„●HeartRate + Eye Tracking Full immersion sc2 LUL ✱New players !startsc2 !guides ✱!terran !zerg !protoss Starcraft !free StarCraft II“, R.: wintergaming, twitch.tv, 2018, <https://www.Twitch.tv/wintergaming/videos?filter=archives&sort=time>, 18. 05. 2018.

„18 Decks In A Single Card? That's Insane! - Boomsday Project Card Review Pt. 1“, R.: Thijs Hearthstone, youtube.com, 20. 07. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=XATidbdthkc>, 30. 01. 2020.

Amaz, „Stream-Chat“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/amaz/videos?filter=archives&sort=time>, 04. 12. 2018.

Amazon.com, Inc., „Abschließen von Abonnements“, twitch.tv, o. A., <https://twichtv.desk.com/customer/de/portal/articles/2812403-abschlie%C3%9Fen-von-abonnements>, 02. 02. 2020.

Amazon.com, Inc., „AmazHS. Videos“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/amaz/videos?filter=archives&sort=time>, 24. 05. 2016/25. 06. 2018/14. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., amazon, <https://www.amazon.com/>, 12. 01. 2020.

Amazon.com, Inc., „AsmodaiTV. Videos“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/asmodaitv/videos>, 17. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „avilo. Videos“, twitch.tv, o. A., <https://www.Twitch.tv/avilo/videos?filter=archives&sort=time>, 03. 04. 2016.

Amazon.com, Inc., „Cheere mit Bits, um deine Begeisterung zu zeigen und Streamer zu unterstützen!“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/bits>, 02. 02. 2020.

Amazon.com, Inc., „Dragon. Startseite“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/dragon>, 30. 12. 2018.

Amazon.com, Inc., „Durchsuchen“, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/directory>, 23. 03. 2018/20. 04. 2018/14. 08. 2018/23. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „Educated_Collins. Videos“, *twitch.tv*, o. A., https://www.twitch.tv/educated_collins/videos?filter=archives&sort=time, 01.12. 2018.

Amazon.com, Inc., „Entdecken. CohhCarnage“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 22. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „Entdecken. Giantwaffle“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 22. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „Entdecken. Ninja“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/>, 24. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „Guide to Cheering with Bits“, *help.twitch.tv*, o. A., https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-cheering-with-bits?language=en_US, 02. 02. 2020.

Amazon.com, Inc., „Hearthstone“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/directory/game/Hearthstone>, 23. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „itsHafu. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/itshafu/videos?filter=archives&sort=time>, 03. 07. 2018.

Amazon.com, Inc., „Kaizen_IV. Videos“, *twitch.tv*, o. A., https://www.twitch.tv/kaizen_iv/videos, 02. 07. 2018.

Amazon.com, Inc., „LIRIK. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/lirik/videos?filter=archives&sort=time>, 17. 04. 2016/11. 05. 2018.

Amazon.com, Inc., „P4wnyhof. Videos“, *twitch.tv*, 2018, <https://www.twitch.tv/p4wnyhof/videos>, 17. 10. 2018.

Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Startseite“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shadybunny>, 02. 04. 2015/25. 11. 2018/29. 12. 2018.

Amazon.com, Inc., „Shadybunny. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shadybunny>, 25. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., „shroud. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/shroud/videos?filter=archives&sort=time>, 01. 12. 2018.

Amazon.com, Inc., „Thijs. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.Twitch.tv/thijs/videos?filter=archives&sort=time>, 15. 11. 2018.

Amazon.com, Inc., *Twitch*, <https://www.twitch.tv/>, 12. 01. 2020.

Amazon.com, Inc., „wintergaming. Videos“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/wintergaming/videos?filter=archives&sort=time>, 26. 10. 2017/18. 05. 2018.

Apple Inc., *Apple (Österreich)*, <https://www.apple.com/at/>, 05. 02. 2020.

„asmongold promises to shave head for scourge expansion september 2018“, R.: skannerz22, *twitch.tv*, 2018, <https://clips.twitch.tv/AmericanSpeedyDinosaurUnSane>, 03. 02. 2020.

aXiomatic, „shroud“, *liquipedia.net*, 09. 01. 2020, <https://liquipedia.net/counterstrike/Shroud>, 30. 01. 2020.

