

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ
ANTROPOLOGIE

ONLINE IDENTITA NA PLATFORMĚ TWITCH

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Kulturní antropologie

Autor: Vít Holásek

Vedoucí práce: Mgr. Martin Látal

Olomouc 2024

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma „*Online identita na platformě Twitch*“ vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil.

V Olomouci dne 30.3.2024

Podpis

Poděkování

Mé poděkování patří Mgr. Martinu Látalovi, za odborné vedení mé bakalářské práce. Děkuji za ochotu, vstřícnost a podporu, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnoval. Velké díky také patří моým blízkým za nekonečnou podporu.

Anotace

Jméno a příjmení:	Vít Holásek
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Obor studia:	Kulturní antropologie
Obor obhajoby práce:	Kulturní antropologie
Vedoucí práce:	Mgr. Martin Látal
Rok obhajoby:	2024

Název práce:	Online identita na platformě Twitch
Anotace práce:	Práce se zabývá identitou z platformy Twitch, optikou teorie Small acts of engagement. Tato teorie sleduje malé, zdánlivě bezvýznamné činy, jako je komentování emotikonami a ukazuje jejich důležitost při tvorbě identity. Práce prozkoumává dynamické prostředí streamerských komunit skrze hodnotící kategorie investment a intention.
Klíčová slova:	Twitch, identita, zapojení, drobné činy zapojení, platformy sociálních médií
Title of Thesis:	Online identity on the Twitch platform
Annotation:	The thesis deals with identity from the Twitch platform, through the lens of the theory of Small acts of engagement. This theory looks at small, seemingly insignificant acts such as commenting with emoticons and shows their importance in the formation of identity. The thesis explores the dynamic environment of streamer communities through the evaluative categories of investment and intention.
Keywords:	Twitch, identity, engagement, small acts of engagement, social media platforms

Počet literatury a zdrojů:	28
Rozsah práce:	52 s. (72 116 znaků s mezerami)

Obsah

Úvod.....	7
Teoretická část.....	9
1 Vymezení a definice sociálních médií	10
1.1 Sociální média	10
1.2 Sociální síťové stránky	11
1.3 Platformizace.....	12
2 Online/Offline	13
3 Drobné činy zapojení	14
3.1 Souvislosti	14
3.2 Hodnotící kategorie SAOE	15
3.3 Investment	16
3.4 Intention	16
3.5 Potenciál SAOE	17
4 Twitch.....	18
4.1 Vznik a vývoj.....	18
4.2 Streaming na Twitchi	19
4.3 Motivace k participaci	19
4.4 Monetizace obsahu	22
5 Divácký profil	23
5.1 Faktory ovlivňující tvorbu profilu.....	24
5.2 Pseudo-alternativní identita.....	25
Metodologická část	27

6 Motivace.....	27
6.1 Vymezení cíle a výzkumné otázky.....	29
7 Výzkumná strategie	29
8 Výzkumný vzorek	30
9 Analýza dat.....	32
10 Etika výzkumu	33
Praktická část	35
11 Vytváření vztahů	35
12 Emote.....	37
13 Investment	39
14 Intention.....	41
Závěr	46
Použitá literatura a zdroje	48

Úvod

O téma online prostředí se zajímám již dlouhou dobu. S počítači jsem byl seznámen již v raném věku a sociální média mě doprovází již více než deset let. Přesto mám pocit, že ve mně přetrvává tendence vnímat online prostředí pouze jako součást fyzické reality kolem sebe. Stejný dojem jsem nabytl také při literární rešerši. Společnost chápe sociální média spíše jako konkrétní místa, vysunutá do zvláštní online reality, nežli jako ucelený systém online prostoru, který by měl svébytný charakter rovný fyzickému světu. Úkolem mé práce ovšem nebude narovnání této velké strukturální nerovnosti. Naopak se zaměřím na konkrétní platformu a projevy lidské identity v jejím prostředí.

V teoretické části se nejprve věnuji vymezení pojmu *sociální médium* na základě díla britské badatelky Sujon (Sujon, 2021). Poté se zabývám pojetím médií jako *sociálně síťových stránek*, které jsou definované skrze *uživatelský profil* a možnost komunikace skrze něj. (Ellison, 2011) Sleduji také vývoj sociálních médií skrze *platformizaci*, tedy propojování dosud individuálních stránek v ucelené systémy. (Burgess, 2018)

V další kapitole se věnuji vzájemné dynamice *online* a *offline* prostředí. Především sleduji vývoj uvažování od dvoupolárního vnímání až po propojený hybridní systém jedné celistvé reality. Posléze se zabývám teorií *Small acts of engagement* od Ike Piconeho a kolektivu autorů. Ti rozlišují dvě hodnotící kategorie *investment* a *intention*, na základě kterých vysvětlují, že lidské činy nemusí být kvantitativně významné k tomu, aby ovlivňovaly lidskou identitu.

Poslední teoretické kapitoly se věnují vymezení *platformy Twitch* a *uživatelského profilu*. Kapitola o platformě Twitch se věnuje nejen vzniku a vývoji samotné platformy, ale také motivacím diváků pro *zapojení* v tomto

prostředí. Sekce o uživatelském profilu se věnuje vysvětlení pojmů *divácký profil* a *pseudo-alternativní identita*.

Ve druhé části práce se zabývám vymezení metodologie mého výzkumu. Metody bádání otevírám vysvětlením vlastních motivací pro výběr tématu. Následuje vymezení výzkumného cíle, kterým je *prozkoumání sebe prezentace diváků na platformě Twitch skrze teorii Small acts of engagement*. Následují kapitoly, kde se věnuji strategii výzkumu, popisují můj výzkumný vzorek a metodu analýzy dat. V závěru druhé části se věnuji etickým otázkám, se kterými jsem se ve výzkumu potýkal.

V poslední, tedy praktické části práce, se věnuji interpretaci dat z mého výzkumu. Nejprve popisují specifický způsob projevu skrze *emoji* a *memy* a následně se zabývám kategoriemi *investment* a *intention* z Piconeho teorie *Small acts of engagement*. Výsledky svého bádání znovu shrnuji v závěru práce.

Teoretická část

Vytváření teoretického rámce provázal složitý proces neustálého přehodnocování postupu. Původním záměrem bylo věnovat se převážně tématu anonymity a fenoménům, které anonymitu doprovázejí. Při literární rešerši jsem ovšem zjistil, že nemám na koho navazovat. Mnoho zdrojů se zabíralo tématy kolem bezpečnosti a rizikového chování v online prostředí.

Postupně jsem v literatuře nalézal oporu pro teorii sociálních médií; zde v práci jsem nakonec využil teorii *Sociálně síťových stránek* a rozlišování dynamiky mezi *online* a *offline* prostorem. Stále jsem však hledal způsob, jak by bylo možné rámovat prostředí Twitchu. Nějakou dobu jsem se věnoval teorii performativity od Judith Butler (Butler, 2006), ale nepodařilo se mi nalézt aplikaci teorie na jiné aspekty lidské identity než na gender, kterému se sama Butler věnuje. Přemýšlel jsem také o politickém měřítku, kde by mohl být inspirací Wrightovo hledání politizovaných významů v apolitických online prostorech. (Wright, 2012)

Průlom přineslo až setkání s teorií *Drobných činů zapojení* od Ika Piconeho a kolektivu (Picone, 2019). Jejich přístup k identitě člověka sleduje společnost z opačného pohledu, než je v teorii běžné. Místo velkého rámování obecných fenoménů se Picone s kolektivem pokouší o kvalitativní přístup a sledování přehlížených činů, které vyplňují běžný den člověka.

Zvolil jsem tedy tuto teorii za východisko své práce, neboť jsem vyhodnotil, že má potenciál k uplatnění na dynamické prostředí Twitchové komunikace.

1 Vymezení a definice sociálních médií

1.1 Sociální média

Zoetanya Sujon v knize *The Social media age* (Sujon, 2021) sleduje změny, které způsobil nástup virtuálních sociálních médií a prudký nárůst jejich užívání ve 21. století. Jejich princip popisuje jednoduše na příkladu YouTube, což je „sít', kam lidé mohou přijít za účelem tvoření, konzumace a sdílení obsahu, který souvisí s jejich identitami a životy (Sujon, 2021, s. 167)“. Existující definice pojmu *sociální médium* se ovšem rozcházejí. Počínaje tezí, že „všechna média jsou sociální (Sujon, 2021, s. 22),“ konče u konkrétního vymezení skrze jejich funkci spojování lidí v online prostředí, jako "označení konkrétních digitálních platform, které umožňují určitý druh veřejné sociální interakce (Sujon, 2021, s. 22-23)."

Širší definici poskytl v práci *Handbook of Social Media* (Burgess, 2018) kolektiv autorů okolo Johna Burgesse, kteří píší: „Pojmem technologie sociálních médií rozumíme ty digitální platformy, služby a aplikace, které se zaměřují na sdílení obsahu, veřejnou komunikaci a mezilidské vazby (Burgess, 2018, s. 1).“ Klíčový je rozšířený záběr, díky kterému je definice platná pro dynamické virtuální prostředí, které podléhá neustálému vývoji a změnám. Na druhou stranu je však nepřesná v rozlišování konkrétních sociálních médií. (Sujon, 2021, s. 45) Důležitá je také pro otevření tématu *zapojení* lidí, kteří jsou jinými definicemi, zaměřenými spíše na technickou povahu online prostředí, přehlíženi.

Sujon definici podrobuje kritice a přidává další charakteristiky: sociální média mají *síťovou povahu* (z ang. *networked nature*; přeložil autor), umožňují vzájemné propojení jednotlivých *sociálních technologií*, a tedy mezilidskou komunikaci (z ang. *interpersonal connection*; přeložil autor)(Sujon, 2021, s. 45). Sociální média jsou *integrována a plynulá* (z ang. *embedded and seamless*; přeložil autor); jsou zapuštěna v životech lidí, stejně jako v mobilních i

počítačových zařízeních a internetových a mobilních sítích. Jsou natolik přirozená, že se, metaforicky řečeno, stávají neviditelnými (Sujon, 2021, s. 23).

