

# BA-eindwerkstuk Media en Cultuur

*Een discursieve interface analyse van Twitch.tv*

Door:

Thomas Pasierowski (4200918)

Docent:

prof. dr. Sonja de Leeuw

BA-eindwerkstuk Media en Cultuur (MC3V14001)

2016-2017, Blok 4

7817 woorden

22-06-2017



## **Inhoudsopgave**

Abstract	2
Introductie	3
Academische en maatschappelijke relevantie	5
Theoretisch kader	7
Methode	12
Dataverzameling functionele affordances	14
Ongeregistreerde bezoeker en geregistreerde gebruiker	14
Kanaal	16
Doneren	17
Chat en moderators	18
Twitch partner	19
Dataverzameling cognitieve affordances	22
Dataverzameling zintuigelijke affordances	24
Hoofdpagina	24
Ontwerpkeuze kanaal	25
Analyse	27
Content creation en user-generated content	27
Content and experience sharing process	28
Control of audiovisual content	29
Technologie en gebruiker	20
Conclusie	31
Reflectie	32
Literatuurlijst	33

## **Abstract**

In dit paper behandel in het vraagstuk of de manier waarop Twitch content aanbiedt en distribueerd beschouwd kan worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie. Om dit te beantwoorden ga ik onderzoeken Welke rol het publiek, de streamer (aanbieder van content) en Twitch als facilitator krijgen toebedeeld op het platform. Verder kijk ik op welke manier Twitch gebruik maakt van interactiviteit en user generated content aangezien dit twee van de belangrijkste kenmerken zijn van het platform. Verder onderzoek ik op welke manier de technologie en de gebruiker onderling constitutief zijn. In de analyse let ik op hoe Twitch content creëert, content en ervaring deelt en de audiovisuele content controleert. Ik hanteer de discursieve interface-analyse volgens Mel Stanfill. Deze methode bestudeert de normen die geproduceerd zijn door de affordances van de website. De discursieve interface-analyse bekijkt wat er op de voorgrond staat, hoe dit uitgelegd wordt en hoe technisch mogelijke toepassingen door productieve beperking meer of minder normatief worden gemaakt. Daarnaast biedt de discursieve interface-analyse een kritisch perspectief op de machtsrelatie tussen industrie (Twitch) en de websitebezoeker. Het toepassen van deze methode draagt bij aan het begrip van de manier waarop mensen en technologie onderling constitutief zijn. Stanfill onderscheidt drie type affordances: functionele, cognitieve en zintuiglijke affordances. Functionele affordances hebben betrekking op wat een website kan doen. Cognitieve affordances hebben betrekking op hoe de gebruikers weten wat een website kan doen. Zintuiglijke affordances hebben betrekking op het in staat stellen van de gebruiker om iets waar te nemen (zien, horen, voelen). Op Twitch wordt content geproduceerd door de gebruikers en de gebruikers geven zelf invulling aan de manier waarop de content gedistribueerd wordt. De relatie van de kijker/gebruiker met televisie heeft op Twitch een nieuwe vorm aangenomen. De gebruiker produceert, deelt de content en ervaring met anderen en heeft controle op een unieke wijze. Het is de mate waarin macht en vrijheid wordt geboden aan de gebruiker waardoor Twitch zich onderscheidt van anderen. Twitch heeft de vraag om controle over kijkgedrag en content beantwoord en de volgende stap gemaakt richting de nieuwe televisie.

## Introductie

In het hedendaagse televisielandschap zijn termen als inloggegevens, applicaties en interactie niet meer weg te denken. Daarnaast groeien de interactieve mogelijkheden en krijgt het publiek steeds meer controle over de media die het gebruikt. Deze trend heeft het televisielandschap compleet veranderd.<sup>1</sup> Zo zegt Jane Roscoe in de tekst "*Multi-Platform Event Television: Reconceptualizing our Relationship with Television*" dat het proces van digitalisering en de opkomst van interactieve technologieën het globale televisielandschap hebben getransformeerd. Content wordt op nieuwe manieren geproduceerd, gedistribueerd en geconsumeerd.<sup>2</sup> In een kwalitatief onderzoek van aanbieder Knippr onder 270 Nederlanders tussen 25 en 55 jaar wordt een aantal verklaringen gegeven voor deze trend. Knippr is een commerciële aanbieder van interactieve televisie zonder grote zenderpakketten en extra diensten. Uit het onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat het terugkijken van programma's op hoge kwaliteit en toegang tot een overzichtelijke online tv-gids als normaal wordt gezien. Verder wil het publiek de mogelijkheid hebben om onderweg programma's te kijken. Kortom, het publiek wil controle over kijkgedrag, content en ervaring.<sup>3</sup>