„Behind the Scenes: President Obama’s Twitter Q&A on #My2k“, R.: The Obama White House, *youtube.com*, 05. 12. 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=9uvGaAs1Ge0>, 30. 01. 2020.

Breier, Jan, „Interaktivität und Partizipation. Anschauen oder mitmachen, der kleine Unterschied“, *areablue*, o. A., www.areablue.de, 13. 04. 2018.

Cambridge University Press, „filler“, *Cambridge Dictionary*, o. A., <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/filler>, 31. 01. 2020.

Christensson, Per, „DLC Definition“, *TechTerms*, 06. 09. 2012, <https://techterms.com/definition/dlc>, 30. 01. 2020.

„CohhCarnage's New Morning Intro Number 2“, R.: CohhCarnage, *youtube.com*, 17. 07. 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=8aDnUthPesk>, 03. 02. 2020.

DAZN Limited, *DAZN*, <https://www.dazn.com/de-AT/welcome>, 02. 02. 2020.

Design by Humans, *Design by Humans*, <https://www.designbyhumans.com/>, 04. 02. 2020.

Design by Humans, „Lirik New Logo T-Shirt“, *Design by Humans*, o. A., <https://www.designbyhumans.com/shop/t-shirt/men/lirik-new-logo-t-shirt/622628/>, 04. 02. 2020.

dict.cc. GmbH, „Follower“, *dict.cc Deutsch-Englisch-Wörterbuch*, o. A., <https://www.dict.cc/?s=follower>, 30. 01. 2020.

Drog65, „Trolling“, *Urban Dictionary*, 02. 01. 2014, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Trolling>, 02. 02. 2020.

dub-jay, „metagame“, *Urban Dictionary*, 25. 10. 2009, <https://www.urbandictionary.com/author.php?author=dub-jay>, 30. 01. 2020.

Escobedo, Tricia, „When a national disaster unfolded live in 1986“, *CNN*, 31. 03. 2016, <https://edition.cnn.com/2016/03/31/us/80s-cnn-challenger-coverage/index.html>, 03. 02. 2020.

Facebook, Inc., *Facebook*, <https://www.facebook.com/>, 12. 01. 2020.

Fade 2 Karma, „Shadybunny“, *F2K*, o. A., https://f2k.gg/team/Shadybunny_9, 02. 04. 2018.

Fandom, Inc., „Expansion“, *HearthStone Wiki. Gamepedia*, 17. 01. 2020, <https://hearthstone.gamepedia.com/Expansion>, 30. 01. 2020.

Fandom, Inc., „LIRIK“, *Streamerpedia. Gamepedia*, 04. 06. 2019, <https://streamers.gamepedia.com/LIRIK>, 30. 01. 2020.

Fandom, Inc., „Wild format“, *HearthStone Wiki. Gamepedia*, 10. 12. 2019, https://hearthstone.gamepedia.com/Wild_format, 30. 01. 2020.

Games Done Quick, *Games Done Quick*, <https://gamesdonequick.com/>, 08. 08. 2018.

„GoodBye Justin.tv R.I.P“, R: ReplayTvHD, *youtube.com*, 05. 08. 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=F0TAdZPugU0>, 30. 01. 2020.

Google LLC, *Google*, <https://www.google.com/>, 12. 01. 2020.

Google LLC, *YouTube*, <https://www.youtube.com/>, 12. 01. 2020.

„Hafu's Boomsday Arena Card Review!“, R.: Hafu, youtube.com, 07. 08. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=OJwU1oXU7ec>, 30. 01. 2020.

Harper Collins Publisher, „filler“, *Collins*, o. A., <https://www.collinsdictionary.com/de/worterbuch/englisch/filler>, 31. 01. 2020.

Harvey Mudd College, „Forbes Names Sean Plott '08 to 30 under 30 List“, *Harvey Mudd College*, 12. 01. 2014, <https://www.hmc.edu/about-hmc/2014/01/12/forbes-names-sean-plott-08-to-30-under-30-list/>, 30. 01. 2020.