1.2 Sociální síťové stránky

Boyd¹ a Ellison používají pojem *Sociální síťové stránky* (z ang. *Social Network Sites*; přeložil autor), dále také jako SNS, a zaměřují se právě na sociální aspekt těchto stránek, respektive médií:

„Definujeme sociální síťové stránky jako webové služby, které umožňují jednotlivcům (1) vytvořit ve vymezeném systému veřejný nebo polo-veřejný profil, (2) vyjádřit seznam dalších uživatelů, se kterými mají spojení, a (3) prohlížet a procházet seznam svých spojení a těch, které vytvořili ostatní v rámci systému. Povaha a nomenklatura těchto spojení se může lišit podle jednotlivých stránek (boyd, 2007, s. 211).“

SNS jsou charakterizovány možností, respektive povinností uživatelů vytvořit uživatelský profil, díky němu navazovat kontakty a následně vzájemně komunikovat osobní identity (Ellison, 2011, s. 124–125). S tím souvisí i možnost vzájemně tyto profily prohlížet, tvořit seznamy kontaktů a skrze ně dále tento postup opakovat (Sujon, 2021, s. 58). Hlavní přednost definice se pro mne zároveň stává jejím problémem. Sujon totiž jako příklady SNS uvádí: *stránky pro okamžitou komunikaci* (z ang. *instant messaging*) jako *Messenger* či *Whatsapp*, *blogování*, *MOOG* a *MMPORG*², *videochatování* a *sdílení videa*, *sociální zpravodajské stránky bez profilového základu* jako *Reddit* (Sujon, 2021, s. 59). To mne vede k závěru, že by mezi SNS platforma Twitch nespádala, neboť by byla kombinací okamžité komunikace a sdílení videa, avšak navazování spojení není jejím primárním účelem.

¹ pozn. autora: *Jméno danah boyd se skutečně píše s malými počátečními písmeny. Jedná se o volbu autorky samotné. Její volbu respektuji, avšak pravidla českého jazyka předpokládají velké počáteční písmeno při začátku věty.*

² pozn. autora: *Tyto zkratky jsou neznámé, zřejmě se jedná o překlep. Z kontextu vyplývá, že se jedná o MMO a MMORPG, čemuž napovídá také informace ze Sujon, 2021, s. 49.*

1.3 Platformizace

Boyd a Ellison argumentují, že primárním účelem SNS není nalézání nových známých, nýbrž využívání již existujících latentních vztahů uživatelů. To je možné skrze funkci SNS, které tyto sociální vztahy zviditelňují a umocňují (boyd, 2007, s. 211). Ellison a spol. jdou ještě dál, když píší, že SNS přímo příležitosti ke komunikaci vytvářejí (Ellison, 2011, s. 130). To je součástí vývoje sociálních médií, která byla v průběhu času transformována z jednoduchých, jednoúčelových stránek, přes média s větším množstvím funkcí, až k současnému stavu platforem (Sujon, 2021).

Taina Bucher a Anne Helmond charakterizují *sociální mediální platformy* (z ang. *social media platforms*; přeložil autor) jako: „*digitální prostředníky, kteří spojují a jednají mezi různými zúčastněnými stranami, jako jsou koncoví uživatelé, vývojáři a reklamní partneři, z nichž každá má vlastní cíle a agendy* (Burgess, 2018, s. 243).“ K takovému vývoji podle Sujon došlo také díky rozmachu telefonních a mobilních technologií, respektive jejich softwaru – aplikacím, které soustřeďují konkrétní obsahy z internetu do uzavřeného prostředí, a naopak omezují volný pohyb uživatele po internetu (Sujon, 2021, s. 112). Aplikace však osidlují online prostředí, kde dochází ke strukturálnímu propojení a vznikají sociální mediální platformy (Sujon, 2021, s. 112).

Ve své práci rozumím platformě Twitch jako *sociální mediální platformě*. Tato teorie totiž nejlépe odpovídá principu Twitche, který *spojuje vysoké množství funkcí, například video, chat či monetizaci* (Ellison, 2011, s. 130). Vytváří tak prostor pro komunikaci či vytváření a udržování vztahů (boyd, 2007, s. 211).

2 Online/Offline

Elisson a spol. v kapitole s podnázvem *Jak Sociální síťové stránky ovlivňují procesy sociálního kapitálu* popisují vývoj vědeckého bádání o propojení online a offline světů. Používají dichotomii sdíleného zájmu a sdílené zeměpisné polohy (z ang. *shared interest / shared geography*; přeložil autor) a píše, že prve převládal předpoklad, že se lidé setkávají a tvoří nové kontakty v online prostředí na základě společného zájmu a ve fyzickém světě se tak s velkou pravděpodobností neznají. Podle takového narativu potom bylo fyzické střetnutí podmíněno předchozím setkání ve virtuálním prostředí, případně se vztah do fyzického světa nepřenesl zcela vůbec (Elisson, 2011, s. 125).

Z dalšího rozboru vyplývá, že zmíněná dynamika vztahu převládala, ačkoliv existovaly i opačné trendy, např. když byla emailová korespondence mezi spolupracovníky podmíněna předchozími manifestními i latentními vztahy (Ellison, 2011, s. 126).

Elisson a spol. dále zmiňují funkci sociálních médií, kterou je možnost navázat kontakt se zcela cizími lidmi. To se má dít skrze dříve zmíněný princip práce se seznamy kontaktů svých vlastních osobních kontaktů. Autoři tento princip kritizují a za normu považují hybriditu interakcí *v* a *mezi* online a offline prostředím (Ellison, 2011, s. 126). Jako příklad uvádějí situaci, kdy se ve fyzickém světě jeden ze dvou přátel odkáže k předchozí diskusi na platformě Facebook a následně v dané konverzaci pokračují tzv. *z očí do očí* (*face-to-face*), tedy v prostředí fyzickém (Ellison, 2011, s. 126).

Jelikož jsou sociální média „*hluboce vsazena v praxi naší každodenní komunikace* (Ellison, 2011, s. 125),“ a jelikož jsme skrze mobilní telefony i jiná socio-technická zařízení připojeni prakticky neustále, vykreslení hranice mezi online a offline světem již zdaleka nefunguje pro popis skutečné situace.

Autoři dále píší, že: „*spojení, která jsou ve fyzickém kontaktu vymezená bezprostřední blízkostí, jsou pomíjivá a často zanikají* (Ellison, 2011, s. 138).“ Na příkladu Facebooku tvrdí, že toto sociální médium pomáhá dočasné vztahy uchovat a podněcuje další aktivizaci vztahů. Stejně jako napomáhá k obnovení vztahů z osobní minulosti, umožňuje také různorodé jednání v rámci vztahů existujících i čerstvě vzniklých. Nejvíce se Ellison a spol. zaměřují na myšlenku obnovení „zapomenutých“ vztahů, jako např. nalezení bývalých spolužáků ze střední školy (Ellison, 2011, s. 138-139).

3 Drobné činy zapojení

3.1 Souvislosti

Ike Picone a kolektiv pro popis sociální interakce používají pojem *zapojení* (z ang. *engagement*; přeložil autor). *Zapojení* je označení vycházející z oboru Audience studies. S vývojem sociálních médií se měnil také pohled na jednání *diváků* (z ang. *audience*; přeložil autor). Např. zpráva *Digital news report* uvádí, že pouze 46 % lidí sleduje novinová média pasivně, zatímco dalších 21 % lidí je reaktivních, tedy noviny sdílí či komentují. Dalších 31 % lidí na základě stejných novin tvoří vlastní nový obsah jako komentáře či blogové články (Newman, 2016, s. 100). Lidé tedy nejsou pouhými pasivními konzumenty, ale aktivně se *zapojují* při tvorbě obsahu sociálních médií.

Autoři v textu *Small acts of engagement* rozebírají způsoby nakládání s obsahem sociálních médií. Popisují posun od obsahu *tvořeného* uživateli (z ang. *user-generated*; přeložil autor) k pojetí obsahu *obíhajícího* mezi uživateli (z ang. *user-circulated*; přeložil autor). Český ekvivalent je bohužel méně názorný než anglický originál. Pojem *user-circulated* totiž zachycuje nejen prvotní tvorbu, ale také sdílení, přijímání, komentování i další užívání obsahu, pro které má pojem souhrnně sloužit.

Autoři definují *zapojení* jako „*smysluplnou, všední činnost každodenního života, která slouží jako důležitý způsob propojení s politikou a veřejným světem* (Picone, 2019, s. 2015).“ Všednost a každodennost jsou v této teorii důležitými charakteristikami, jelikož ustupují od zobecňující makro úrovně a umožňují sledovat běžné *zapojení* v žité zkušenosti. Toto vymezení je zřejmé např. vůči Ørmenově popisu *zapojení* jako nástroje mediálních organizací a průzkumů trhu pro kvantitativní analýzu (Ørmen, 2015, s. 26).

Právě pro příliš obecnou perspektivu teorie *zapojení* přicházejí Picone a kolektiv s teorií *Drobných činů zapojení* (dále také jako SAOE) (z ang. *small acts of engagement*; přeložil autor). Ty chápou jako „*koncept zohledňující osobně motivované, společensky situované praktiky lidí účastnících se toků obsahu, přivlastňující si tento obsah v každodenním životě a tvořící individuální a skupinové identity* (Picone, 2019, s. 2015).“ Jsou to činy *osobně motivované*, tedy distancované od makro úrovně, která charakteristiky kvantifikuje.

3.2 Hodnotící kategorie SAOE

Příklady SAOE jsou *lajkování, sdílení a komentování*, tedy metriky, které umožňují člověku komunikovat svou identitu v online prostředí. Je ovšem potřeba rozlišovat míru *zapojení*. Picone a kolektiv vytvořili dvě základní charakteristiky, které SAOE vymezují: *investment* a *intention*³. *Investment* neboli *vklad* je souhrn všech minulých zkušeností člověka, které mu umožňují vykonávat určitou činnost plynule. *Intention* neboli *záměr* (přeložil autor) zase sleduje účel dané činnosti. (Picone, 2019, s. 2017)

³ pozn. autora: *Tyto pojmy budu nadále používat v originálním anglickém znění, neboť jsou významově svázány s teorií.*

3.3 Investment

Zásadní otázkou, která podle autorů vyžaduje další bádání, je, zda je *investment* měřitelná kategorie. Jedná se totiž o ryze subjektivní nastavení jedince. Člověk, který je v prostředí Twitchu nový, bude zřejmě jednat a komunikovat jinak než člověk, který je prostředí již uvyklý a zná např. styl komunikace dané komunity či význam jednotlivých *emote* ikon⁴. Nový jedinec se bude nad jednotlivými výrazy zamýšlet, zatímco pravidelný odběratel bude komunikovat uvolněně. Stav *flow*⁵, neboli stav *komunikační uvolněnosti*, je tedy vhodným indikátorem, avšak je nutné si uvědomit rozdíl mezi vkladem a příjmem informací (Picone, 2019, s. 2017). Jestliže divák dosáhne stavu *flow*, jelikož jej baví obsah, který influencer sdílí, neznamená to automatickou podmínku pro stav *flow* v komunikaci vůči chatu a influencerovi, který je sledovanou kategorií pro SAOE.