Twitch.tv is een goed voorbeeld van een platform dat probeert in te spelen op de moderne televisiekijker die meer controle wil over de media die hij/zij gebruikt. De domeinnaam laat zien dat Twitch zichzelf beschouwt als een aanbieder van televisie ([www.twitch.tv](http://www.twitch.tv)). De manier waarop Twitch inspeelt op de gebruiker is interessant om te bestuderen. Twitch is opgericht in 2011 en is een sociaal videoplatform én een community voor gamers, videogamecultuur en creatieve kunsten. Elke dag bezoeken bijna tien miljoen bezoekers het platform en bekijken en bespreken meer dan twee miljoen streamers videogames. De twee belangrijkste kenmerken van Twitch zijn interactiviteit en *user generated content*.<sup>4</sup> Ik wil onderzoeken hoe het platform is geconstrueerd en welke rol de gebruiker middels de *affordances* van het platform (zie verderop) krijgt toebedeeld. Dit ga ik doen aan de hand van een discursieve interface-analyse volgens Mell Stanfill.<sup>5</sup> Door te kijken naar een website-interface (zoals functies, menu-opties en pagina lay-outs) kunnen de ingebedde veronderstellingen over de doeleinden en het geschikte gebruik

---

<sup>1</sup> Michael Curtin et al., Introduction. Making of a Revolution. In *Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television* (Berkeley: University of California Press, 2014): 1-17.

<sup>2</sup> Jane Roscoe, "Multi-Platform Event Television: Reconceptualizing our Relationship with Television," *Journal The communication Review* 7, no. 4 (2004): 1.

<sup>3</sup> Knippr, "Knipper Blog," Geraadpleegd op 12 april, 2017, <https://www.knippr.nl/blog/de-acht-belangrijkste-tv-kijktrends>.

<sup>4</sup> Twitch, "about," geraadpleegd op 12 april, 2017, <https://www.twitch.tv/p/about>.

<sup>5</sup> Mel Stanfill, "The interface as discourse: The production of norms through web design," *new media & society* 17, no. 7 (2015): 1-16.

geïnterpreteerd worden. De methode zal nader toegelicht worden in het hoofdstuk 'methode'.

Op basis van deze uitgangspunten is de volgende hoofdvraag geformuleerd: *"Hoe wordt content aangeboden aan en gedistribueerd op het platform Twitch en hoe kan dit beschouwd worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie?"* Om deze hoofdvraag te beantwoorden zijn de volgende drie deelvragen geformuleerd: *"Welke rol krijgen het publiek, de streamer (aanbieder van content) en Twitch als facilitator toebedeeld op het platform?"* *"Op welke manier maakt Twitch gebruik van interactiviteit en user generated content?"* en *"op welke manier zijn de technologie en de gebruiker onderling constitutief?"*

## Academische en maatschappelijke relevantie

Er is al eerder onderzoek gedaan naar Twitch door bijvoorbeeld Medhi Kaytoue et al., die de groeiende e-sport gemeenschap op Twitch heeft onderzocht.<sup>6</sup> Verder presenteren Karine Pires en Gwendal Simon een dataset van de *user-generated* live videosystemen Youtube en Twitch, bestaande uit bijvoorbeeld kijkcijfers en aantallen streamers.<sup>7</sup> Desondanks is er nog niet eerder een discursieve interface-analyse verricht van het platform Twitch waarbij gekeken wordt naar de wisselwerking tussen publiek, streamer, Twitch en de technologie. Daarnaast geeft mijn onderzoek inzicht in de nieuwe interactieve technologieën die Twitch op het platform toepast. Dit kenmerk is relevant om te bestuderen. Zo verklaart Jens F. Jensen in de tekst "*Interactive Television: New Genres, New Format, New Content*" dat hoewel de potentie van interactiviteit erkend is, het opmerkelijk genoeg weinig aandacht krijgt binnen het academische veld.<sup>8</sup> Zo zegt Jensen: "*Interactivity and interactive content, applications and services are clearly areas in need of theoretical and analytical work.*"<sup>9</sup>

