

**Barbara Cyrek**

Uniwersytet Jagielloński

 <https://orcid.org/0000-0002-3270-6548>

[barbara.cyrek@doctoral.uj.edu.pl](mailto:barbara.cyrek@doctoral.uj.edu.pl)

**Malwina Popiołek**

Uniwersytet Jagielloński

 <https://orcid.org/0000-0002-9566-2773>

[m.popiolek@uj.edu.pl](mailto:m.popiolek@uj.edu.pl)

## **Kultura komunikacji w streamingu: donacje i reakcje – studium przypadku<sup>1</sup>**

**Streszczenie.** Celem artykułu jest wskazanie wybranych cech komunikatów wysyłanych w donacjach internetowych w czasie transmisji emitowanych na żywo w serwisie YouTube. Materiał badawczy stanowiło 10 livestreamów o tematyce growej, emitowanych w roku 2020 przez jednego streamera. Wykorzystano metodę jakościowej analizy treści. Autorki przeanalizowały ponad 800 wiadomości, wskazując skalę występowania takich form komunikacyjnych, jak: powitanie, pożegnanie, pozdrowienie czy slogan społeczności. Analiza objęła również reakcje ze strony streamera.

**Słowa kluczowe:** donacje, livestreaming, norma komunikacyjna, społeczność internetowa

*The culture of communication in streaming: donations and reactions – a case study*

**Summary.** The aim of the article is to indicate selected features of messages sent in online donations during live broadcasts on YouTube. The research material consisted of 10 gaming livestreams broadcasted in 2020 by one streamer. The authors analyzed over 800 messages using the method of qualitative content analysis,

---

<sup>1</sup> Praca finansowana z subwencji Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego przeznaczonej na działalność badawczą.

indicating the scale of the occurrence of communication forms such as salute, farewell, greeting or community's catchword. In addition, the analysis also included streamer's reactions.

**Keywords:** donations, livestreaming, communication standard, online community

## Wprowadzenie

Badania przekazów medialnych, stanowiące jeden z filarów nauk o komunikacji społecznej i mediach (McQuail 2007; Goban-Klas 2009; Lisowska-Magdziarz 2013), są miejscem spotkania medioznawców i językoznawców. Jak bowiem stwierdza Tomasz Goban-Klas: „Bez semiotyki trudno jest w pełni odszyfrować tekst przekazu. Wymaga ona doskonałej znajomości kultury, w której powstał, i na tej podstawie pozwala wskazać na intencje nadawcy oraz możliwości odbioru” (Goban-Klas 2009: 190).

Zmiany w obrębie technologii medialnych implikują powstawanie coraz to nowszych form komunikowania. Emitowanie przekazów na żywo, niegdyś będące domeną wyłącznie radia i telewizji, jest dziś powszechnie dostępne dla użytkowników serwisów społecznościowych. Nowe możliwości technologiczne to również nowe możliwości ekonomiczne. Livestreaming wprowadził nowe narzędzie komunikowania i jednoczesnego natychmiastowego finansowania – donacje. Są to darowizny przekazywane *online* w czasie rzeczywistym. Wpłaty dokonywane są na przykład przez SMS, PayPal lub szybki przelew. Publiczność może dzięki temu w bezpośredni sposób nagradzać streamerów, jednocześnie wspierając poszczególne aktywności. Donacje służą dziś nie tylko celom filantropijnym, lecz także stanowią nowe narzędzie komunikacji.

Warto przy tym podkreślić, że termin *donacja* w świecie streamingu jest metonimią – nie odnosi się wyłącznie do darowizny, ale również do krótkiej wiadomości wysyłanej wraz z pieniędzmi. Donacją nazywane są darowizna, wiadomość z nią wysyłana oraz połączenie obu.

Globalnie ponad połowa streamowanych materiałów dotyczy tematyki growej lub e-sportu (Benitez 2021). Jednym z gatunków charakterystycznych dla growego streamingu jest *let's play*, czyli transmitowanie przebiegu gier wideo z komentarzem gracza. Na określenie graczy streamujących swój *let's play* ukuto w języku polskim termin *zagrajmer* (Klimko 2019), lecz jest on sztucznym tworem, niesfunkcjonującym w środowisku graczy. Warto zauważyć, że formuła *let's play* to nie tylko streamowanie przebiegu gry. Można ją uznać za formę komunikacji o znacznie szerszym charakterze: eklektyczną i wielowymiarową komunikację pomiędzy osobami zaangażowanymi w granie *online* (Pamuła 2016: 150). Jak zauważa Izabela Pamuła (Pamuła 2016: 150), konwencja ta związana jest nie tylko z samym graniem, lecz także z wymianą doświadczeń i emocji związanych z grami wideo.

Celem niniejszej pracy jest charakterystyka wiadomości wysyłanych w donacjach internetowych w czasie livestreamów o tematyce *let's play*, ze szczególnym uwzględnieniem takich form, jak: powitanie, pożegnanie i pozdrowienie, na przykładzie studium przypadku jednego youtubera. Badanie objęło również reakcję youtubera na donacje, w tym takie elementy, jak: śmiech, podziękowanie, wymienienie nazwy/imienia darczyńcy. Szczególną rolę odegrała tutaj znajomość społeczności internetowej funkcjonującej wokół osoby wybranego youtubera.