Hathaway, Jay, „A beginner's guide to the most-used Twitch emotes“, *The Daily Dot*, 27. 04. 2017, <https://www.dailydot.com/unclick/twitch-emotes/>, 02. 02. 2020.

„hehehehehehehehehe xD“, R.: Lirik, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/338856789>, 03. 02. 2020.

Koch, Mike, „Twitch-Emotes: Die Geschichten von Kappa und Co.“, *Red Bull*, 19. 06. 2017, <https://www.redbull.com/de-de/bedeutung-twitch-emotes>, 04. 02. 2020.

Lirik, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/277833006>, 06. 06. 2018.

Liquipedia, „avilo“, *Liquipedia StarCraft II*, 04. 07. 2019, <https://liquipedia.net/starcraft2/Avilo>, 02. 02. 2020.

Liquipedia, „Dragon“, *Liquipedia StarCraft II*, 10. 04. 2019, <https://liquipedia.net/starcraft2/Dragon>, 02. 02. 2020.

Liquipedia, „Kripparrian“, *Liquipedia StarCraft II*, 20. 05. 2019, <https://liquipedia.net/hearthstone/Kripparrian>, 02. 02. 2020.

Liquipedia, „Winter“, *Liquipedia StarCraft II*, 23. 01. 2020, [https://liquipedia.net/starcraft2/Winter_\(American_player\)](https://liquipedia.net/starcraft2/Winter_(American_player)), 02. 02. 2020.

Lirikker, „Liste der gesperrten Spiele“, *lirikker.com*, 2017, <https://lirikker.com/lirik/subday/>, 12. 06. 2018.

LoveToKnow, Corp., „expansion-pack“, *Your Dictionary*, o. A., <https://www.yourdictionary.com/expansion-pack>, 30. 01. 2020.

„Merry Christmas eve! | Brand new Channel Emotes! | Finally home from New York | Get all Ninja merch at Teamninja.com“, R.: Ninja, twitch.tv, o. A., <https://www.twitch.tv/videos/353700226>, 03. 02. 2020.

Microsoft Corporation, *Skype*, <https://www.skype.com/de/>, 03. 02. 2020.

Miluk, „Kappa“, *Know Your Meme*, 26. 02. 2015, <https://knowyourmeme.com/memes/kappa>, 02. 02. 2020.

Netflix International B.V., *Netflix (Österreich)*, <https://www.netflix.com/at/>, 05. 02. 2020.

„NEW EXPANSION & NEW CARDS - BOOMSDAY PROJECT! | Card Review | Hearthstone“, R.: Trump, youtube.com, 10. 07. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=cZradkZNz9U>, 30. 01. 2020.

„NOT FORTNITE“, R.: Lirik, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/253989811>, 02. 02. 2020.

p382c/Y F., „Release The Kraken!“, *Know Your Meme*, 04. 04. 2019, <https://knowyourmeme.com/memes/release-the-kraken>, 02. 02. 2020.

Scholz, Victoria, „Was ist Early Access? Definition und Wissenswertes“, *giga.de*, 31. 05. 2018, <https://www.giga.de/ratgeber/specials/was-ist-early-access-definition-und-wissenswertes/>, 01. 02. 2020.

Schwarten, Marcus, „‘Hugo Retro Mania’ erschienen – Hugo auf iPhone und iPad spielen“, *iPlayApps.de*, 16. 12. 2011, http://www.iplayapps.de/Hugo_Retro_Mania_erschienen_-_Hugo_auf_iPhone_und_iPad_spielen-2427/, 03. 02. 2020.

Sky Österreich Fernsehen GmbH, *Sky*, <https://www.sky.at/home>, 02. 02. 2020.

Sodapoppin, „About me!“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/sodapoppin>, 15. 11. 2018.

Staufenberg Consulting, „Beta Version Definition & Begriffserklärung“, *IT-Service24*, o. A., <https://www.it-service24.com/lexikon/b/beta-version/>, 01. 02. 2020.