Tevens wil ik een bijdrage leveren aan het onderzoek van Michael Curtin naar de transformatie van het televisielandschap waarbij hij kijkt naar verschillende distributienetwerken en distributietechnologieën die ten grondslag liggen aan de digitale distributierevolutie. Curtin bespreekt bedrijven zoals Comcast, Netflix en Youtube die binnen het huidige televisielandschap een grote rol spelen, maar betreft hierbij ondanks haar unieke eigenschappen, niet het platform Twitch.<sup>10</sup> Mijn bijdrage is dus een analyse van het platform Twitch waarmee ik iets wil kunnen zeggen over de distributietechnologieën en de relatie met de kijker/gebruiker.

Met dit onderzoek wil ik een bijdrage leveren aan het onderzoek naar het televisielandschap in transitie door als voorbeeld voor veranderingen in het toekomstig televisielandschap, het aanbod en de distributie van Twitch te analyseren. Verder hoop ik meer inzicht te geven in de wijze waarop de gebruiker en de technologie van Twitch onderling constitutief zijn. Daarnaast is dit onderzoek maatschappelijk relevant, omdat het voor de gebruiker inzicht geeft in de strategieën waar hij/zij immers aan onderhevig is.

---

<sup>6</sup> Medhi Kaytoue, Arlei Silva, Loïc Cerf, Wagner Meire Jr., en Chedy Raïssi, "Watch me Playing, I am a Professional: a First Study on Video Game Live Streaming," ACM Digital Library (2012):1181-1188, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=2188259>.

<sup>7</sup> Karine Pires, en Gwendal Simon, "YouTube live and Twitch: a tour of user-generated live streaming systems," ACM Digital Library (2015):225-230, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=2713195>.

<sup>8</sup> Jens F. Jensen, "Interactive television: new genres, new format, new content," ACM Digital Library (2005):95-96, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1109194>.

<sup>9</sup> Jensen, "Interactive television," 96.

<sup>10</sup> Curtin et al., Distribution Revolution, 11-12.

Ook zouden de blootgelegde strategieën van Twitch gebruikt kunnen worden door andere producenten van (interactieve) televisie.

## Theoretisch kader

Aan de hand van het theoretisch kader wil ik de hoofdvraag beantwoorden: "Hoe wordt content aangeboden aan en gedistribueerd op het platform Twitch en hoe kan dit beschouwd worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie?" Ik zal de hoofdvraag kort toelichten. Verschuivingen van machtsrelaties, technologische ontwikkelingen en veranderingen in populaire cultuur hebben gedurende de 20<sup>ste</sup> en 21<sup>ste</sup> eeuw veel verandering en vernieuwing teweeg gebracht in de relatie van de kijker/gebruiker met televisie.<sup>11</sup> De genoemde aspecten hebben ervoor gezorgd dat de kijker/gebruiker steeds weer op nieuwe manieren omgaat met media.<sup>12</sup> Michael Curtin beschrijft in zijn boek "Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television" de ontwikkelingen in die relatie. Hij noemt bijvoorbeeld Youtube en Netflix met hun strategieën en modellen als de pioniers van het huidige televisielandschap.<sup>13</sup> Ik ben van mening dat de manier waarop Twitch de relatie tussen kijker/gebruiker en televisie vorm heeft gegeven, een bijdrage kan zijn aan het onderzoek van Curtin. Ik stel namelijk dat Twitch de vraag om controle over kijkgedrag en content heeft beantwoord en de volgende stap heeft gemaakt richting het nieuwe televisiegebruik.