Dosud nejpřesnější definici tedy umožní jediné vztahení míry zapojení jedince právě vůči jedinci samotnému. „SAOE vyžaduje pouze drobnou investici ve vztahu ke schopnostem jedince (Picone, 2019, s. 2017).“ Drobným činem je tedy takový čin, který „nevyžaduje vystoupení z komfortní zóny každodenních činností (Picone, 2019, s. 2018).“

3.4 Intention

Druhou hodnotící kategorií je *intention*. Lidé mají různé motivace k participaci na sociálních médiích. Na jedné straně stojí záměry vedené *obsahem* a na opačné jsou záměry podmíněné *identitárně* (Picone, 2019, s. 2018). Přesto autoři tuto binární opozici nevnímají staticky, ale jako dva opačné konce škály. Lze totiž nalézt příklady, kdy není tak jednoznačné, jak

⁴ pozn. autora: Pojem *emote* ikon, nebo také emoji vychází z anglického *emotion icon*. Jedná se o piktogram, neboli obrazové vyjádření emocí, či jiné reakce.

⁵ pozn. autora: Pojem *flow* budu nadále používat v originálním anglickém znění, neboť je významově svázáno s teorií.

situaci zařadit. Představme si situaci, kdy jeden influencer navštíví chat infulencera druhého. Jeho úmyslem je podívat se, co se zrovna na streamu odehrává, a aktivně se zapojí prostým pozdravem v chatu. Lze v takovém případě říci, že se jedná o SAOE? Je možné říci, že se jedná o čin motivovaný identitárně: influencer se zkrátka přišel podívat na svého přítele. Osobně bych se přikláněl k opačnému hledisku, jelikož daný návštěvník vystupuje pod svým profilem infulencera, takže lze jeho jednání chápat jako propagaci jeho vlastního kanálu. V takovém případě se už jedná o záměr vedený obsahem. Můj výzkum ukazuje, že je taková situace pro interpretaci náročná, neboť vyžaduje znalost streamerova vysvětlení. Tento problém otevírá prostor pro další výzkum, který by mohl rozšířit teorii *zapojení*.

Picone a kolektiv proto říkají, že SAOE nemůže být řízen ambicí vytvářet nový obsah, ale naopak musí sloužit k sebe prezentaci a spojení s ostatními. Zajímavou vlastností potom je, že SAOE slouží jako nástroj uchovávací jedincovu identitu, usnadňuje mu jeho existenci v online prostředí. Např. když divák využívá vlastnosti platformy YouTube, která nabízí dvojici tlačítek *like* a *dislike*. Člověk tak sám právě těmito drobnými činy určuje, který obsah je pro něho hodnotný a který jej naopak nezajímá (Picone, 2019, s. 2019).

3.5 Potenciál SAOE

Drobné činy zapojení jsou velmi důležité, jelikož dávají moc do rukou lidí a utváří tak identitu člověka. Autoři upozorňují, že SAOE mají i kumulativní potenciál, který může vést k sociální změně. Ilustrují to na kauzách *#MeToo*, *#TimesUp* či *#BlackLivesMatter*, k jejichž globálnímu rozměru významně přispělo právě mechanické sdílení na sociálních médiích (Picone, 2019, s. 2022). Samozřejmě je nutné rozlišovat konkrétní činy a konkrétní příspěvky, neboť na subjektivní úrovni hraje kontext klíčovou roli. Zatímco jeden člověk

získá svým příspěvkem politický kapitál, druhý jedinec prezentuje své identitární přesvědčení.

„Drobné činy zapojení jsou tedy takové aktivity, které vyžadují poměrně malou investici pro plynulé zapojení do každodenní rutiny a které jsou motivovány především intuitivní vůlí prezentovat sebe sama a spíše tak utvářet svou identitu než produkovat informace (Picone, 2019, s.2019).“

4 Twitch

4.1 Vznik a vývoj

Sociální platforma Twitch.tv vznikla v červnu 2011, čemuž předcházela vývoj na její mateřské síti Justin.tv. Ta sloužila jako síť pro videostreaming IRL (*in-real-life*) obsahu, zatímco Twitch byl od počátku orientován striktně na herní obsah (Taylor, 2018, s. 4). Platforma zaznamenala prudký růst sledovanosti: Taylor uvádí, že se *„v roce 2014 Twitch v datovém provozu sítě v USA umístil v nejoytíženějších časech na čtvrtém místě v celkovém srovnání (Taylor, 2018, s. 64).“* Ještě v roce 2014 byla platforma zakoupena společností Amazon za 970 milionů dolarů (*Tamtéž.*). V roce 2016 byla na Twitch „zpět“ přidána možnost IRL a mezi povolený obsah tak bylo zařazeno mnoho nových kategorií, například *grafika, podcasty, hudba, vaření, sport* nebo *prostě pokec.* (*Tamtéž.*)

Samotná platforma o sobě hovoří takto: *„Twitch je místem živého setkávání milionů lidí. Sem si chodí každý den povídat, vytvořit vlastní zábavu a prostě být spolu (Twitch, 2024b).“* Mezi hlavní témata patří *hudba, sport* a *prostě pokec*, avšak herní obsah stále zůstává převládající kategorií (Twitch, 2024c). Dominantní postavení platformy mezi streamovacími službami potvrzuje V. Diwanji, který pro rok 2020 uvádí počet 15 milionů aktivních uživatelů denně (Diwanji, 2020, s. 2). Sledovanost jednotlivých streamů se může silně lišit na základě vysílané aktivity: jeden z nejznámějších streamerů xQc má průměrný počet diváků 35 tisíc, avšak v moment nejvyšší sledovanosti dosáhl na 278 tisíc diváků. (Tracker, 2024a) V Českém prostředí je

nejsledovanější Agraelus, který á průměrný počet diváků 3 tisíce, a v moment nejvyšší sledovanosti překročil 54 tisíc diváků. (Tracker, 2024b)

4.2 Streaming na Twitchi

Streaming je specifickým způsobem přenosu videa. Obsah je totiž vysílán v reálném čase. Twitch se proto odlišuje od jiných platforem, např. Youtube, kde jsou sdílána převážně videa předem nahraná a zeditovaná. Streamer, tedy influencer, který daný obsah vytváří, proto musí volit jiné strategie, jak zaujmout diváka a v ideálním případě si jej udržet po celou dobu vysílání (Jodén, 2021, s.1–2). Některé výzkumy se proto zabývaly způsoby interakce streamera vůči jeho divákům. Například Gandolfi navrhuje rozlišení tří komunikačních stylů: 1) *vyzyvatel*, který se zaměřuje na průchod hrou, 2) *bavič*, který zdůrazňuje zábavu a předvádění, a 3) *společník*, který využívá sociálního aspektu a podporuje spojení s diváky. To jsou samozřejmě ideální kategorie a styly jednotlivých streamerů se z podstaty mísí (Gandolfi, 2016, s. 77–78).

Streaming na Twitchi je také charakteristický chatem, který funguje paralelně s přenosem. Na rozdíl od verbálního projevu streamera, který je jednostranný, umožňuje chat textovou komunikaci mezi všemi zúčastněnými osobami. Představuje tak synchronní komunikaci mezi influencerem a jeho diváky. Situovanost diváků a jejich vztah vůči streamerovi jsou velmi různorodé. Divák může být stejně tak dlouhodobým podporovatelem, jako i náhodným návštěvníkem (Taylor, 2018, s. 39–41).

4.3 Motivace k participaci

Taylor stanovuje šest motivací, podle kterých diváctvo charakterizuje (Taylor, 2018, s. 39–41):

Touha: Divák může toužit stát se lepším hráčem. Věří, že se sledováním hry druhého člověka naučí nové strategie či taktiku pro průchod hrou. Obdivuje

schopnosti a znalosti streamera. Taktéž může chtít stát se sám influencerem. Tato kategorie se vztahuje k emotivitě a motivacím diváka a sleduje jeho touhy a naděje. Také bývá prvotním důvodem, proč se člověk stane divákem.

Vzdělávání: Tato kategorie navazuje na *Touhy*. Člověk je divákem, aby se rozhodl, zda danou hru chce hrát též, nebo aby se naučil konkrétní postupy hrou. Často se snaží vysledovat konkrétní mechaniku hry a způsob, jak s ní streamer nakládá, aby jeho postup mohl sám zopakovat. Streamer tomu může jít naproti svým komunikačním stylem a samotnou orientací streamu. Časté také je, že tyto tipy a triky sdílí na dalších sociálních platformách, jako je Youtube.

Inspirace: Inspiraci považuje Taylor za důležitou kategorii pro soudržnost komunity. Propojuje zkušenosti a prožívání diváka: sledovaný stream může v divákovi vyvolat silný pocit *zapojení*, jestliže se v něm odehrává něco, co již dříve znal. Může se jednat o hru samotnou, o nějaké dějství, či dokonce mechaniky řešení konkrétní situace, které v divákovi vyvolají touhu jít si hru zahrát sám. Divák si také může začít více vážit streamera, který mu takový prožitek umožnil.

Zábava: Zabavení diváka jde ruku v ruce s Gandolfiho komunikačním stylem *baviče*. Divák je stimulován prostřednictvím dění ve hře a schopností hráče, ale také prostřednictvím humorných situací a bavičských schopností streamera. Nelze opomenout prožívání průchodu hrou, kdy divák metaforicky cestuje spolu s postavou ve hře a je tak ještě více vtažen do dění na streamu. Divák také může přispívat k dění radami a připomínkami, stejně tak tato dynamika může být opačná a divák může být příjemcem těchto rad.

Komunita: Motivace sledovat stream pro komunitu, která jej podporuje a tvoří, zřejmě vzniká až v průběhu sledování přenosu. Divák se totiž nejprve musí s dalšími sledujícími seznámit a porozumět jejich způsobu komunikace.

Podle Taylor se prvotní divákovou motivací stává sledování samotného streamera pro obsah, který tvoří, a teprve později se připojuje v chatu k diskusím nejen o hře, ale také o soukromých životech či o dalších volných tématech. Zároveň je nutné mít na zřeteli, že kolektiv diváků bývá zcela anonymní, a to platí ještě více u větších přenosů, které sledují tisíce diváků. Tam potom může aktivita komunity připomínat fandící dav na fyzickém stadionu.