Stephenson, Brad, „Everything You Need to Know About Twitch Subscriptions. Subscribe & unsubscribe on Twitch, why you should, and all about the sub tiers“,

- Lifewire*, 12. 12. 2019, <https://www.lifewire.com/twitch-subscriptions-4147319>, 02. 02. 2020.
- Techopedia Inc., „Bug“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/3758/bug>, 01. 02. 2020.
- Techopedia Inc., „Glitch“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/7415/glitch>, 01. 02. 2020.
- Techopedia Inc., „Beta Test“, *techopedia.com*, o. A., <https://www.techopedia.com/definition/27136/beta-test-gaming>, 01. 02. 2020.
- „The BOOMSDAY PROJECT Expansion! - Boomsday / Hearthstone“, R.: Kripparian, *youtube.com*, 10. 07. 2018, https://www.youtube.com/watch?v=fykofTIM1aA&list=PLY05mGqc9hOjomhEDkOqfgSr8Rj5s_usN, 30. 01. 2020.
- Thijs, „Stream-Chat“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/thijs/videos?filter=archives&sort=time>, 15. 11. 2018.
- „TSM Kripp Arena /w Chat !twitchprime (☹️❄️)(☹️❄️)“, R.: nl_Kripp, *twitch.tv*, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/269528982>, 05. 06. 2018.
- Twitch Interactive, „About“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/p/about/>, 04. 05. 2018.
- Twitch Interactive, „Twitch Affiliate Program“, *twitch.tv*, o. A., <https://affiliate.twitch.tv/>, 10. 02. 2020.
- Twitch Interactive, „Twitch Partner Program“, *twitch.tv*, o. A., <https://www.twitch.tv/p/partners/>, 10. 02. 2020.
- Twitchmetrics, „The Most Followed Twitch Streamers“, *TwitchMetrics*, o. A., <https://www.twitchmetrics.net/channels/follower>, 16. 08. 2018.
- TwitchStats, „Real Twitch Sub Count“, *Twitch Stats*, o. A., <https://twitchstats.net/real-sub-count>, 16. 08. 2018.
- Twitter Inc., *Twitter*, <https://twitter.com/>, 12. 01. 2020.
- van der Weijden, Jeroen, „The Emotes of Twitch“, *diggitt magazine*, hg. v. Tilburg University, 2017, <https://www.diggittmagazine.com/papers/emotes-twitch>, 30. 01. 2020.

„Video on Demand“, R.: AmazHS, twitch.tv, 2018,
<https://www.twitch.tv/videos/314540435>, 25. 09. 2018.

„Video on Demand“, R.: Asmodai, twitch.tv, 2018,
<https://www.twitch.tv/videos/323645190>, 17. 10. 2018.

„Video on Demand“, R.: Asmongold, twitch.tv, 2018a,
<https://www.Twitch.tv/videos/336266748>, 15. 11. 2018.

„Video on Demand“, R.: Asmongold, twitch.tv, 2018b,
<https://www.twitch.tv/videos/334611144>, 23. 11. 2018.

„Video on Demand“, R.: Gronkh, twitch.tv, 2018,
<https://www.Twitch.tv/videos/336648760>, 16. 11. 2018.

„Video on Demand“, R.: Shadybunny, twitch.tv, 2018,
<https://www.twitch.tv/videos/282922788>, 10. 07. 2018.

„Video on Demand“, R.: Thijs, twitch.tv, 2018, <https://www.Twitch.tv/videos/336127362>,
15. 11. 2018.

Vosmeer, Mirjam/Gabriele Ferri/Ben Schouten/Stefan Rank, „Changing roles in gaming: twitch and new gaming audiences“, *DiGRA/FDG '16 - Abstract Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG*, August 2016, http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_101.pdf, 01. 02. 2020.

„WARLOCK Card REVIEW | The Boomsday Project | Hearthstone“, R.: Disguised Toast
Hearthstone, youtube.com, 02. 08. 2018,
<https://www.youtube.com/watch?v=NtUC9xYCA3I>, 30. 01. 2020.

Wikimedia Foundation Inc., *Wikipedia*, <https://www.wikipedia.org/>, 12. 01. 2020.