Om een beeld te schetsen van het hedendaagse televisielandschap waarbinnen ik dit onderzoek plaats, gebruik ik de tekst van Curtin. In dit boek beschrijft hij de transformatie van het televisielandschap. Curtin zegt bijvoorbeeld dat de distributienetwerken en distributietechnologieën ten grondslag liggen aan die transformatie. De visuele mediadistributie heeft institutionele relaties, culturele hiërarchieën en conventionele bedrijfsmodellen omvergeworpen.<sup>14</sup> Sinds de start van de grote studio's hebben distributeurs gerekend op een sequentieel distributiepatroon om zodoende de content volledig te exploiteren. Door content in verschillende markten voor een bepaalde periode beschikbaar te maken, is het voor distributeurs mogelijk om zoveel mogelijk omzet te maken zonder dat één markt winst maakt op een andere markt, het zogenaamde kannibaliseren.<sup>15</sup> Een voorbeeld hiervan is het scheiden van de dvd-markt van de bioscoopmarkt. Technologische innovaties hebben ervoor gezorgd dat deze traditionele strategieën verouderd zijn geraakt.<sup>16</sup> Verder bespreekt Curtin hoe de content zich over verschillende schermen verspreidt. De uitbreiding van digitale platformen en *cloud-based* opslagtechnologieën heeft het wanneer, waar en hoe de consument zich engageert met vermaak veranderd.<sup>17</sup> Verder zijn in het huidige televisielandschap sociale media belangrijke marketing- en promotiemiddelen. Vooral door de manier waarop sociale

---

<sup>11</sup> Idem, 1-3.

<sup>12</sup> Idem, 5.

<sup>13</sup> Idem, 11.

<sup>14</sup> Idem, 2.

<sup>15</sup> Idem, 2.

<sup>16</sup> Idem, 5.

<sup>17</sup> Idem, 2.



media onlinegemeenschappen opbouwen rondom een bepaalde content.<sup>18</sup> De digitale distributierevolutie heeft de wijze waarop het publiek gebruik maakt van de media en hoe het publiek door de media socialiseert, veranderd. Volgens Curtin verschuiven media-distributiemodellen van massa naar niche en van synchroon naar asynchroon. Dit is een verandering die voortkomt uit de competitieve krachten van de industrie, het regeringsbeleid, populaire aspiraties en technologische innovatie.<sup>19</sup>

Onafhankelijke distributie platforms en *internet serviceproviders* (ISP's) die de netwerken beheren waarlangs digitale content wordt geleverd, spelen tegenwoordig ook een belangrijke rol.<sup>20</sup> De ISP's voorzien de digitale distributierevolutie dus van een cruciale infrastructuur. Sommige ISP's hebben zich verenigd met contentbedrijven waarvan Comcast het meest vooraanstaande voorbeeld is. Comcast bezit zowel de netwerken als de content in het nieuwe digitale ecosysteem. Daarmee heeft Comcast een ongekend grote controle bereikt over de meeste aspecten van de mediaomgeving<sup>21</sup> Netflix is ook een bedrijf dat is voortgekomen uit de digitale distributierevolutie. Netflix biedt een maandelijks abonnementendienst aan, *subscription video on demand* (SVOD). Netflix heeft de meest diverse catalogus van titels, grotendeels door het uitbuiten van een wettelijke regeling dat het huren van dvd toelaat zonder een licentie-overeenkomst te verkrijgen. Klanten kunnen een grote catalogus doorzoeken, een persoonlijke lijst van geprefereerde titels opbouwen en de content een cijfer geven. Netflix gebruikt die data om aanbevelingen te doen, een profiel van de smaak van de kijker te vormen en een profiel te maken van elke. Netflix is de pionier in veel van de principes en praktijken die de digitale distributierevolutie in de entertainmentindustrie definiëren.<sup>22</sup> Een ander voorbeeld van een bedrijf dat is ontstaan gedurende de digitale distributierevolutie is Youtube. Dit bedrijf lanceerde een gebruiksvriendelijke video-sharing service die al snel bevolkt werd door ongeautoriseerde clips van populaire film- en televisiecontent.<sup>23</sup> Dit zijn enkele voorbeelden van distributietechnologieën en -platforms die zijn voortgekomen uit de revolutie. De geschiedenis leert ons dat de verlangens en aspiraties van het publiek consistent groter zullen zijn en de controle van de industrie over de parameters en potenties van media technologieën zal trotseren.<sup>24</sup> Ik ga dus kijken of deze uitspraak van Curtin betrekking heeft op Twitch. Wat is de bijdrage van Twitch aan de digitale distributietechnologieën? Kan de wijze waarop Twitch content aanbiedt en distribueert beschouwd worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie?

In dit onderzoek probeer ik de *affordances* (actiemogelijkheden) van het platform te achterhalen. Ik hanteer de definitie van William W. Gaver die hij beschrijft in de tekst

---

<sup>18</sup> Idem, 3.