Społeczność graczy internetowych charakteryzuje ogólna konwencja typowa dla formuły *let's play*, a także wyróżniają ją cechy wyodrębniające dla poszczególnych letsplayerów unikatowe mikrospołeczności posiadające pewne cechy dystynktywne. Badacze zajmujący się społecznościami graczy *online* zauważają, że w tego typu grupach:

Znamienne jest również operowanie skrótami myślowymi, przy założeniu, iż pozostali członkowie grupy dysponują wymaganą wiedzą z dziedziny literatury, historii, filmu i technik komputerowych. Mamy tutaj do czynienia ze zjawiskiem wyłaniania się specyficznego kodu językowego, którego reguły kształtowane są najczęściej w sposób spontaniczny, w wyniku eksperymentów językowych, a upowszechniane i utrwalane w procesie praktyki komunikacyjnej na zasadzie bądź to powszechnej akceptacji wprowadzanych pojęć z racji konieczności uzupełniania brakującej terminologii, bądź też w wyniku osobistych upodobań czy sympatii dla autorów nowych form językowych (Urbańska-Galanciak 2005: 439).

Poszczególni letsplayerzy tworzą ponadto specyficzne warunki charakterystyczne dla prowadzonych przez nich transmisji, nadając im w ten sposób ogólny autorski charakter i nastrój (np. żartobliwa lub sarkastyczna formuła). Niektórzy badacze dostrzegają w tym nawet pewne cechy charakterystyczne dla gatunków (Hale 2013: 8) lub formatów telewizyjnych (Pamuła 2016: 144).

Dodatkowo obecne możliwości angażowania publiczności kreują doskonałe warunki do tego, aby widownia aktywnie współtworzyła to środowisko, wytwarzając w ten sposób dynamiczne socjolekty o wysokim poziomie zróżnicowania. Świadczy to o dużym bogactwie medialnym, lecz stanowi jednocześnie spore wyzwanie dla badaczy ze względu na konieczność prowadzenia systematycznych i długotrwałych obserwacji.

## Metodologia

Określone praktyki komunikacyjne wyznaczają typ kultury (Hopfinger 2003: 9), ale też znajomość kultury jest konieczna do zrozumienia tychże praktyk. Studia nad komunikowaniem nie mogą przebiegać w oderwaniu od kontekstu, który pozwala na zrozumienie roli nadawcy i odbiorcy, a także dekodowanie sensu analizowanych komunikatów.

W badaniu zastosowano metodologię etnografii internetowej (Hine 2000), ze szczególnym uwzględnieniem „współprzebywania w tej samej przestrzeni wirtualnej” (Przegalińska, Jemieliński 2015: 96). Analiza komunikacji na linii darczyńca-streamer została poprzedzona ponaddwuletnią niejawną obserwacją nieuczestniczącą przeprowadzoną przez jedną z autorek. Obserwacja polegała na zapoznawaniu się z wszystkimi treściami publikowanymi na kanale ROJSON (<https://www.youtube.com/user/ROJOV13>) w serwisie YouTube, również tymi dostępnymi wyłącznie w czasie rzeczywistym, oraz treściami publikowanymi przez społeczność jego fanów (takimi jak komentarze, wpisy na czacie, donacje). Społeczność jest tutaj rozumiana jako społeczność internetowa, definiowana za Daną Rotman i Jennifer Preece (Rotman, Preece 2010: 320) jako „grupa (lub różne podgrupy) osób połączonych wspólnym zainteresowaniem, wykorzystujących wirtualną platformę do interakcji i tworzenia treści dostępnej dla wszystkich członków społeczności, oraz kultywujących wspólnotową kulturę i stosujących się do specyficznych dla niej norm”. Serwis YouTube ma potencjał, by być cyfrową przestrzenią funkcjonowania takich społeczności (Cyrek 2020: 133–134).

Obserwacji podlegały jedynie treści przeznaczone dla wszystkich użytkowników serwisu, również niezalogowanych. Tym samym analiza nie wykorzystuje informacji niejawnych, przeznaczonych dla zamkniętej grupy osób lub dostępnych w ramach płatnej subskrypcji.

Wcześniejsze przyjrzenie się analizowanej społeczności pozwoliło poznać jej socjolekt oraz rozmaite historyczne punkty odniesienia i powiedzonka, w tym na przykład slogan (*Tarcza!*). Metodologicznie istotna okazała się również znajomość sposobu prowadzenia transmisji przez wybranego streamera. W czasie livestreamów o tematyce growej wypowiedzi streamera oscylują między komentarzem a konwersacją (Recktenwald 2018), występując na trzech poziomach: 1) komentarza do gry, 2) komentarza do innych sytuacji, na przykład własnych doświadczeń lub pomysłów, oraz 3) odpowiedzi kierowanych do użytkowników czatu i donatorów. Poziomy te często nakładają się na siebie lub wzajemnie przenikają, co nie ułatwia analizy. Inną istotną kwestią jest również znajomość nicków członków społeczności: w przypadku analizy transmisji zarchiwizowanej w serwisie możliwe jest ponowne jej obejrzenie wraz z odtworzeniem czatu. Niestety, wyświetlane na czacie nazwy użytkowników są nazwami bieżącymi, a nie ówczesnymi. Podejście netnograficzne, choć czasochłonne, znacznie ułatwia sam proces analizy i poszerza możliwości interpretacyjne.