Yargs, Sven, „Etymology of ‘Buff’ and ‘Nerf’ as used in video-game slang“, *Stack Exchange. English Language & Usage*, 29. 04. 2016,
<https://english.stackexchange.com/questions/4221/etymology-of-buff-and-nerf-as-used-in-video-game-slang>, 30. 01. 2020.

„ἡ ἄλδ“, R.: Lirik, twitch.tv, 2018, <https://www.twitch.tv/videos/256572184>, 30.
01. 2020.

10.4 Relevante Twitch.tv Kanäle

amaz, „amaz Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.Twitch.tv/amazhs>, 05. 05. 2018.

avilo, „avilo Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.Twitch.tv/avilo>, 05. 05. 2018.

CohhCarnage, „CohhCarnage Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/cohhcarnage>,
03. 02. 2020.

Day9tv, „Day9tv Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/day9tv>, 03. 02. 2020.

Educated_Collins, „Educated_Collins Startseite“, *twitch.tv*, https://www.twitch.tv/educated_collins, 03. 02. 2020.

forsen, „forsen Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/forsen>, 03. 02. 2020.

LIRIK, „LIRIK Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/lirik>, 03. 02. 2020.

nl_Kripp, „nl_Kripp Startseite“, *twitch.tv*, https://www.twitch.tv/nl_kripp, 03. 02. 2020.

Ninja, „Ninja Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/ninja>, 03. 02. 2020.

Shadybunny, „Shadybunny Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/shadybunny>, 03.
02. 2020.

shroud, „shroud Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/shroud>, 03. 02. 2020.

sodapoppin, „sodapoppin Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/sodapoppin>, 03. 02.
2020.

ThijsHS, „ThijsHS Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/thijshs>, 05. 05. 2018.

TrumpSC, „TrumpSC Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/trumpsc>, 03. 02. 2020.

wintergaming, „wintergaming Startseite“, *twitch.tv*, <https://www.twitch.tv/> wintergaming,
03. 02. 2020.

10.5 Verzeichnis audiovisueller Medien: Computerspiele, Serien, Apps

A Way Out, Design: Josef Fares, Electronic Arts 2018.

Bonanza, R.: Edward Ludwig et al., USA 1959–1973.

Counter-Strike: Global Offensive, Design: Valve/Hidden Path Entertainment, Valve 2012.

DayZ, Design: Eugen Harton, Bohemia Interactive 2013 (Alpha)/2018 (offizielle Veröffentlichung).

Detroit: Become Human, Design: David Cage/Quantic Dream, Sony Interactive Entertainment 2018.

Diablo III, Design: Blizzard Entertainment, Blizzard Entertainment 2012.

Discord (App), Design: Discord inc., Discord inc. 2015.

FaceTime (App), Design: Mike Rundle, Apple 2011.

Fallout 4, Design: Emil Pagliarulo, Bethesda Softworks 2015.

FIFA 17, Design: EA Kanada, Electronic Arts 2016.

For Honor, Design: Jason Vandenberghe, Ubisoft 2017.

Forza Horizon 3, Design: Playground Games/Turn 10 Studios, Microsoft Studios 2016.

Fortnite, Design: Epic Games/People Can Fly, Epic Games 2017.

Gilmore Girls, R.: Amy Sherman-Palladino et al., USA 2000–2007.

God of War, Design: Charlie Wen/David Jaffe, Sony Interactive Entertainment/Sony Pictures Digital 2005.

H1Z1, Design: Daybreak Game Company, Daybreak Game Company/Tencent Games 2018.

Halo 3, Design: Bungie Studios, Microsoft Game Studios 2007.

Hearthstone: Heroes of Warcraft, Design: Team 5, Activision Blizzard 2014.

How I Met Your Mother, R.: Pamela Fryman et al., USA 2005–2014.

HUGO. Die interaktive Gameshow, R.: Wolfgang Frank/Gernot Funke/Chico Klein/Uli Söhnlein, Deutschland, 1994–1997.

Instagram, Design: Kevin Systrom/Mike Krieger, Facebook Inc., 2010.