<sup>19</sup> Idem, 7.

<sup>20</sup> Idem, 4.

<sup>21</sup> Idem, 4.

<sup>22</sup> Idem, 11.

<sup>23</sup> Idem, 11.

<sup>24</sup> Idem, 13.

"Technology affordances."<sup>25</sup> Volgens Gaver zijn *affordances* de eigenschappen die een gebruik/bepaald gebruik faciliteren. "The concept of affordances can provide a useful tool for user-centered analyses of technologies."<sup>26</sup> In het voorgaande citaat van Gaver legt hij uit op welke manier het concept *affordances* relevant is voor een onderzoek waarbij binnen een bepaalde technologie gekeken wordt naar de gebruiker. Het is om die reden dat zijn tekst als voorbeeld dient bij mijn eigen analyse van de *affordances* van Twitch.

Aangezien ik wil achterhalen wat de rol van Twitch als facilitator is op het platform, is het relevant om een beeld te krijgen van het concept *power as productive*, dat beschreven wordt in de tekst "The interface as discourse: The production of norms through web design", toe te passen. Ik wil met die kennis achterhalen wat Twitch aanspoort, aanmoedigt of produceert.<sup>27</sup> "A productive power framework operates from the premise that making something more possible, normative, or "common sense" is a form of constraint encouraging that outcome."<sup>28</sup> Stanfill beweert dus dat website-interfaces acties structureren door sommige dingen meer mogelijk te maken dan andere. Het ontwerp van een website maakt een normatieve claim over het doel en het geschikte gebruik, die zowel een begrip van de gebruikers demonstreert als een set van mogelijkheden in het object bouwt. Volgens Stanfill legt dit concept de focus op controle en beperking, maar ook op mogelijkheden. <sup>29</sup>Ik stel de vraag: "wat zijn de opgelegde beperkingen en mogelijkheden van de technologie?"

Interactiviteit is een van de belangrijkste kenmerken van Twitch. Ik gebruik de tekst "Interactivity and User Participation in the Television Lifecycle: Creating, Sharing, and Controlling Content" van Pablo Cesar en Konstantinos Chorianopoulos om een goed beeld te krijgen van dit concept.<sup>30</sup> Cesar en Chorianopoulos behandelen het vraagstuk of interactieve tv kan helpen om de praktijken van creëren, delen en het kijken van tv opnieuw uit te vinden.<sup>31</sup> Ik wil achterhalen op welke wijze dit concept verwerkt is in het platform Twitch. Cesar en Chorianopoulos introduceren drie concepten die inherent verbonden zijn aan interactieve televisie: *content creation*, *content and experience sharing process* en *control of audiovisual content*.<sup>32</sup> Cesar en Chorianopoulos stellen de taxonomie voor (*create-share-control*) als een evolutionaire stap na het traditionele, hiërarchische paradigma *produce-distribute-consume*. Bij *create-share-control* heeft de *end-user* een

---

<sup>25</sup> William W. Gaver, "Technology affordances," ACM Digital Library, (1991): 79-84, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=108856>

<sup>26</sup> Gaver, "Technology affordances," 80.

<sup>27</sup> Stanfill, "The interface as discourse," 2.

<sup>28</sup> Idem, 2.

<sup>29</sup> Idem, 2-3.

<sup>30</sup> Pablo Cesar, Konstantinos Chorianopoulos, "Interactivity and user participation in the television lifecycle: creating, sharing, and controlling content," ACM Digital Library, (2008):125-128, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1453830>.

<sup>31</sup> Cesar en Chorianopoulos, "Interactivity and user participation in the television lifecycle," 125.