Do analizy zastosowano metodę doboru celowego 10 transmisji spełniających następujące warunki: brak osób współprowadzących; dostępność donacji zarówno z poziomu YouTube’a (superczat), jak i zewnętrznych serwisów (np. Tipply); dostępność ponownego odtwarzania czatu; brak aktywnego udziału członków społeczności w transmisji, np. grania z widzami. Niestety nie ma badań,

które stwierdzałyby, czy opisane wyżej warunki wpływają na treść, liczbę czy kwotową wysokość donacji. Nie można jednak założyć, że takiego wpływu nie ma, stąd do analizy włączono najbardziej podobne do siebie transmisje.

Podczas 10 wybranych livestreamów o łącznej długości ponad 24 godzin wyświetlonych zostało 850 donacji. Siedmiu z nich nie włączono do analizy z przyczyn technicznych (brak wyświetlonej nazwy darczyńcy lub ponowne odtworzenie tej samej donacji). Kolejne dwie były tak zwanymi supernaklejkami i miały formę wyłącznie graficzną, stąd też zostały wyłączone z badania. Liczba analizowanych donacji wyniosła 841.

## Wyniki

### TREŚĆ DONACJI

Badanie polegało na wyodrębnieniu donacji zawierających w swojej treści następujące formy związane z tradycyjną komunikacją listową oraz formalną komunikacją e-mailową: przywitania, pożegnania i pozdrowienia; a także slogan społeczności.

Analiza treści miała charakter jakościowy, została przeprowadzona bez użycia narzędzi do automatycznego przeszukiwania tekstu. Autorki nie posłużyły się stemowaniem, polegającym na odcięciu od słów części zmieniającej się przy odmianie, gdyż jak podkreśla Marcin Woliński, metoda ta dla języka polskiego „daje wyniki wysoce niezadowolające” (Woliński 2019: 18). Każda donacja została przeczytana przez autorki w całości, a pojedyncze zwroty były kwalifikowane jako grzecznościowe (bądź slogan) na podstawie oceny autorek. Taką metodę pracy uzasadnia specyfika analizowanego materiału: tworzonego czasem w pośpiechu, na małych ekranach urządzeń mobilnych, zmienianego przez słowniki smartfonów i – co najważniejsze – niemożliwego do edycji po opublikowaniu. Stąd błędnie zapisane formy, takie jak: *Tarsza*, *Tarcz*, *dowidzenia*, były przez autorki uznawane, podczas gdy automatyczne rozpoznanie wyrazów i ich analiza frekwencyjna okazałyby się w tym obszarze znacznie mniej skuteczne.

W tabeli 1. przedstawiono statystyki występowania donacji zawierających określone formy komunikacyjne.

**Tabela 1.** Statystyka występowania donacji zawierających określone formy komunikacyjne

rodzaj donacji / formy grzecznościowej	występowanie (liczba donacji)
donacje bez treści	14 (1,66%)
donacje z treścią, lecz pozbawione form grzecznościowych	555 (65,99%)
przywitanie	164 (19,50%)

Tabela 1. (cd.)

rodzaj donacji / formy grzecznościowej	występowanie (liczba donacji)
pożegnanie	10 (1,19%)
pozdrowienie	142 (17,12%)
slogan społeczności	78 (9,27%)

Źródło: oprac. własne

Wyniki przedstawione w tabeli 1. dotyczą całej próby 841 donacji, należy jednak mieć na uwadze, że statystyki ulegną nieznacznej zmianie w przypadku, gdy za 100% przyjmie się jedynie donacje zawierające treść.

### *Brak treści*

Spośród 841 donacji 14 (1,66%) zostało wysłane bez treści. Zjawisko „pustych” donacji może mieć kilka przyczyn: za niski próg kwotowy (możliwość zamieszczenia treści dopiero powyżej pewnej kwoty); brak pomysłu na atrakcyjną treść; potrzeba jak najszybszego przekazania donacji; prymat roli filantropijnej nad komunikacyjną. Analiza przyczyn występowania donacji bez treści nie jest jednak celem niniejszej pracy, a możliwe powody istnienia takiego zjawiska przedstawiamy jako propozycję dalszych badań.

### *Powitania i pożegnania*

Odnalezione w donacjach formy grzecznościowe występowały zarówno w postaci formalnej: *witaj, pozdrawiam, do widzenia*, jak i nieoficjalnej: *siema, siemanko, hejka, pozdro, do zoba, bajo, papa*.