Prostředí: Předchozích pět motivací řeší především aktivní zapojení diváka, ať už skrze sledování děje, učení se, či komunikaci v chatu a přispívání nazpět. Motivace prostředím se ovšem vymyká. Je zcela běžné, že si divák pustí stream pouze jako pozadí pro jinou činnost. Ze streamu se stává obrazová či zvuková kulisa. Přesto se jedná o důležitou kvalitu divákova života a lze říci, že stále zůstává *zapojen* v dění na streamu. Taylor to vysvětluje touhou jedince být propojen se světem mimo své bezprostřední okolí.

Divácké motivace mohou být u každého člověka různé. Někdy je sledování řízeno snahou o poznání a naučení se nových herních možností, někdy za ním stojí touha naučit se hrát hry jako takové. Jindy je člověk na streamu přítomen proto, že je součástí vybudované komunity a konkrétní hra je mimo úhel jeho zájmu.

Další motivací může být také estetická či vizuální stránka vysílání. Někteří strameři sdílí pouze obraz hry s malým prostorem pro vlastní obraz z *web kamery*. Jiní však používají vlastní designované přechodové obrazovky, kterými vyplňují obraz například při čekání. Estetika se může týkat také vzhledu samotné streamující osoby od masek, přes líčení, třeba i po cílené zanedbávání svého vzhledu. K vylepšení vizuálu streamu také mohou streameři používat umělé osvětlení, či různé barevné podsvícení. I vizuální stránka streamu tedy může diváka zaujmout a motivovat k *zapojení*.

Streamer se také může rozhodnout využít funkce, respektive kampaně, platformy Twitch, zvané *Twitch drops*. Ty samotná platforma popisuje takto:

„Drops jsou odměny za sledování oblíbeného obsahu a kanálů! Každý drop má požadavek na dobu sledování stanovenou vývojářem hry. Sledováním zúčastněných kanálů se váš čas započítá do získání Dropu a související odměny (Twitch Help, 2024).“

Odměnou mohou být speciální herní předměty nebo tajné mise, které jsou spjaty se hrou, kterou kampaň propaguje. Divák, který se účastní kampaně následně tyto předměty a mise může využít při svém vlastním průchodu hrou. Streamer tedy pomocí *Twitch drops* může motivovat diváky ke sledování jeho streamu a zároveň tím také podporuje svou komunitu.

V mnohých případech se ovšem jednotlivé motivace mísí a divák využívá více motivací naráz. *Zapojení* je proto silnější například, když jeho oblíbený streamer hraje jeho oblíbenou hru, kterou již oba znají a mohou společně porovnávat jednotlivé volby herního postupu. Nebo třeba když se vizuální styl streamera shoduje s oblíbenou estetikou diváka.

4.4 Monetizace obsahu

U menších streamerů mohou zakládat komunitu jejich přátelé, u velkých z řady vystupují spíše moderátoři či lidé, kteří dali influencerovi nějaký důvod, aby si je zapamatoval. Tomu pomáhají také dvě další mechaniky Twitch: *subscribe* a *donate*⁶ (Taylor, 2018, s. 119). Ty jsou nejen způsobem monetizace obsahu, ale nabízí také určitá zvýhodnění pro plátce. Zatímco *donate* je jednorázovým darem, ačkoliv je náležitě oceněn, neposkytuje divákovi žádné dlouhodobé výhody, jestliže není opakovaný či v neočekávané výši. Naopak *subscribe*, nebo zkráceně *sub*, je pravidelným měsíčním příspěvkem. V současnosti stojí pro ČR 1. stupeň 3,99 €, 2. stupeň 7.99 € a 3. stupeň 19.99 € (Twitch, 2024a). Taková finanční podpora divákovi

⁶ pozn. autora: *Pojmy jsou v anglickém znění používány také samotnými komunitami, proto je ponechám v angličtině.*

zajistí mnoho výhod věcného charakteru, jako nabídku unikátních *emote* ikon, možnost sledování bez reklam, možnost chatovat v „uzamčeném“ módu pro předplatitele, ojediněle také možnost sledovat v módu pro předplatitele (kdy se veškerý obsah pro ostatní diváky uzamkne). Nejdůležitější je ovšem odznak předplatitele, který se divákovi v chatu objeví před jménem. Ten mu v komunitě zajišťuje „vyšší“ status a s ním spojenou větší oblíbenost a silnější slovo. Streamer potom při své nerozhodnosti může přistoupit na názor subscribera raději, nežli na slova běžného diváka (Taylor, 2018, s. 119).

5 Divácký profil⁷

Základní dynamikou twitchové komunikace je *top-down* přednes streamující osoby vůči divákům. Tento vztah funguje prakticky na obdobném principu jako sledování televizních pořadů a divák dokonce tuto možnost může zvolit. Divák se stává zdánlivě neviditelným, neboť komunita nezískává okamžitou zpětnou vazbu. Pro diváka však takové zapojení může být vysoce přínosné, nejen díky získávaným informacím, ale také prostřednictvím pocitu *zapojení*.

Obdobou je potom pasivní sledování, při němž se sledovaný obsah stává pouhým pozadím pro jinou činnost. Divák se tak věnuje odlišné činnosti, ať už ve fyzickém prostoru, nebo na jiné obrazovce počítače. Tyto varianty, aktivní i pasivní diváctví bez chatového zapojení, nemusí být podmíněny tvorbou *diváckého profilu* (dále jen profil). Ovšem existuje mnoho pragmatických důvodů, proč si profil vytvořit.

⁷ pozn. autora: Kapitulu *Divácký profil* jsem se rozhodl zařadit do teoretické části práce, neboť je to kapitola popisná, nikoliv vysvětlující. Celá kapitola je však založena na mém vlastním porozumění tématice, neboť jsem nenalezl žádný adekvátní zdroj, který by se tématu uživatelského profilu věnoval.

5.1 Faktory ovlivňující tvorbu profilu

Velká část obsahu je v dnešní době „zamčena“ za věkovou hranicí, mnohokrát spíše pro ochranu streamera před nepředvídanou situací, jako je zobrazení explicitního obsahu. S vytvořeným profilem potvrzujícím dosažení dospělosti se takový obsah stává dostupným.

Profil umožňuje ukládání sledovaných kanálů, a tedy jejich snadnější přístupnost a dohledatelnost v seznamu ovladatelném i z hlavní stránky Twitchu. Tento seznam také ukazuje, zda konkrétní osoba právě vysílá.

Nejdůležitějším prvkem je komunikace v chatu. V chatu probíhá veškerá diskuse a chat také umožňuje bezprostřední debaty. Člověk, který si nevytvoří profil, se nemůže chatu aktivně účastnit a sám do něj přispívat. Přitom je to právě chat, který utváří unikátní prostředí Twitchu.

Bez profilu také člověk nemůže využívat jednoduché monetizované způsoby podpory streamera. Možnosti *subscribe* i *donate* jsou úzce vázány na profilovou identitu diváka a je s nimi spojena také zpětná vazba ze strany streamera, ať už skrze automatizované vyskakující upozornění přímo na obrazovce přenosu, nebo skrze slovní poděkování za podporu přímo ze strany streamera.

Naposlední možností je vytváření seznamu přátel. Ten by měl umožňovat přímější komunikaci s lidmi, které si divák do listu přidá. Z mé zkušenosti se ovšem nejedná o nikterak žádanou funkci Twitchu. Mnohem používanější jsou totiž jiné sociální platformy, především potom Discord, kde se může komunita setkávat i mimo vysílací dobu streamu.

5.2 Pseudo-alternativní identita

Skrze divácký profil se tedy člověk připojuje k platformě a skrze svůj profil také komunikuje svou identitu. Neznalý člověk profil uvidí pouze jako anonymní jméno, respektive přezdívku, v *anonymním chatu*. Jméno, které doprovází psané komentáře. Pro komunitu kolem streamera však takový profil znamená mnohem více. K danému profilu si totiž mohou dosadit konkrétního člověka, kterého během vzájemné komunikace poznali.

Pojmu *identita* rozumím tak, jak jej popisují Orsatti a Riemer:

„Identita zachycuje způsoby, jakými aktivně žijeme své životy v různých kontextech, jak nás utvoří sociální zvyklosti, ostatní lidé a naše jednání ve světě. Identita je v tomto pojetí 1) mnohočetná, sociální a neustále se stávající, a tedy nikdy ne konečná, a 2) aktivně dosahovaná, utvářená prostřednictvím toho, co jsme nazvali vytvořením identity (Orsatti, 2015, s. 10).“

Pro účely této práce rozlišuji mezi *identitou fyzickou* a *identitou online*. Fyzickou identitou rozumím identitu každodenně žitou ve fyzickém světě. Identitu online chápu jako identitu vztahující se k virtuálnímu, tedy online prostředí. Pro online identitu také používám pojem *alternativní identita*, neboť lze z vnějšího pohledu identitu naplňovanou kontextem Twitchu vnímat jako alternativní, neboli neobvyklou.

Ve svém výzkumu se snažím prozkoumat předpoklad, že jsou *fyzická* i *online* identity propojeny a že se pouze jedná o projevy jedné identity v různých prostředích. Vycházím právě z tvrzení, že: *„Identita zachycuje způsoby, jakými aktivně žijeme své životy v různých kontextech (Orsatti, 2015, s.10).“* Proto používám pojem *pseudo-alternativní identita*, který se k tomuto předpokladu vztahuje. *Pseudo-alternativní identita* je taková identita, v jejíchž projevech jsou vidět projevy fyzické i online identity.

V tomto duchu také vnímám anonymitu chatu, respektive celého prostředí Twitchu, které se z laického pohledu projevují jako anonymizované. Neznalý

divák totiž uvidí pouze přezdívky, kterými se lidé v chatu prezentují. Lidé, kteří však znalost prostředí a lidí v komunitě mají, chat mohou přestat považovat za anonymní. Proto dále v textu chat nazývám pseudo-anonymním.

Metodologická část

6 Motivace

Do prostředí Twitchu jsem se poprvé dostal již na střední škole. Zajímal jsem se tehdy o herní videa na platformě Youtube, kde jsem také narazil na tvůrce videí, který si říká Agraelus. Jelikož jsem měl o jeho obsah zájem, nechal jsem se také nalákat na jeho stream na Twitchi. Postupně se mi tak začal otevírat nejen svět počítačových her, ale také jedinečný žánr přímého přenosu, při kterém diváci spoluutvářejí prostředí streamu diskusí, fanděním, ale také něčím, co bych nazval zúčastněnou přítomností. Tedy přítomností, která se neprojevuje ustavičným vyjadřováním v chatu.