<sup>32</sup> Idem, 125.

actieve rol in elke van de activiteiten in plaats van alleen een kijker te zijn.<sup>33</sup> Daarnaast benadrukken de auteurs het belang van sociability in alle fases van het *create-share-control* model.<sup>34</sup> Een voorbeeld hiervan zijn *content enriched communication systems* die bestaan uit technologische oplossingen voor het integreren van interpersoonlijke communicatie en contentdistributie.<sup>35</sup> Volgens Cesar en Chorianopoulos moet verder onderzoek benadrukken dat de televisie/audiovisuele kijker niet alleen een passieve entiteit is, maar een actieve rol heeft in een technologisch en sociaal netwerk dat content creëert, bewerkt, deelt en beheert.<sup>36</sup> "Interactive social television, ambient intelligence, and user-generated content are three major directions that should be combined in order to provide next generation interactive television systems."<sup>37</sup>

Nog een belangrijk kenmerk van Twitch is *user generated content*. Elke gebruiker krijgt de mogelijkheid om een eigen kanaal te beginnen en content uit te zenden (streamen) of te posten. Om tijdens de analyse te achterhalen hoe dit kenmerk is verwerkt in het platform gebruik ik de tekst "*I Tube, You Tube, Everybody Tubes: Analyzing the World's Largest User Generated Content Video System*" van Meeyoung Cha et al. waarin dit concept wordt uitgelegd.<sup>38</sup> In het onderzoek van Cha et al. wordt het platform Youtube geanalyseerd, dat net als Twitch gebaseerd is op *user generated content*. Cha et al. bespreken op welke wijze het fenomeen van *user generated content* nieuw kijkgedrag en sociale interacties creëert dat gebruikers stimuleert om creatiever te zijn.<sup>39</sup> Volgens Cha et al. personaliseren constante golven van nieuwe content en het gemak van het internet de kijkerservaring, wat leidt tot een grote variabiliteit in gebruikersgedrag en aandachtsspanne.<sup>40</sup> Belangrijke kenmerken van user generated content zijn de snelheid van de contentproductie en de lage productieinspanning.<sup>41</sup>

Voordat ik de methode ga toelichten wil ik eerst nog kort nagaan wat er is besproken in het theoretische kader en wat hiervan uiteindelijk de waarde is voor dit onderzoek. Allereerst heb ik aan de hand van Curtin een beeld geschetst van het huidige televisielandschap. Als ik wil nagaan of de manier waarop Twitch content aanbiedt en distribueert op het platform en de relatie van de kijker/gebruiker met televisie nieuw is, heb ik een context nodig waarnaar ik dit kan terugkoppelen en waarmee ik het kan vergelijken. Verder introduceer ik de term "*affordances*," omdat dit centraal staat binnen

---

<sup>33</sup> Idem, 125.

<sup>34</sup> Idem, 125-126.

<sup>35</sup> Idem, 126.

<sup>36</sup> Idem, 125.

<sup>37</sup> Idem, 128.

<sup>38</sup> Meeyoung Cha, Haewoon Kwak, Pablo Rodriguez, Yong-Yeol Ahn, en Sue Moon, "I tube, you tube, everybody tubes: analyzing the world's largest user generated content video system," ACM Digital Library, (2007): 1-13, <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1298309>.

<sup>39</sup> Cha, Kwak, Rodriguez, Ahn en Moon, "I tube, you tube, everybody tubes," 1.

<sup>40</sup> Idem, 1.

<sup>41</sup> Idem, 1.

de discursieve interface-analyse (functionele, cognitieve en zintuigelijke *affordances*). Ik wil dus ook nagaan welke rol het publiek, de streamer (aanbieder van content) en Twitch als facilitator krijgen toebedeeld op het platform. Aan de hand van het concept *power as productive* dat onderdeel is van de discursieve interface-analyse kan ik achterhalen wat de machtsrelaties zijn binnen het platform. Als laatste beschrijf ik de twee concepten die beschouwd kunnen worden als de twee belangrijkste aspecten van Twitch (interactiviteit en *user-generated content*). Om een goed beeld te krijgen van het platform is het essentieel om deze twee concepten te begrijpen. In het volgende gedeelte van het onderzoek licht ik de methode toe.