Powitania były umieszczane zwykle na początku wiadomości, ale zdarzały się również donacje, które kończyły się przywitaniem:

**Darczyńca 1:** – Kochanie, chodź tutaj. Dotknij go. Czujesz jaki twardy? – No czuję?  
– Ile razy Ci mówiłem, żebyś zamykała chlebak? Siemanko xD 5 PLN (30.10.2020, 0:31:57)<sup>2</sup>

Powitania i pożegnania w warunkach komunikacji bezpośredniej pełnią funkcję fatyczną – nie niosą informacji, lecz pomagają nawiązać bądź podtrzymać kontakt. Jak podkreśla John Fiske, „wypowiedzenie słów oznaczających powitanie jest społecznie wymagane. Komunikacja fatyczna, przez

<sup>2</sup> W niniejszym artykule zastosowano ujednolicony zapis: zanonimizowana nazwa darczyńcy lub streamera pogrubioną czcionką, treść donacji kursywą, kwota donacji pogrubioną czcionką, treść odpowiedzi streamera standardową czcionką. Zarówno treści donacji, jak i odpowiedzi streamerów zapisano zgodnie z oryginałem. Jeśli zatem odpowiedź streamera nie pokrywa się z treścią donacji, oznacza to, że sam streamer coś błędnie przeczytał.

podtrzymywanie i odnawianie związków, jest kluczowa w umacnianiu życia społecznego i procesu komunikacji” (Fiske 1999: 30). Jednak w donacjach internetowych zaledwie jeden komunikat na pięć zawiera powitanie. Być może wpływa na to limit znaków, który obowiązuje przy każdej donacji – a im niższa kwota darowizny, tym bardziej rygorystyczne limity. Na przykład w poniższej rozmowie ani darczyńca, ani streamer nie witają się:

**Darczyńca 2:** Rojo, mam RA2 w orginale z dodatkiem, kupilem na orgin też, ale przy misji z ruskiem wywała mi grę, wiesz co może być nie tak? **13 PLN** (6.06.2020, 0:21:29)

**Rojson:** Oj nie wiem, a na originie masz czy na płytkach?

**Darczyńca 2:** mam oryginał ale system nie pozwala mi zainstalować tak starej gry, podobnie z bitwą o śródziemie. mam wykupione z dodatkiem na orgin też działa do ruskiego na pustyni. ps. mieszkam w Toruniu xD **13 PLN** (6.06.2020, 0:30:43)

**Rojson:** Spróbuj na originie może, bo tam jest wszystko zaktualizowane pod to. „Mieszkam w Toruniu iks de, mieszkam w Toruniu iks de” Miszcz!

Darczyńca zmuszony jest maksymalnie wykorzystać limit znaków do opisanego swojego problemu. Streamer dzieli swoją uwagę między rozgrywkę, rozmowę na czacie a odpowiedzi na donacje, więc również nie pozwala sobie na upiększanie języka – choć niektóre wypowiedzi bądź ich fragmenty przykuwają jego uwagę bardziej niż inne.

Bez względu jednak na to, czy ograniczenia liczby znaków są przyczyną, czy tylko okolicznością braku powitań w donacjach, można zaobserwować, że w analizowanej społeczności internetowej nie są one wymagane. Ich brak nie był źle odbierany ani przez streamera, ani przez pozostałych darczyńców i użytkowników czatu.

Poszerzone badania w tym zakresie, obejmujące więcej społeczności, mogą wykazać, czy cyfryzacja i idąca za nią wymagana technologicznie zwięzłość wypowiedzi powodują odejście od normy komunikacyjnej, jaką w społecznościach *offline* stanowią powitania.

Z kolei pożegnania były najrzadziej występującą formą grzecznościową. Z obserwacji autorek wynika, że są one publikowane tylko w dwóch przypadkach – koniec streamu bądź deklarowane przez darczyńcę przerwanie oglądania transmisji, co ilustrują wybrane przykłady:

**Darczyńca 1:** Lecę na trening papa milej somy **4,65 PLN** (24.01.2020, 1:46:59)

**Darczyńca 3:** Żegnaj rojciu i wybacz za Gmaila i jeszcze żegnaj Krisu milego wieczoru życzę chatu. Bajo **3,68 PLN** (24.01.2020, 1:22:20)

**Darczyńca 4:** Witam i przy okazji żegnam dobranoc jutro rano trzeba wstać bo do pracy się idzie dobrego strima i spokojnie nocki życzę **5 PLN** (30.10.2020, 0:57:29)



Pożegnania znalazły się wyłącznie w 10 analizowanych wypowiedziach. Nie jest zatem w donacjach normą – typowe dla komunikacji formalnej – umieszczanie powitań i pożegnań w każdej wiadomości. Brak tych form nie spotyka się z krytyką. Jednocześnie można zauważyć, że powitania najczęściej znajdują się na początku treści donacji, co nawiązuje do standardów komunikowania poprzez znane dotąd kanały.