Zprvu jsem stream sledoval aktivně a pokoušel jsem se zapojit v chatu, po čase jsem si ovšem uvědomil, že pro mne obsah jednotlivých vysílání začíná být cyklický. Využíval jsem stream spíše jako zvukovou clonu na pozadí jiných aktivit. Obsahu streamů jsem již nevěnoval pozornost, nicméně pro mne byla významná sama komunita, a toužil jsem k ní proto zůstat připojen. Rovněž jsem vnímal, že se o tento online svět zajímají někteří spolužáci, a ti pro mne odkryli další aspekt streamingu. Sledovali profesionální hráče a učili se jejich strategie, čímž se sami zdokonalovali.

Posléze jsem objevil malou komunitu okolo streamerky Darzy, kde jsem se opět začal zapojovat aktivněji. Přispíval jsem do chatu, pokud mě nějaké téma zaujalo, nebo abych se spolu s ostatními bavil různými poznámkami a vtipy na adresu hrané hry či někoho z kolektivu

Když tedy přišlo na výběr tématu této práce, vzpomněl jsem si na zvláštní dynamiku online prostředí, které – oproštěno od zaběhlých pravidel fyzické komunikace – působilo svobodně a volně. Zaujal mě způsob komunikace, kde emoce a nálady nahrazují kreslené emoji a všelijaké jejich komunitní úpravy a kde lidé mluví jeden přes druhého, a přesto se dostává slova

každému, kdo se chce vyjádřit. Všiml jsem si také, že mí přátelé, kteří se v prostředí Twitchu pravidelně pohybují, přejímají charakteristické formulace i do komunikace ve fyzickém světě. Nejen více známé zkratky jako OMG či LOL, ale také platformově specifické emoty jako AgrE (vyjadřující určitý cynismus či pocit tzv. *cringe*), pepeLaugh (vyjadřující situaci, kdy člověk pláče smíchy) nebo třeba monkaS (vyjadřující strach či úzkostné očekávání).

Zároveň jsem si začal všimnout způsobu, jakým různí lidé komunikují své identity. Zatímco někteří účastníci byli v komunitě zcela anonymně, jiní se nebáli otevřeně sdílet informace, které působily jako představení osobních identit. Myšlenka, že se může jednat jen o hru s identitami mě přivedla k úvaze, zda jsou, nebo nejsou alternativní identity odlišné od dalších identit fyzické osoby. Za každou přezdívku, za každým profilem v chatu, za každým divákem se totiž stále nachází fyzický člověk, který má nezpochybnitelný vliv na tu konkrétní alternativní identitu, která se tak stává pseudo-alternativní.

Za důležité také považuji uvědomění, že snaha kategorizovat motivace jednotlivých diváků neumožňuje dostatečné podtržení každodennosti a ambientní zúčastněné přítomnosti. Bylo by možné celé prostředí psychologizovat a pátrat například po emocích, ovšem tím nelze vystihnout sociální aspekt Twitchu, jako online platformy slučující uživatele navzdory anonymitě.

6.1 Vymezení cíle a výzkumné otázky

Cílem mé práce se proto stalo prozkoumat sebeprezentaci diváků na platformě Twitch skrze *výše rozebíranou* teorii *Small acts of engagement*, která se zaměřuje na přehlížené činy v naší každodenní aktivitě

Hlavní výzkumná otázka:

1) Jakým způsobem se *Small acts of engagement* projevují na platformě Twitch?

Vedlejší výzkumné otázky:

2) Jak se na Twitchi projevuje *pseudo-alternativní identita*?

3) Jakou roli hrají *drobné činy zapojení* v prezentaci *pseudo-alternativní identity*?

4) Jakým způsobem funguje kategorie *investment* a *intention* v prostředí Twitch?

7 Výzkumná strategie

Digitální etnografie je relativně nová výzkumná metoda, která se nadále vyvíjí. Mezi akademiky je stále vedena diskuse, zda lze fyzické a digitální prostředí ve výzkumu rozdělovat, nebo je naopak nutné brát v potaz jejich propojenost (Paoli, 2021). V sociálních vědách jsou používána také označení virtuální etnografie nebo online etnografie (Paoli, 2021, s. 255). Etnografické pole není inherentně omezeno na konkrétní prostředí, ale je úkolem badatele, aby svůj prostor vymezil. Badatel by se neměl omezovat na jednu komunitu, ale měl by vnímat vzorce významů napříč sociálními a digitálními sítěmi (Paoli, 2021, s. 260).

„Etnografie sociálních médií zahrnuje typy výzkumu zaměřené na studium vzorců aktivit nebo chování na sociálních sítích. Tyto vzorce se zkoumají na základě uživatelských příspěvků, které představují jejich verbální nebo vizuální projevy (Paoli, 2021, s. 263).“

Data mohou být objevena pomocí počítačových algoritmů či skrze interní platformově specifické vyhledávače (Paoli, 2021, s. 263). Já jsem zvolil metodu zúčastněného pozorování, tedy etnografický postup, kdy je badatel aktivní součástí sledované skupiny. Roman Švaříček tuto metodu popisuje následovně:

„Zúčastněné pozorování znamená takový druh pozorování, kdy sledujeme studované jevy přímo v prostředí, kde se odehrávají. Toto pozorování se nazývá zúčastněné proto, že dochází k interakci mezi výzkumníkem a pozorovanými účastníky výzkumu, i když badatel nezasahuje [do děje] (Švaříček, 2007, s. 144) [editoval autor].“

Výzkum v digitálním prostředí Twitchu má svá specifika, neboť badatel sledovanou skupinu nevidí. Může tak pracovat pouze se třemi zdroji informací. Primární jsou textová vyjádření v chatu. Druhotné jsou potom finanční dary (*donate*), ale také pravidelný odběr kanálu (*subscribe*). A možným zdrojem je také streamer samotný, který též může sdílet informace o lidech v chatu.

8 Výzkumný vzorek

Pro výzkumné šetření jsem vybral tři streamy, každý od jiného streamera. Snažil jsem se vybrat taková vysílání, která jsou malá rozsahem diváků, neboť u velkých influencerů se diskuse v chatu stává chaotickou a nepřehlednou. Dalším kritériem bylo, aby streamer většinu přenosu zaplnil hraním počítačové hry, neboť se jedná o kategorii, která celou platformu reprezentuje. A poslední podmínkou bylo, aby se stream odehrával v českém jazyce. Výzkum českého Twitchového prostředí je totiž z etnografické perspektivy zcela neprobádáno.

Tato tři kritéria mi výběr ztížila, neboť v českém prostředí není jednoduché najít tři obdobně velké komunity, kde by streameři hráli žánrově podobné

hry. Nakonec jsem proto zvolil streamerku *DarzyArt* a její průchod příběhovou hrou *The Last of Us* (Sony, 2023); streamera *Dvorsona*, který hrál MOBA (*Multiplayer online battle arena*) hru *League of Legends* (Riot, 2009) a streamera *JoranTheViking* s jeho průchodem akční adventury *Red Dead Redemption 2* (Rockstar, 2019).

DarzyArt: Jak napovídá její přezdívka, dříve se zabývala uměleckou tvorbou, především kreslením. Například také tvořila specifické emoji, na zakázku pro jiné streamery. V současnosti se na streamech věnuje pouze hraní počítačových her, kterých v živém přenosu dohrála již 137. Darzy jsem pro výzkum zvolil především pro její komunitu. Ačkoliv má 5,5 tisíce sledujících, na jejích streamech je pravidelně kolem třiceti diváků.

Dvorson: Streamer, který má svůj kanál zaměřený na jedinou hru, a sice *League of Legends*. Mezitím však se svými diváky zvládá diskutovat o všelijakých tématech, počínaje herní strategií, konče u osobních příběhů nebo politických témat. Dvorsona jsem si vybral, neboť má dynamický chat. Má také větší komunitu diváků. Jejich počet osciluje od několika set, až k tisíci, Jeho kanál však sleduje až 21,7 tisíce lidí.

JoranTheViking: Jorana jsem zvolil, protože slučuje důležité charakteristiky předchozích zmíněných. Má totiž stabilní komunitu, která je rozsahem v nižších stovkách sledujících. Stejně jako u Dvorsona se v diskusi střídají herní témata s dialogy o světonázoru a osobních zájmech. Jeho kanál sleduje 13 tisíc lidí.

Klíčem k výběru tedy byla velikost komunity, žánr streamovaného obsahu a jazyk projevu. Na základě pozorování jsem vytvořil tři přepisy, se kterými jsem dále pracoval. Přepisy mám pro přehlednost rozdělené následovně: zelenou barvou jsou zvýrazněni streameri a jedná se o přepis jejich ústního

projevu, naopak červěně jsou podbarveny projevy diváků, kteří píší do chatu. Přepis má tedy takovouto strukturu:

31:56 **Darzy**: Ještě nevím, z čeho by to mělo být, ta nákaza, vole. To je fuk, to asi dozvíme.

32:05 **GhorTheFartSniffingMaster**: nejsou to ty houby ?

32:09 **Vulvodynia666**: houby, plíseň

9 Analýza dat

Pro práci s daty jsem zvolil metodu Descriptive coding, tedy Popisné kódování. Jedná se o metodu kvalitativního výzkumu, při níž badatel hledá ve zkoumaném textu konkrétní témata, která obsah charakterizují. Johnny Saldaña upozorňuje na rozdíl mezi tématem a obsahem: zatímco obsah je sdělením samotným, tedy souhrnem informací a myšlenek, téma je obsahu nadřazeno a mělo by vystihovat o čem obsah je (Saldaña, 2013, s. 88).

Cílem takového kódování by mělo být obecné zaznamenání motivů daného prostředí. „Hlavním cílem [deskripce] je pomoci čtenáři vidět, co jste viděli, a slyšet, co jste slyšeli. (Saldaña, 2013, s. 88) [editoval autor].“ Badateli by tedy taková metoda měla pomoci zprostředkovat zkoumané prostředí za cenu určitého zjednodušení. Za ideální kód Saldaña v tomto případě považuje jednoslovné podstatné jméno.

Příklady z mého výzkumu mohou být kódy *meme*, *kulturní reference* či *fyzická identita*. Tyto kódy se v přepisech opakují a poukazují na témata znalosti komunity, online prostředí a každodenní fyzické identity.

Kód *meme*:

KiLkooo: lvl 1 rook vs lvl 50 mafia boss?

Franz_94_: vaše máma je pomalá ... dobrý večer OpieOP)

Kód kulturní reference:

dzusik9987: gde pedro pascal?

Kvassassin: v tristan a isolda hraje podle všeho i Cavill a vypadá jako v zaklínači jenom mladší a s černýma vlasama xdd

Kód fyzická identita:

GhorTheFartSniffingMaster: dneska jsem betonoval podlahu a nebyl jsem u vietnamce

sh1eldmaiden: zítra pojedou autem ráno po celé Praze jen proto, aby jsem zkontrolovala kočičákovi oči... Jsem to ale odvážná žena), které se pravidelně objevovaly v mých přepisech.