League of Legends, Design: Tom Cadwell, Riot Games 2009.

Metal Gear Solid V: The Phantom Pain, Design: Hideo Kojima, Konami 2015.

Minecraft, Design: Markus Persson/Jens Bergensten, Microsoft Studios/Sony Interactive Entertainment 2009.

Monster Hunter: World, Design: Teruki Endo/Yugo Togawa, Capcom 2018.

Overwatch, Design: Jeff Kaplan/Aaron Keller/Chris Metzen, Blizzard Entertainment 2016.

PlayerUnknown's Battlegrounds, Design: Brendan Greene, PUBG Corporation 2017.

Sea of Thieves, Design: Gregg Mayles, Microsoft Studios 2018.

Snapchat (App), Design: Robert Murphy/Evan Spiegel, Snap Inc. 2011.

StarCraft II. Wings of Liberty, Design: Dustin Prowder, Blizzard Entertainment 2010.

StarCraft: Brood War, Design: Rob Pardo, Blizzard Entertainment 1998.

Stardew Valley, Design: Eric Barone, Chucklefish 2016.

The Binding of Isaac, Design: Edmund McMillen/ Florian Himsl, Edmund McMillen/Headup Games/Merge Games, 2011.

The Voice of Germany, R.: ProSieben/Sat. 1, Deutschland seit 2011.

Titanfall, Design: Respawn Entertainment, Electronic Arts 2014.

WhatsApp (App), Design: WhatsApp Inc./Facebook Inc., Facebook Inc. 2009.

World of Warcraft, Design: Ion Hazzikostas, Vivendi/Activision Blizzard 2004.

World of Warcraft: Battle for Azeroth, Design: Matt Goss/Jeremy Feasel/Steve Burke, Blizzard Entertainment 2018.

Wünsch Dir was, R.: Michael Pflögl, Österreich/Deutschland/Schweiz 1969–1972.

10.6 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Explosion der Challenger (Screenshot).	31
Abbildung 2: Interface der Spielshow HUGO (Screenshot).	33
Abbildung 3: Werbung P4wnyhof (Screenshot).	41
Abbildung 4: Werbung A1: asmodaitv (Screenshot).	41
Abbildung 5: Werbung BIPA (Screenshot).....	42
Abbildung 6: Stream Intro CohhCarnage (Screenshot).	43
Abbildung 7: Stream Outro Lirik (Screenshot).	44
Abbildung 8: Wiederholung Ninja (Vodcast) (Screenshot).....	45
Abbildung 9: Tagesaktueller Bezug CohhCarnage – Thanksgiving (Screenshot).	46
Abbildung 10: Tagesaktueller Bezug Giantwaffle – Thanksgiving (Screenshot).....	46
Abbildung 11: Tagesaktueller Bezug Ninja – Merry Christmas eve! (Screenshot).....	47
Abbildung 12: Programmübersicht/Twitch.tv-Frontpage (Screenshot).	53
Abbildung 13: Hearthstone-Segment, Inhalt Sender (Screenshot).	54
Abbildung 14: Kanal: Shadybunny im Hearthstone-Segment (Screenshot).	54
Abbildung 15: Kanal: Educated_Collins. Community: The Educated Army (Screenshot).	57
Abbildung 16: Moderierter Chat mit hervorgehobenen Chatnachrichten (Screenshot)..	60
Abbildung 17: Gestaltung: neuer Follower in das Interface integriert: zwinkenbink (Screenshot).	62
Abbildung 18: ThijsHS Kiss – Streamer/Viewer Interaktion (Screenshot).....	69
Abbildung 19: Fillergame Interface. Fortnite & YouTube (Screenshot).....	84
Abbildung 20: Wolcen: Lords of Mayhem Alpha (Screenshot).....	85
Abbildung 21: WoW-Ranglistenplatz 1 – Expansion Release (Screenshot).	88
Abbildung 22: A Way Out-Ranglistenplatz 1 – TripleAAA Release (Screenshot).	89
Abbildung 23: God of War-Ranglistenplatz 1 – TripleAAA Release (Screenshot).	89
Abbildung 24: Kappa Emote (Screenshot)	96
Abbildung 25: BibleThump (Screenshot)	96