### *Pozdrowienia*

W przypadku pozdrowień uwzględniono wyłącznie te, które jako odbiorcę wskazywały streamera bądź nie wskazywały nikogo (np. *pozdrawiam ciebie* lub *serdecznie pozdrawiam*). Należy jednak mieć na uwadze, że donacje nie służą wyłącznie komunikowaniu się ze streamerem, ale są przez darczyńców wykorzystywane do komunikacji z różnymi odbiorcami, np. użytkownikami na czacie czy nawet domownikami. Wśród analizowanych donacji znalazło się sześć, których treść służyła pozdrowieniu kogoś innego niż streamer – nie są one uwzględnione w tabeli. Darczyńcy częściej niż pozdrowienia dla innych osób kierują do streamera prośby, by to właśnie on te osoby pozdrowił. Zjawisko to można wytłumaczyć fenomenem ekonomii uwagi – w jej logice słowa wypowiedziane przez streamera znaczą więcej, niż gdyby pozdrowienia dokonał ktoś znajomy, kogo uwaga i zainteresowanie nie są tak cenne (Recktenwald 2016).

Warto przy okazji wskazać inny fenomen: na kanale ROJSON wiele donacji składało się wyłącznie z serdeczności – głównie przywitań i pozdrowień, ale występowały również pożegnania czy życzenia dla streamera:

**Darczyńca 5:** Siema Rojciu. Pozdrawiam serdecznie. **6,59 PLN** (24.01.2020, 0:17:12)

**Darczyńca 3:** Witaj rojciu **3,68 PLN** (24.01.2020, 0:27:23)

**Darczyńca 6:** Udanego streama życzę! **3 5,72 PLN** (11.01.2020, 0:33:56)

W tym kontekście przywitania, pożegnania czy pozdrowienia jest nie tylko formą grzecznościową, lecz także stanowi przedmiot wypowiedzi.

### *Slogan społeczności*

Analiza objęła również stosowanie sloganu społeczności, który wystąpił w blisko 1 na 10 donacji. Jak się okazuje, może on zamiennie pełnić funkcję:

a) przywitania:

**Darczyńca 7:** Serdeczna tarcza Rojo :) pozdrowienia dla czatu **25 PLN** (24.01.2020, 1:25:01)



**Darczyńca 8:** Tarcza. Oglądałem cię od samego początku (szczególnie 2011), przestałem tak gdzieś w 2014. Ali bomaye **2,71 PLN** (11.01.2020, 0:44:56)

b) pozdrowienia:

**Darczyńca 9:** Jestem osobą niepełnosprawną i mam depresję, oglądanie cię jakoś pozytywnie mnie nakręca. Także dzięki i serdeczna Tarcza :) **19,20 PLN** (6.06.2020, 0:26:54)

**Darczyńca 10:** Uszanowanko, Rojson! Serdeczna Tarcza dla Ciebie i rodziny! **7,56 PLN** (24.01.2020, 2:24:02)

c) pożegnania:

**Darczyńca 11:** Siema siemaaa mordeczko! Limit wiadomości więc napisze krótko: Oglądam mieprzerwanie od 2011, Fallout lover od 2K02, game od 4 roku życia. Pozdrawiam czaty. Uwaga na promieniowanietarcza **3,68 PLN** (24.01.2020, 1:43:52)

**Darczyńca 12:** Rojson jesteś moją miłością która nigdy się nie spełni \* Jesteś \*\*\*\*\*! Tarcza **2,85 PLN** (24.01.2020, 0:23:49)

Nie oznacza to jednak, że takie zastosowania sloganu będą obecne we wszystkich społecznościach internetowych. Nie wszystkie społeczności posiadają własny slogan, a te, które taki wypracowały, mogą go używać wedle przyjętych we własnym gronie zasad.

## ODPOWIEDŹ STREAMERA

Inspiracją do zwrócenia uwagi na problem odpowiedzi na donację była wypowiedź Barbary Macdonald – pracującej dla YouTube'a menedżerki produktu dla superczatu i supernaklejek. W filmie *Superczat i supernaklejki: konfiguracja i wskazówki* B. Macdonald mówi: „Podziękuj odbiorcom i okaż im wdzięczność. Docień osoby wysyłające superczaty, wymieniając je w trakcie transmisji. Spójrz w obiektyw i wymień nazwy wszystkich użytkowników, którzy wysłali takie wiadomości. Dla fana nie ma nic cenniejszego niż usłyszenie swojego imienia wypowiedzianego przez ulubionego twórcę” (YouTube Creators 2020).

Przeprowadzona analiza obejmuje wspomniane przez B. Macdonald zachowania: podziękowanie oraz wypowiedzenie nazwy darczyńcy. Wyniki prezentuje tabela 2. Ogółem spośród 841 otrzymanych donacji streamer zareagował słownie na 606. W tabeli 2. zaprezentowano wyniki analizy, przyjmując za 100% wszystkie donacje (841). Należy jednak mieć na uwadze, że statystyki te ulegną zmianie, jeśli policzy się je wyłącznie dla tych donacji, na które streamer zareagował słownie.

**Tabela 2.** Występowanie wybranych reakcji streamera na przekazane mu donacje

rodzaj reakcji na donację	występowanie dla całej próby (liczba donacji)
podziękowanie	200 (23,78%)
wymienienie nazwy darczyńcy	272 (32,34%)
śmiech (bez słownej reakcji)	19 (2,26%)
brak reakcji	216 (25,68%)

**Źródło:** oprac. własne

Zdecydowana większość donacji spotkała się ze słowną reakcją streamera, tylko niewielka liczba wywołała jedynie śmiech. Podziękowania i wymówienie nazwy darczyńcy nie są obecne nawet w połowie reakcji Rojsona, co nie pozwala stwierdzić, że dziękowanie i imienne wyróżnienie darczyńcy są normą w komunikowaniu streamera z nadawcami donacji. Wyniki mogą jednak zależeć od doboru samych transmisji – jedne gry bardziej niż inne angażują streamera.