10 Etika výzkumu

Při výzkumu mi vyvstaly dvě etické otázky: anonymizace a získávání informovaného souhlasu.

Jelikož se můj výzkum týká pseudo-anonymního online prostředí, bylo nutné se rozhodnout, jak budu přistupovat k anonymizaci dat, především jmen profilů diváků a streamerů, jejichž vysílání jsem zkoumal. Za každým profilem se skrývá skutečný člověk, který na sebe v prostředí Twitchu může prozradit osobní informace.

V mé volbě figurovaly dva argumenty: Zaprvé si musíme uvědomit, že se jedná o veřejný prostor. Platforma Twitch je veřejně přístupná a streameři i diváci na ní vystupují dobrovolně. V případě práce se soukromými daty potom takové informace z této práce vynechávám. Zadruhé pracuji s faktem, že jsou Twitchové profily již z podstaty anonymizované, jelikož většina uživatelů používá přezdívky, které samy o sobě ztěžují dohledání fyzické identity uživatele.

Ve věci informovaného souhlasu jsem se pokusil zkontaktovat všechny tři streamery na jejichž vysílání jsem se pro účely této práce pohyboval. Každému jsem odeslal email na adresu, kterou sami uvádí jako oficiální.

Souhlas s výzkumem jsem obdržel pouze od jednoho, ostatní mi zpětnou vazbu nedali. To by mohlo být potenciálně problematické v případě poškození dobrého jména některého z nich. Je také třeba pamatovat na fakt, že tvorba těmto streamerům může generovat finanční zisk. Jelikož se z podstaty jedná o veřejný prostor a tito lidé vystupují jako veřejné osoby, domnívám se, že se zveřejněním práce nedopouštím zásadního zásahu do jejich osobních informací. Rozhodl jsem se tedy, že ve svém výzkumu všechna tři prostředí ponechám.

Praktická část

11 Vytváření vztahů

Funguje tedy utváření přátelských vztahů na Twitchi odlišně než předpokládá teorie SNS? Místo umělých struktur, tedy seznamů přátel, si člověk vytváří vazby dlouhodobým setkáváním přímo v chatu některého ze streamerů. Vytváření vztahů mnohdy podporuje také samotný streamer, když oslovuje každého nově příchozího diváka, čímž dává prostor jejich *zapojení* do dění na streamu.

17:15 **Darzy:** Čuuus, Chat. Čus čus čus.

17:19 **Darzy:** Ne. Tady. Ty vole. Jenom mám zapnout, vypnout filtr, nebo jsem úplně dojebala webku? (smích) Počkej, se budu muset podívat na to nastavení. Tu povypínám hovna, jako Porofesora (edit: program k League of Legends) a podobný sračky, který teď nepotřebuju.

17:43 **Darzy:** Tak dobrá, podívám se na to, vole. (smích) Jsem nějak bez barvy, ty vole.

17:48 **Nibussa:** jo tak filtra ma nas tady sali D:

17:49 **dzusik9987:** MyAvatar

17:52 **Darzy:** Hmmm. Já jsem to dala na... já jsem to posunula o tisícovku tu hodnotu. (smích) Si říkám, ty vole. Takže teď už by to bylo jako... teď už by to sedělo, hej?

18:07 **Darzy:** Hej tak s filtra ma nás tady šálí? Ne jako reálně, kdyby... To nejsou filtry, to je prostě jenom nastavení té webky. To je prostě jenom já, kontrast a tady tyhle hovna. Aaaa... tady tohle bylo vyvážení bílé, co jsem posouvala.

18:27 **Darzy:** Čauko Mnichu, Nibusso, Ghorusi a Džusíku. Jinak, Ghorusi, úplně se mi nechce, nechce věřit, [...]

V chatu také můžeme vidět vzájemné vítání lidí, kteří se z tohoto prostředí již znají. Především na větších streamech je ovšem zcela běžné, že známějšího člověka zdraví také lidé, kteří s ním nemají žádné očividné spojení. Jedná se tedy spíše o mechanismus, který divákům umožňuje prožít *zapojení*, tedy „*rutinu motivovanou především intuitivní vůlí prezentovat sebe sama a spíše tak utvářet svou identitu než produkovat informace* (Picone, 2019, s. 2019).“ Právě

taková aktivita zvýrazňuje přítomnost dalších lidí, kteří se třeba běžně nevyjadřují, a to přispívá k tvorbě jejich identity.

Ačkoliv by měl chat sloužit primárně k diskusi týkající se hry, které se právě streamer věnuje, můj výzkum ukazuje, že je diskuse v chatu spíše nahodilá. Jistě, řešení herní strategie je velkým tématem, ovšem mimo něj se různými asociacemi či prostou touhou podělit se o vlastní příběh či názor objevují také témata osobní. Příkladem může být dilema diváka *GhorTheFartSniffingMaster*, který se zeptal: „*Jak napsat mému novému vedoucímu, že jít do hospody 1. den s kolegama z práce a spát v hotelu nepomáhá mojí antisociální duši? monkaHmm*“ Na první pohled je možné říci, že dává lidem v anonymním chatu důvěru, že mu s takovým problémem poradí. Já v takovém prohlášení nalézám další dva fenomény. Zaprvé svým prohlášením naznačuje svůj socio-ekonomický status a prozrazuje tak část své fyzické identity. A zadruhé je nutné si uvědomit, že se pravděpodobně jedná o řečnickou otázku, nevyžadující jednoznačnou odpověď, ale jde spíše o snahu rozproudit diskusi o vztahu zaměstnání, osobního volna a mentální pohody.

Právě předkládání informací, jakýchsi střípků z osobního života, pomáhá udržovat pocit *flow*. Skrze vztahování dílčích témat vůči vlastní osobě může docházet k emočnímu zapojení diváka, a to zase zvyšuje afinitu vůči komunitě. Picone a kolektiv popisují pocit *flow* z perspektivy jedince, který nějakou informaci sdílí, tedy z pohledu diváka, který píše do chatu a posiluje tak své *zapojení*. (Picone, 2017) Stejně důležité v rámci *zapojení* je vytváření balíku vědomostí, a tudíž i příjem informací. Příjem potom může ovlivňovat příští výdej, ale není pro něho podmínkou.

12 Emote

Jestliže jsou automatizované promluvy v chatu *drobnými činy zapojení*, jejich bytostným projevem jsou *memy* a především *emoji*. U nich dochází k absolutní redukci psaného projevu, avšak význam sdělení zůstává zachován. *Emoji*, twitchovým slangem *emoty*, získávají prostřednictvím sociální interakce nové významy, které se na *emote* nabalují. Příkladem může být interakce kolem umírající postavy, která je důležitá pro hlavního hrdinu hry.

38:55 **Darzy:** (interakce ve hře) Umírá postava Sary.

38:55 **dzusik9987:** F FeelsRainMan

39:02 **Darzy:** F, Chat. F. Tady... už... je to v prdeli.

39:07 **enlightment1324:** F

39:14 **GhorTheFartSniffingMaster:** do hlavy tohle je kokot

39:32 **dzusik9987:** aspoň z něj nebude H OMEGALUL uba

39:39 **Darzy:** Aspoň z něj nebude houba? Woow, Džusíku! (smích) Common.

39:45 **Nibussa:** vsak tam byla sotva 10 minut, ani nevím o koho se jedna Keepo

39:46 **Darzy:** Takže co, žejo. Alespoň z něj nebude houba. (ironicky) ... Tak konec hry, Chat. (na obrazovce se objeví titulky)

39:52 **enlightment1324:** gg

Diváci reagují psáním písmene „F“, což je reakce, která se rozšířila na základě hry Call of Duty. Ta hráči nabídla uctění památky padlého vojáka výzvou „Press F to pay respects.“ (*Zmáčkni F pro vyjádření úcty.*) Z prosté herní mechaniky se především skrze zapojení twitchový chat brzy stal *meme*, který je dnes používaný herní komunitou prakticky kdykoliv, kdy je potřeba vyjádřit smutek. Shifman definuje pojem *meme* jako:

„(a) skupinu digitálních předmětů, které mají společné charakteristiky obsahu, formy a/nebo postoje, které (b) byly vytvořeny s vědomím jeden druhého a (c) byly šířeny, napodobovány a/nebo transformovány prostřednictvím internetu mnoha uživateli (Shifman, 2014, s. 41).“

Další běžný *meme* je také prohlášení „konec hry“, když se ve hře objeví začáteční titulky. To je umožněno oddělením prologu od hlavního korpusu děje. Zároveň je běžné, že prolog končí kataklyzmatickou událostí. Proto

vzniká potenciál pro humornou situaci a v důsledku také sociální sdílení vzniklého *memu*.

Za povšimnutí také stojí formulace „H OMEGALUL uba“. Jedná se o úpravu slova *houba* a divák reaguje na herní mechaniku, kdy se ze zemřelých stávají skrze houbovou nákazu nemrtví. Výraz OMEGALUL je v Twitch chatu zobrazen jako hlava s obrovskými ústy, což má představovat velmi silný smích. V podstatě se jedná o úpravu zkratky LOL, z anglického *laughing out loud* (*smějí se nahlas*; přeložil autor).

Emoty fungují jako obrazová alternativa slovního vyjádření emocí. Považují je tedy za ryzí projev drobných činů zapojení, neboť čerpají ze zkušenosti a obeznámenosti diváků s kontextem a jsou zcela bezprostřední reakcí na vzniklé situace (Picone, 2019, s. 2017). Emoty jsou zároveň názornou ukázkou *obíhajícího obsahu* (*user-circulated content*), neboť jejich význam vzniká sociálním sdílením.

Myslím, že již lze odpovědět na první i druhou vedlejší výzkumnou otázku. *Jak se na Twitchi projevuje pseudo-alternativní identita? A jakou roli hrají drobné činy zapojení v prezentaci pseudo-alternativní identity?* Pseudo-alternativní identita je v prostředí Twitchu vázána uživatelským profilem. Projevuje se nejen v chatu na Twitchi, ale je přenositelná také na jiné platformy. Interakce v chatu identitu nejen odráží, ale také posilují. Interakce jsou dynamické a reaktivní a drobné činy zapojení v nich hrají klíčovou roli. Drobné činy zapojení silně přispívají k budování komunity v online prostředí Twitchu.