Abbildung 26: PogChamp (Screenshot).....	97
Abbildung 27: Emote Chatpartizipation – PogChamp versus DansGame (Screenshot).	97
Abbildung 28: Darstellung: ThijsHS Abonnement (Screenshot).....	103
Abbildung 29: Benennung fiktiver Figuren nach Abonnenten (Screenshot).....	107
Abbildung 30: Shadybunny Donation Reglement (Screenshot).	107
Abbildung 31: Shroud Rangliste im Interface: All-time-Top-Donator (Screenshot).	108
Abbildung 32: Asmongold zählt von eins bis tausend (Screenshot).	109
Abbildung 33: Chat Clip Interaktion 1 (Screenshot).	110
Abbildung 34: Darstellung: Cheer-Bits (Screenshot).	111
Abbildung 35: Cheer-Bits Nachricht. Chat Darstellung (Screenshot).....	111
Abbildung 36: avilos Sellout Sunday Liste (Screenshot).....	114
Abbildung 37: Dragon - Extended Streamtime und Sub-Goal (Screenshot).	115
Abbildung 38: Chat Clip Interaktion 2 (Screenshot).	116
Abbildung 39: Chat Clip Interaktion 3 (Screenshot).	116
Abbildung 40: Smudo und Gronkh im Studio des Streamers (Screenshot).	118
Abbildung 41: Smudo und Gronkh spielen Fallout (Screenshot).	118
Abbildung 42: strawpoll.me WinterSC – spielt SC2 mit den Füßen (Screenshot).....	120
Abbildung 43: Entscheidung: strawpoll.me Shadybunny. Zuseher entscheiden zwischen den Klassen: Warrior, Shaman und Warlock (Screenshot).	120
Abbildung 44: Entscheidung: strawpoll.me Shadybunny – Zuseher entscheiden sich für die Klasse: Warrior (Screenshot).	121
Abbildung 45: Entscheidung: Chat Arena Draft, Kripparrian (Screenshot).....	122
Abbildung 46: AmazHS trägt AmazHS T-Shirt in der Sitzung (Screenshot).....	124
Abbildung 47: Lirik T-Shirt (Screenshot).	124
Abbildung 48: Immersion: Eyetracker und Heartrate Application – Rotes Herz und violetter Ring (Screenshot).	125

10.7 Abstract

Das lineare Fernsehen steht vor großen Herausforderungen. Um seine Relevanz im aktuellen Mediendiskurs bewahren zu können, wird es gezwungen sein, sich an den moderneren Massenmedien zu orientieren. *Twitch.tv* ist eines davon. Die Live-Streaming Plattform entstand aus der „Gaming-Sektion“ der Internetseite justin.tv im Jahr 2011. Ihr Fokus liegt auf der Verbreitung von live gespieltem „game-related-content“. In dieser Diplomarbeit wird die Website, deren soziale Funktionen und die auf ihr auftretenden Streamer kategorisiert und analysiert. Weiter werden die Schnittstellen der Plattform mit dem linearen Fernsehen, das weitgehend als ihr Vorbild betrachtet werden kann, dargestellt und in aktuellen Kontext gesetzt. Die von *Twitch.tv* offerierten parasozialen Anwendungsmöglichkeiten werden als Bruch medialer Traditionen und stagnierter Programmgestaltungsvarianten des linearen Fernsehens vorgestellt.

Linear television is facing great challenges. In order to maintain its relevance in the current media discourse, it will be forced to orientate itself on modern mass media. *Twitch.tv* is one of them. The live streaming platform originated from the "gaming section" of the website justin.tv in 2011. Its focus is on the distribution of live-played "game-related content". This diploma thesis categorizes and analyzes the website, its social functions and the streamer that occur on it. Furthermore, the interfaces of the platform with linear television, which can be largely regarded as its role model, are presented and placed in the current context. The possibilities of parasocial application offered by *Twitch.tv* are presented as a break of medial traditions and stagnant programming variants of linear television.