Analiza ujawnia przewagę wspominania nazwy darczyńcy nad podziękowaniem za darowiznę. Rojson w odpowiedziach na donacje stosował czasem inne niż podziękowania formy uznania dla donacji, np. *pozdrawiam, szacun, doceniam*. W przyszłości warto przeprowadzić badania wśród darczyńców, by zweryfikować, czy istotnie podziękowania – jak twierdzi B. Macdonald – mają dla nich kluczowe znaczenie.

Wymówienie nazwy darczyńcy jest nie tylko formą uznania jego osoby, lecz także ma uzasadnienie praktyczne, wynikające z licznych szumów komunikacyjnych w czasie transmisji. Streamer jednocześnie komentuje grę, w którą gra, odpowiada na wiadomości z czatu oraz donacje. Każdorazowe zaznaczenie, kto jest adresatem jego wypowiedzi, zwyczajnie ułatwia dotarcie z komunikatem do właściwego odbiorcy.

W niektórych przypadkach streamer dołączał do swojej reakcji słownej odtworzony dźwięk oklasków. Reakcja taka nie została jednak włączona do analizy z przyczyn technicznych – niejednokrotnie Rojson w trakcie transmisji orientował się, że dźwięk oklasków jest słyszalny tylko dla niego, nie zaś dla audytorium. Tym samym niemożliwe było jednoznaczne stwierdzenie, ile razy i w jakich przypadkach oklaski były elementem odpowiedzi na donację.

Zważywszy na problem przenikania poziomów komunikowania w procesie prowadzenia transmisji typu *let's play*, warto zadać pytanie, czy większa liczba donacji wiąże się z mniejszym zaangażowaniem streamera, który swój czas musi przecież podzielić między grę, darczyńców i użytkowników

czatu. W zgromadzonej próbie 10 transmisji liczba przekazanych donacji przypadających na jeden stream wahała się od 19 do 375. Transmisje zostały podzielone na dwie grupy pod względem liczby donacji zgromadzonych w czasie ich trwania – osią podziału była mediana równa 58.

W czasie transmisji o mniejszej liczbie donacji streamer otrzymał łącznie 164 darowizny, spośród których zareagował na 141 (85,98%), w tym słownie na 137 (83,54%). Streamy powyżej 58 donacji przyniosły graczowi łącznie 677 donacji, spośród których zareagował śmiechem bądź słowami na 484 (71,49%), a odpowiedział na 469 (69,28%). Wyniki analizy przedstawia tabela 3, w której uwzględniono osobno wszystkie donacje (a) oraz wyłącznie te, na które streamer zareagował słownie (b).

**Tabela 3.** Występowanie wybranych reakcji streamera na przekazane mu donacje z uwzględnieniem podziału transmisji wg mediany

rodzaj reakcji na donację	streamy do 58 donacji		streamy powyżej 58 donacji	
	(a) dla całej próby – 164 donacji	(b) dla donacji, na które streamer zareagował słownie – 137 donacji	(a) dla całej próby – 677 donacji	(b) dla donacji, na które streamer zareagował słownie – 469 donacji
podziękowanie	47 donacji (28,66%)	47 donacji (34,31%)	153 donacje (22,60%)	153 donacje (32,62%)
wymienienie nazwy darczyńcy	56 donacji (34,15%)	56 donacji (40,88%)	216 donacji (31,91%)	216 donacji (46,06%)
śmiech (bez słownej reakcji)	4 donacje (2,44%)	nie dotyczy	15 donacji (2,22%)	nie dotyczy

**Źródło:** oprac. własne

W przypadku transmisji, w których donacje występowały rzadziej, ogólny wskaźnik reakcji (słowa lub śmiech) wyniósł blisko 86%. Dla streamów o większej liczbie donacji wskaźnik ten wyniósł 71,5%. Może to sugerować, że większa liczba donacji przekłada się na mniejsze zaangażowanie streamera w komunikację z darczyńcami.

Zaprezentowanie danych z podziałem na dwie próby: (a) wszystkich donacji oraz (b) wyłącznie donacji, na które streamer zareagował słownie, ujawnia ciekawe niuanse analityczne. Uwzględnienie wszystkich darowizn (a) daje znaczne zwiększenie różnicy między grupami streamów w przypadku podziękowania: różnica zwiększa się z 1,69 (b) do 6,06 (a). Odwrotnie rzecz ma się w przypadku wymieniania nazw darczyńców: różnica maleje z 5,18 (b) do 2,24 (a).