13 Investment

Mé chápání kategorie *investment*, jak jej předkládají Picone a kolektiv (Picone, 2019, s. 2017), se zakládá na subjektivitě této kategorie. Divák by na základě tohoto předpokladu měl oplývat silnou znalostí diskutovaného problému, aby se z jeho strany jednalo o *drobný čin zapojení*. To by dokazovala i následující výměna slov, ve které se Dvorson rozhoduje, který předmět má ve hře koupit.

59:07 **Dvorson**: (reaguje na hru) Já nevím, jestli. Tak vezmeme Hydru, žejo.

59:12 **KiLkooo**: eclipse se hraje

59:16 **your_friend_darkness**: Jak jako ošklivej??? Se nekoukáš do zrcadla???

59:22 **KiLkooo**: hydra se hraje prophane když už

59:28 **Dvorson**: Jak jako ošklivej, ty se nedíváš do zrcadla? Ale prosimtě [není rozumět]. Jako eclipse by šel, to je fajn. Prophane, když už? Já chci ten Tiamat, teďka. Já nevím, proč se tak štítíš, Kilko, stavět ten Tiamat samotnej.

59:44 **disgustsme**: @your_friend_darkness ženy to mají snažší change my mind

59:51 **demon_noci_**: @your_friend_darkness jn kdyby viděl mě SadgeCry

1:00:02 **KiLkooo**: tak to stavíš na champy co nemaj clear, s tím zrovna riven problém nemá xdd

Je zřejmé, že *Dvorson* i *KiLkooo* mají oba velmi dobrou znalost herních strategií, znají herní terminologii i konkrétní postupy v probíhající fázi hry. Také způsob, jakým názorová výměna proběhla, odpovídá pojmu *flow*. Tento hovor tedy potvrzuje tezi, že je pro SAOE nutná předchozí znalost tématu, neboť laik by takový názor nikdy předložit nemohl.

Když se však zaměříme na nějakou diskusi, která je vedena v obecných pojmech, se kterými jsou všichni obeznámeni, ukáže to jistou slabinu kategorie *investment*. Jak totiž máme hodnotit běžný rozhovor, který nevyžaduje konkrétní expertízu? Jedná se automaticky o SAOE? Příkladem může být následující výměna:

2:41:30 Dvorson: (Reaguje na hru)
2:41:36 Kvassassin: huh
2:41:43 your_friend_darkness: huh
2:42:02 ptakopyskbarry: huh
2:42:09 KiLkooo: to je ahoj v maďarštině xdd
2:42:18 StreamElements: O aktuálním elu se dozvíš z odkazů pod streamem :)
2:42:19 Dvorson: Ahoj v Maďarštině? Další Slováci na streamu...
2:42:25 ptakopyskbarry: conducKectwitch conducKectwitch conducKectwitch
2:42:27 Dvorson: Okej, teďka ten damage byl, celkem ale.
2:42:48 heatergames_2: nesnasim jak si slovaci myslí ze jim češi rozumi
2:43:16 heatergames_2: true
2:43:23 ptakopyskbarry: Jn

Zde streamer reagoval na zvláštní situaci ve hře, a na to diváci v chatu synchronně odpověděli citoslovcem údivu. Následně vznikl řetězec vtipů, které se strefovaly do česko-slovenských vztahů, na což asociací zareagoval uživatel *heatgames_2*, který začal sdílet osobní příběh o vztazích ve své práci. Z mého pozorování dynamiky ovšem nevyplývá, že by tento druh humoru byl specifický pouze pro prostředí Dvorsonova streamu.

Myslím, že tento faktor není v SAOE dostatečně zdůrazněn. Kategorie *investment* může být ovlivňována nejen znalostí specifickou pro konkrétní prostředí, ale reakce člověka mohou vycházet také z obecné znalosti, která se týká i majority. Nakonec, *drobné činy zapojení* jsou vlastní každému jednomu člověku.

Pokládám za vhodné znovu otevřít otázku definice kategorie *investment* a přehodnotit její odlišení od kategorie *input*. *Input* znamená *vklad* a příkladem má být např. *kliknutí* na tlačítko *sledovat*. (Picone, 2019, s. 2016) Picone a kolektiv tvrdí, že zatímco *input* při psaní komentáře bude pro všechny stejný, *investment* se bude lišit na základě sumy zkušeností jedince. (Tamtéž.) *Input* má být objektivní kategorií, zatímco *investment* znamená subjektivní balík zkušeností, jež se u každého mají z principu lišit. Jestliže se však komunikace

v chatu ukazuje být plynulá i ve zdánlivě specifickém tématu, musí se zkušenosti diváků shodovat.

V takovém případě by kategorie *investment* platila spíše pro rozeznávání diváků nových, kteří zjevně nebudou prostředí uvyklí a komunikace, aby dosáhli stejné míry *zapojení*, jako zkušení členové komunity, pro ně bude znamenat větší úsilí. Domnívám se tedy, že kategorie *investment* vyžaduje další přezkoumání, především potom na úrovni osobních rozhovorů s lidmi, kteří jsou pobytu v online realitě uvyklí. Pro další výzkum navrhuji porovnání platformově specifické zkušenosti z Twitchu s jinou specifickou sumou vědomostí z fyzické reality. To by mohlo prokázat novou dynamiku kategorie *investment*.

14 Intention

Jestliže se Picone vymezuje proti Ørmenově pojetí *zapojení* jako kvantifikovatelně měřitelného jevu, můžeme se pokusit zpětně použít toto pojetí v rámci Piconeho teorie. Kategorie *intention* je chápána jako škála mezi motivací *identitou* a motivací *obsahem*. Jako příklad lze uvést funkci Twitchu, zvanou *raid* (*nájezd*; přeložil autor), tedy cílený přechod diváků, vyvolaný streamerem, na vysílání jiného streamera. Z kvantitativního hlediska bychom mohli předpokládat, že je tento čin streamera motivován obsahem, konkrétně ziskem. Sdílení komunity diváků může být chápáno jako zviditelňování svého jména v komunitách jiných streamerů. Po provedeném nájezdu, zde totiž tito diváci i streamer většinou nějakou dobu pobývají a baví se s celou „novou“ komunitou.

Také komunita, na kterou byl nájezd proveden, může dokazovat kvantitativní charakter takové činnosti:

1:01:27 **Cyagonize**: 53 raiders from Cyagonize have joined!

1:01:30 **morloxz**: morlox1Hey morlox1Hey cyagoSup cyagoSup

1:01:27 **Dvorson**: Takže já dostávám šlupku jak hovado. A já jako věřím, že to vyhrála ta Poppy, no, tu top linku.

1:01:34 **KiLkooo**: YEP

1:01:37 **Kvassassin**: +53

1:01:35 **Dvorson**: Po tom jednom killu bych anyway to zvládl. ... Cyo, díky za hosta. Ahoj. Hm.

1:01:45 **Cyagonize**: @Dvorson np cau cau

Uživatel Kvassassin ihned využívá raidu k poukázání na nárůst diváků na streamu, když píše „+53“. Ukazuje tak, že si i diváci sami všimají počtu diváků, což může posilovat jejich pocit přináležitosti ke komunitě. V prostředí tohoto streamu je navíc takové měření podporované i samotným streamerem, který své diváky povzbuzuje, aby mu věnovali finanční dar prostřednictvím placeného *odběru*.

21:35 **KiLkooo**: !subs

21:35 **StreamElements**: @kilkooo kanál Dvorson v tuto chvíli podporuje 99 lidí.

21:48 **KiLkooo**: 99, dejte někdo ten jeden sub dvorSleeper

21:49 **Dvorson**: Subs 99? Kdo bude stý, Chat? Kdo bude stý?

21:56 **plechovka1996**: ne BasedGod

Toto chování ukazuje, že jsou měřitelná čísla pro streamera i komunitu důležitá: streamer tak nejen prokazuje, že je pro své diváky důležitý, ale také získává peněžní dary. Naopak pro komunitu čísla dokazují přináležitost, ale mohou také sloužit jako zdroj zábavy. To dokládá odpověď uživatele *plechovka1996*, který se proti povzbuzování zdánlivě vymezuje, ovšem doprovází to emotem, který význam odpovědi obrací v humornou provokaci. V tomto případě se tedy jedná o SAOE motivované obsahem.

Vůči tomu se ovšem svým chováním vymezuje JoranTheViking, který vybírá „oběť“ raidu nezištně.

3:57:08 **eradix2**: Díky moc za stream :) A já ti ten dnešní den ještě kurevsky zlepším LUL LUL

3:57:19 **patsursk**: mangor14Nazdarek froste124Ahoj HeyGuys joranHI bejkHey bladew11Nazdarek

03:57:25 **Joran**: Já ti ten dnešní den ještě kurevsky zlepším? Jo, ty chceš ještě po mně ty debilní pointy? No hele, času dost. Teďka jdu ještě někam, teďka vás jdu ještě někam poslat. Ačkoliv ještě nevím kam.

3:57:36 **Correys**: Dobrou chuť i noc peepoHey

03:57:38 **Joran**: Klaruša hraje Gas station simulátor. A u Klaruši jsme dlouho nebyli a je to good, good good girl. Tak já vás pošlu tam, já vás pošlu tam. Já ještě jediný, co tady udělám je, že snížíme zvuk z plochy.

3:57:42 **Franz_94_**: Chňóóó PepeLaugh @eradix2

3:58:04 **theLittlewoman**: christ1019Heart joranLUV

Joran vybírá směřování raidu na základě svého vztahu vůči danému streamerovi. Z jeho vyjádření je zjevné, že Klarušu zná a že k ní chová pozitivní vztah. Jeho motivace je tudíž řízena *identitárně*. To ovšem znamená, že není možné kategoricky vnímat nějaký obecný fenomén jako hnaný *identitou*, nebo naopak *obsahem*, ale je zcela nutné vždy zvážit kontext, ve kterém je daný čin prováděný.

Tím se potvrzuje Piconeho vymezení vůči Ørmenově pojetí. Kategorie *intention* je na základě tohoto myšlenkového procesu zdánlivě škálovatelná. Kategorii problematizuje případ, který byl zmíněn v teoretické části. Jak by měla být chápána hypotetická situace, když jeden streamer navštíví vysílání druhého streamera a pošle mu donate např. s textovou zprávou „Ahoj.“?

Z hlediska monetizace by se mělo jednat o čin motivovaný *obsahem*. Tomu by odpovídal také argument, že si dárce zlepšuje svou pověst v dané „cizí“ komunitě, čímž také zvyšuje pravděpodobnost rozšíření své divácké komunity. Na druhou stranu je ale možné říct, že se jedná jen o přátelskou návštěvu nebo například provokaci druhého streamera. V tu chvíli by bylo

možné hypotetickou situaci rozšířit o zcela běžnou okolnost, že jsou komunity těchto streamerů vzájemně propojené. V takovém případě už není čin motivovaný pouze identitou, nebo pouze obsahem, ale tyto motivace se spojují.