Przypadek nazwy darczyńcy jest szczególnie istotny w świetle kolejnych badań nad donacjami i komunikowaniem w czasie streamów. W zależności od tego, jaką pulę przyjmujemy za 100%, zmieniają się proporcje [!]. Dla wszystkich donacji (a) reagowanie wymówieniem nazwy pojawia się częściej w przypadku transmisji o **mniejszej** liczbie darowizn, z kolei dla donacji, które doczekały się słownej reakcji (b), wymówienie nazwy darczyńcy pojawia się częściej wśród streamów o **większej** liczbie donacji. Mimo stosunkowo niewielkiej skali badania ujawnia ono, jak delikatną materią badawczą jest komunikowanie przez i w odpowiedzi na donacje internetowe.

### INNE OBSERWACJE

Analiza materiału badawczego pozwoliła na zaobserwowanie pewnych dodatkowych zjawisk i zależności, które przedstawiamy w ramach uzupełnienia dokonanego studium przypadku. Można je potraktować jako wskazówki do dalszych badań nad komunikowaniem w sytuacji live video streamingu.

W przeanalizowanych 841 donacjach znalazło się aż 25 różnych zwrotów do streamera, występujących z różną częstotliwością, łącznie 163 razy – przy czym należy zaznaczyć, że w jednej donacji może się pojawić więcej niż jeden zwrot. Były to rozmaite odmiany imienia youtubera lub nazwy kanału, a także zdrobnienia czy formy grzecznościowe, np. *Rojson, Patryk, Rojo, mordo, Rojciu, Byku, stary, Runiczny Wojownik, mistrzu, japeczko, szefie*. Niektóre z nich były nawiązaniem do gry aktualnie wyświetlanej przez youtubera. Jest to kolejny dowód na nieformalny charakter komunikowania za pomocą donacji. Ponadto oprócz zwrotów bezpośrednich w donacjach znalazły się również określenia streamera (donacje nie zawsze adresowane były do niego, ale np. dotyczyły jego osoby). Wśród 12 powtarzających się określeń 10 nawiązywało do nazwy kanału. Youtuberowi te rozmaite zwroty i określenia nie przeszkadzały, czasem nawet go bawiły.

Zdarza się, że brak reakcji na donację wynika z fizycznej nieobecności streamera, który na przykład udaje się na przerwę, nie zawieszając transmisji. Jeśli w czasie takiej nieobecności otrzymał on donację o relatywnie wysokiej wartości ekonomicznej, po jego powrocie przed ekran informują go o tym użytkownicy na czacie. Badania nad umotywowaniem takiego zachowania nie zostały dotąd przeprowadzone. Z netnograficznej obserwacji można jednak wysnuć dwa przypuszczenia co do przyczyn takiego zjawiska. Może ono – między innymi – wynikać ze 1) społecznościowej solidarności lub z 2) obawy użytkowników, że gdy w przyszłości to ich donacja dotrze do streamera pod jego nieobecność, pozostanie ona na zawsze niezauważona.

Ciekawym zjawiskiem wyłaniającym się z przeanalizowanych donacji jest także nazywanie przez darczyńców samej transmisji na żywo. W materiale badawczym pojawiały się takie określenia, jak: *stream*, *strim*, *strimek* oraz *strumyk*. Poniżej zamieszczono kilka przykładów:

**Darczyńca 3:** Napewno będę spać spokojnie po tym strimku **3,68 PLN** (24.01.2020, 1:12:08)

**Darczyńca 13:** Dobry wieczór – pozdrowienia Robson i miłego streama wszystkim **10 PLN** (12.08.2020, 0:07:17)

**Darczyńca 14:** Szalona milena się rozbiera a ja się zareklamuję za te 2 złote. REKLAMA. Koniec. Rojciu gratuluje udanego strumyka **1,74 PLN** (11.01.2020, 2:35:58)

**Darczyńca 6:** Udanego streama życzę! **3 5,72 PLN** (11.01.2020, 0:33:56)

Choć poprawna odmiana terminu *stream* w dopełniaczu brzmi *streamu* (OJ UW), zapis *streamu/strimu* nie pojawił się w żadnej donacji. Darczyńcy stosują wyłącznie formę *streama/strima*, być może przez nawiązanie do odmiany leksemu *strumyk* – *strumyka*.

## Wnioski

Jak podkreśla J. Fiske, „badania nad komunikacją pociągają za sobą badania nad kulturą, do której dana komunikacja należy” (Fiske 1999: 16). Twierdzenie to można interpretować na dwa sposoby. Pierwszy dotyczy wiedzy sprzed samego etapu analizy – wymogu znajomości kultury, dostarczającej kontekstu sytuacjom komunikacyjnym. W przypadku livestreamingu jest to znajomość nie tylko społeczności internetowych, lecz także świadomość innych czynników wpływających na komunikację, takich jak choćby funkcjonujące rozwiązania technologiczne i ich ograniczenia, przepisy prawne, zasady korzystania z platform, normy językowe czy współczesne trendy internetowe, będące źródłem anegdot czy żartów. Druga interpretacja dotyczy wiedzy, którą uzyskujemy po samej analizie – wszak znajomość form i treści komunikatów medialnych nie jest jedynie sztuką dla sztuki, ale źródłem wiedzy o współczesnej kulturze sieciowej i społeczeństwie głęboko zanurzonym w cyberprzestrzeni. Nie ulega wątpliwości, że badania nad nowymi formami komunikowania sieciowego mogą dostarczyć istotnej wiedzy na temat współczesnej kondycji komunikacji i języka w ogóle.

Zagadnienie komunikowania za pośrednictwem donacji nie zostało dotąd scharakteryzowane w literaturze, zarówno medio-, jak i językoznawczej. Niniejsza praca stanowi przyczynek do tej charakterystyki.

Studium przypadku transmisji emitowanych na kanale ROJSON nie wykazało, aby formy takie jak powitania, pożegnania czy pozdrowienia dominowały w wiadomościach wysyłanych wraz z darowiznami internetowymi.

Nie można zatem na tej podstawie stwierdzić, jakoby te elementy stanowiły normę w komunikowaniu przez donacje. Nie jest normą również obecność sloganu społeczności. Treść donacji, z zasady ograniczona do kilkuset znaków przez rozwiązania technologiczne, ma zwykle charakter nieformalny. Nie ma możliwości edytowania pojawiających się błędów językowych, jeśli wiadomość została już wysłana. Być może błędy językowe wynikają z pośpiechu internautów, którym zależy na skomentowaniu aktualnej sytuacji na streamie – sugestia ta jednak nie może mieć charakteru wniosku, ale jedynie inspiracji do dalszych badań. Podobnie jest z kwestią błędów interpunkcyjnych – brak znaków przestankowych może wynikać z ograniczeń dotyczących liczby znaków w wiadomości, co również warto zbadać w przyszłych analizach.

W przypadku reakcji streamera na przekazywane mu donacje również nie zaobserwowano, aby podziękowanie czy wymówienie nazwy darczyńcy pojawiało się w co najmniej połowie przypadków. Można zauważyć niewielkie różnice w zakresie stosunku liczby donacji na streamie do ogólnych reakcji streamera na przekazywane mu darowizny. Badanie wykazało szczególnie wpływ doboru próby na wynik analizy i skutki wizualizacji danych dla interpretacji tego wyniku. Przykład ten, choć dotyczy stosunkowo niewielkiej próby w skali całego przemysłu live video streamingu, pokazuje konieczność niezwyklej ostrożności w komponowaniu zestawów danych, a w konsekwencji – w wyciąganiu wniosków.

### Literatura

- Benitez C., 2021, *The Ultimate List of Live Streaming Statistics for 2021*, <https://findstack.com/live-streaming-statistics/> (dostęp: 3.11.2021).
- Cyrek B., 2020, *YouTube jako serwis społecznościowy – w stronę klasyfikacji witryny*, „Zarządzanie Mediami” 8(2), s. 119–136. <https://doi.org/10.4467/23540214ZM.20.026.11805>
- Fiske J., 1999, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, przekł. A. Gierczak, Wrocław: Astrum.
- Goban-Klas T., 2009, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hale T., 2013, *From Jackasses to Superstars: A Case for the Study of „Let’s Play”*, Media, Culture & Identity MA, University of Roehampton.
- Hine C., 2000, *Virtual Ethnography*, London–Thousand Oaks–New Delhi: SAGE.
- Hopfinger M., 2003, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa: Sic!

- Klimko M., 2019, *Jak żyją zagrajmerzy*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1786780,1,jak-zyja-zagrajmerzy.read> (dostęp: 28.11.2020).
- Lisowska-Magdziarz M., 2013, *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „*Studia Medioznawcze*” 53(2), s. 27–42.
- McQuail D., 2007, *Teoria komunikowania masowego*, przekł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- OJ UW – Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego, <https://nowewyrazy.uw.edu.pl/haslo/stream.html> (dostęp: 9.04.2022).
- Pamuła I., 2016, *Gram, więc jestem. Instancja autorska a konwencja let's play w serii „File System Aging” Roberta Florence’a*, „*Replay. The Polish Journal of Game Studies*” 1, s. 143–152. <https://doi.org/10.18778/2391-8551.03.08>
- Przegalińska A., Jemielniak D., 2015, *Jakościowe metody badawcze interakcji wirtualnych*, w: M. Kostera (red.), *Metody badawcze w zarządzaniu humanistycznym*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
- Recktenwald D., 2018, *The Discourse of Online Live Streaming on Twitch: Communication between Conversation and Commentary*, <https://theses.lib.polyu.edu.hk/handle/200/9795> (dostęp: 3.11.2021).
- Rotman D., Preece J., 2010, *The ‘WeTube’ in YouTube – creating an online community through video sharing*, „*International Journal of Web Based Communities*” 6(3), s. 317–333. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2010.033755>
- Urbańska-Galanciak D., 2005, *Elementy socjolektu graczy komputerowych*, w: A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko (red.), *Język @ multimedia*, Wrocław: Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji TWP, s. 438–447.
- Woliński M., 2019, *Automatyczna analiza składniowa języka polskiego*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. <https://doi.org/10.31338/uw.9788323536147>
- YouTube Creators, 2020, *Superczat i supernaklejki: konfiguracja i wskazówki*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZXwpWEbAmd0> (dostęp: 3.11.2021).