Tato hypotetická situace by na základě kategorií *investment* a *intention* měla být ryzí ukázkou *drobného činu zapojení*. To ovšem ukazuje současnou nedostatečnost této teorie: Ačkoliv počítá s odlišností jevů a přizpůsobuje tak porozumění pomocí škály, nedokáže zatím dostatečně odpovědět na situaci, kdy se jednotlivé kategorie nevyklučují, ale naopak se setkávají. Ačkoliv můj závěr zní, že je zmíněná hypotetická situace ryzím projevem SAOE, bylo by také možné argumentovat, že právě pro nutnost takového množství *vkladu* tento čin vystoupí ze sféry *drobných činů*. Teorie SAOE takto vyzdvihuje ambivalentní stav reality, v níž je možné stejnou situaci prožívat protichůdnými způsoby.

Odpověď na třetí vedlejší výzkumnou otázku je tedy složitější. Na jednu stranu můžeme v prostředí Twitchu sledovat zcela zjevné projevy kategorií *investment* a *intention*, například ve specifických znalostech herních strategií a jejich bezprostředním předkládání v diskusi. Na druhou stranu jsou tyto hodnotící kategorie pro zachycení celé reality nedostačující. *Jakým způsobem tedy fungují kategorie investment a intention v prostředí Twitchu?* Fungují jako kategorie subjektivního hodnocení v dynamickém prostředí, avšak na objektivní a celistvý popis skutečnosti nestačí.

Můj výzkum ukazuje, že malé komunity na platformě Twitch opouští *top-down* vztah streamera a diváka a skrze *drobné činy zapojení* utváří symetrické vztahy. Není to tedy dáno pouze absencí monetizace, jak by naznačovaly struktury platformového systému, ale jedná se o komplexnější fenomén. To je také odpovědí na mou hlavní výzkumnou otázku: *Jakým způsobem se Small acts of engagement projevují na platformě Twitch?* *Drobné činy zapojení* umožňují

vytváření a spojování komunity, posilují vztahy mezi diváky a streamerem, podporují divácké zapojení v chatu i na dalších platformách a vytvářejí dynamickou atmosféru.

Závěr

Ve své Bakalářské práci jsem zpracoval téma *Online identity na platformě Twitch*. V Teoretické části jsem se věnoval definicím *sociálních médií*, *platformem sociálních médií* a rozdílu mezi *online* a *offline* prostorem. Také jsem vysvětlil teorii *Small acts of engagement* a představil *platformu Twitch* a její *uživatelský profil*. V Metodologické části jsem představil výzkumný cíl a výzkumné otázky. Dále jsem vysvětlil výzkumné strategie, vzorek a metodu analýzy dat. Také jsem se zabýval etickými otázkami mého bádání. V Praktické části jsem potom interpretoval výzkumná data. Diskutoval jsem o vytváření vztahů v prostředí platformy Twitch. Zkoumal jsem také roli *emote ikon* v mezilidské komunikaci a následně jsem probral hodnotící kategorie *investment* a *intention*, které používá teorie *Small acts of engagement*.

Můj výzkum ukázal, že je perspektiva *Small acts of engagement* skutečně validní pro výzkum *diváckého zapojení*. Odpovědí na hlavní výzkumnou otázku (*Jakým způsobem se Small acts of engagement projevují na platformě Twitch?*) je, že *Drobné činy zapojení* pomáhají budování komunity na platformě Twitch a vytvářejí dynamickou atmosféru tohoto prostředí. Má zjištění také naznačují, že mají autoři SAOE pravdu, když tvrdí, že: „*Drobné činy zapojení mohou mít posilující moc, a to nejen pro tvorbu obsahu či budování identity, ale také pro posílení osobního vzdoru* (Picone, 2019, s. 2024).“ Součástí komunitních diskusí jsou totiž nejen témata osobní, ale také socio-kulturní, či politická.

Na první vedlejší výzkumnou otázku (*Jak se na Twitchi projevuje pseudo-alternativní identita?*) jsem odpověděl, že je pseudo-alternativní identita vázána diváckým profilem. Proto je sdílena nejen v chatu, ale je přenositelná na další platformy.

Na druhou vedlejší výzkumnou otázku (*Jakou roli hrají drobné činy zapojení v prezentaci pseudo-alternativní identity?*) jsem odpověděl, že je pseudo-alternativní identita podporována *drobnými činy zapojení*. Interakce v chatu jsou dynamické a SAOE jsou pro ně charakteristické.

Na třetí vedlejší výzkumnou otázku (*Jakým způsobem fungují kategorie investment a intention v prostředí Twitch?*) je odpověď komplikovaná. Na jednu stranu lze pozorovat zřetelné projevy hodnotitelné kategoriemi *investment* a *intention*, na druhou stranu nemohou sloužit pro celistvé zachycení dynamického prostředí na platformě Twitch.

Další výzkum k teorii *Small acts of engagement* by mohl vést na jiné platformy sociálních médií, které nebudou specifické pro konkrétní žánr, jako je Twitchové vymezení pro počítačové hry. Navrhuji hlubší prozkoumání kategorie *intention*, neboť funguje především jako kategorie subjektivního hodnocení a nemá v teorii žádnou objektivní kvalitativní protiváhu. Tu proto nalézá v kvantitativních hodnotících metrikách, jako jsou *nástroje mediálních organizací*⁸.

Online prostředí se také lze více věnovat z hlediska lingvistické antropologie. Anne Burdick a kolektiv v knize *Digital humanities* píše, že „*digitální prostředí přináší tlak na krátké a výstižné příspěvky, které by obsáhly dlouhé argumentace* (Burdick, 2012, s. 10).“ Zatímco ve videoformátu je mluvená řeč hlavním nositelem informace, na platformách sociálních médií je to složitější: psaný text zde totiž přebírá charakteristiky mluvené řeči i fyzických projevů, jako jsou mimika a gestika, které zobrazují emoji.

⁸ pozn. autora: viz kapitulu 3.1

Použitá literatura a zdroje

boyd, danah m. a Ellison, Nicole B. (2007) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. č. 13, s. 210-230. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Burdick, Anne; Drucker, Johanna; Lunenfeld, Peter; Presner, Todd a Schnapp, Jeffrey. (2012) *Digital_Humanities*. MIT Press. ISBN ISBN 978-0-262-01847-0.

Butler, Judith. (2006) *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*. Routledge Classics, 2006. ISBN 04-153-8955-0.

Burgess, Jean; Marwick, Alice a Poell, Thomas. (2018) *Handbook of Social Media*. SAGE Publications. ISBN 978-1-4129-6229-2.

Diwanji, Vaibhav; Reed, Abigail; Ferchaud, Arianne; Seibert, Jonmichael; Weinbrecht, Victoria et al. (2020) Don't just watch, join in: Exploring information behavior and copresence on Twitch. *Computers in Human Behavior*. č. 105, s. 1-11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106221>

Ellison, Nicole B.; Lampe, Cliff; Steinfield, Charles a Vitak, Jessica. (2011) With a Little Help From My Friends. In: Papacharissi, Zizi (ed.). *A networked self : identity, community and culture on social network sites*. (1; s. 124-145). Routledge.

Gandolfi, Enrico. (2016) To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*. č. 8, s. 63-82. DOI: https://doi.org/10.1386/jgvw.8.1.63_1

Jodén, Henrik a STRANDELL, Jacob. (2021) Building viewer engagement through interaction rituals on Twitch.tv. *Information, Communication & Society*. s. 1-18. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1913211>

Newman, N., Levy, D., Fletcher, R., et al. (2016). *Reuters Institute digital news report 2016*. Research report. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Orsatti, Jo a Riemer, Kai. (2015). *Identity-Making: A multimodal Approach for Researching Identity in Social Media*. Conference: European Conference of Information Systems DOI: <https://doi.org/10.18151/7217439>

Ørmen J (2015) A public conversation in private settings: engaging with news across media. *Doktorská disertační práce*, Copenhagen University, Copenhagen.

Paoli, Angela Delli a D'Auria, Valentina. (2021) Digital Ethnography: A Systematic Literature Review. *Italian Sociological Review.*, č.11, s. 243-267. DOI: <https://doi.org/10.13136/isr.v11i4S.434>

Picone, Ike; Kleut, Jelena; Pavlíčková, Tereza; Romic, Bojana; Hartley, Jannie Møller; De Ridder, Sander. (2019) Small acts of engagement: reconnecting productive audience practices with everyday agency, *New Media & Society*. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444819837569>

Riot Games. (2009). *League of Legends* [Video hra]. Jeff Jew

Rockstar Games. (2019) *Red Dead Redemption II* (PC verze) [Video hra]. Rob Nelson

Saldaña, Johnny. (2013) *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE Publications. ISBN 978-1-44624-736-5.

Scott Wright. (2012). *From "Third Place" to "Third Space": Everyday Political Talk in Non-Political Online Spaces*. Javnost - The Public. s. 5 - 20, DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2012.11009088>

Shifman, Limor. (2014). *Memes in Digital Culture*. The MIT Press. ISBN 978-0-262-52543-5

Sony Interactive Entertainment. (2023). *The Last of Us* (PC verze) [Video hra]. Naughty Dog

Sujon, Zoetanya. (2021) *Social Media Age*. SAGE Publications. ISBN 1526481979.

Švaříček, Roman a Šedřová, Klára. (2007) *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Portál. ISBN 978-80-7367-313-0.

Taylor, T.L. (2018) *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press. ISBN 978-0-691-16596-7.

Twitch. (2024a) Citováno 31.3.2024 Dostupné z: www.twitch.tv/

Twitch (2024b) *O službě*. Citováno 31.3.2024 Dostupné z: <https://www.twitch.tv/p/cs-cz/about/>

Twitch (2024c) *Sledovat*. Citováno 31.3.2024 Dostupné z: <https://www.twitch.tv/p/cs-cz/watch/>

Twitch Help (2024) *How to Earn Drops*. Citováno 31.3.2024 Dostupné z: https://help.twitch.tv/s/article/mission-based-drops?language=en_US

Twitch Tracker (2024a) *Streamers with the most viewers*. Citováno 31.3.2024 Dostupné z: <https://twitchtracker.com/channels/viewership/english/personality>

Twitch Tracker (2024b) *Twitch top streameři*. Citováno 31.3.2024 Dostupné z:
<https://twitchtracker.com/channels/ranking/czech/personality>