## Methode

Voor mijn onderzoek hanteer ik de discursieve interface-analyse volgens Mel Stanfill zoals zij die beschrijft in de tekst "*The interface as discourse: The production of norms through web design.*"<sup>42</sup> Door te kijken naar een website-interface (zoals functies, menu-opties en pagina lay-outs) kunnen achterliggende processen blootgelegd worden. De discursieve interface-analyse bestudeert de normen die geproduceerd zijn door de *affordances* van de website. Aan de hand van deze methode kunnen de ingebedde veronderstellingen over de doeleinden en het geschikte gebruik worden geïnterpreteerd.<sup>43</sup> De discursieve interface-analyse bekijkt wat er op de voorgrond staat, hoe dit uitgelegd wordt en hoe technisch mogelijke toepassingen door productieve beperking meer of minder normatief worden gemaakt.<sup>44</sup> De methode gaat uit van de stelling dat de wijze waarop websites zijn gebouwd bepaalde veronderstellingen reflecteren van wat bezoekers van de website zullen doen.<sup>45</sup> Daarnaast biedt de discursieve interface-analyse een kritisch perspectief op de machtsrelatie tussen industrie (Twitch) en de websitebezoeker.<sup>46</sup> Het toepassen van deze methode draagt bij aan het begrip van de manier waarop mensen en technologie onderling constitutief zijn.<sup>47</sup> *Affordances* beperken wat er mogelijk is met, rond of via een website, maar hoe een daadwerkelijke websitebezoeker in tegenstelling tot de ideale gebruiker reageert op de verschillende *affordances* voor actie en interactie, is niet gegarandeerd.

Stanfill onderscheidt drie type *affordances*: functionele, cognitieve en zintuiglijke *affordances*. Functionele *affordances* hebben betrekking op wat een website kan doen. Cognitieve *affordances* hebben betrekking op hoe de gebruikers weten wat een website kan doen. Zintuiglijke *affordances* hebben betrekking op het in staat stellen van de gebruiker om iets waar te nemen (zien, horen, voelen).<sup>48</sup> Bij het bekijken van de functionele *affordances* stel je de vraag: "Wat kun je er mee doen?" Functionele *affordances* produceren normen, het wel of niet toelaten van een bepaalde actie. Dit impliceert dat van de gebruiker een bepaald gedrag wordt gevraagd. Dit demonstreert hoe macht productief is.<sup>49</sup> Een cognitieve *affordance* laat de gebruiker een actie kiezen.<sup>50</sup> Cognitieve *affordances* faciliteren het verwerken van informatie en zijn daarom nauw verbonden met de sociale handeling van betekenisvorming. Cognitieve *affordances* nodigen uit tot benaming, labelen en zelfbeschrijvingen.<sup>51</sup> Zintuiglijke *affordances* reflecteren en versterken overtuigingen over de doeleinden en waar de gebruiker om zou

---

<sup>42</sup> Stanfill, "The interface as discourse," 1-16.

<sup>43</sup> Idem, 1-2.

<sup>44</sup> Idem, 2-3.

<sup>45</sup> Idem, 13.

<sup>46</sup> Idem, 4.

<sup>47</sup> Idem, 13.

<sup>48</sup> Idem, 4.

<sup>49</sup> Idem, 8-9.

<sup>50</sup> Idem, 8-9.

<sup>51</sup> Idem, 10-11.

moeten geven. Iets laten opvallen door middel van ontwerpkeuzes verdeelt de aandacht over zowel het reflecteren als het versterken van aannames en waarden.<sup>52</sup>

Ik zal kort toelichten hoe ik stapsgewijs het onderzoek ga uitvoeren. Allereerst analyseer ik het platform vanuit het perspectief van een ongeregistreerde bezoeker. Ik kijk in hoeverre ik toegang heb tot de diensten van Twitch. Vervolgens maak ik een account aan onder de naam "gebruikerUU." Zodoende kan ik mij op alle vlakken van het platform begeven. Gedurende het onderzoek maak ik screenshots van de verschillende onderdelen die ik behandel. Ik begin de discursieve interface-analyse met het bekijken van de functionele *affordances*, dus wat ik er mee kan doen. Vervolgens bekijk ik de cognitieve *affordances*, dus het weten wat je ermee kunt doen. En als laatste bekijk ik de zintuiglijke *affordances*, dus hoe je in staat wordt gesteld om iets waar te nemen. Vervolgens maak ik een analyse van het datamateriaal. Ik analyseer het datamateriaal vanuit een dwarsperspectief. Vervolgens probeer ik antwoord te geven op de deelvragen van het onderzoek. Kortom, het uitvoeren van de beschreven methode moet ervoor zorgen dat ik het benodigde datamateriaal verzamel dat ik vervolgens aan de hand van de in het theoretische kader beschreven concepten en de literatuur kan verklaren, om zodoende de deelvragen te beantwoorden. Uiteindelijk moet ik de hoofdvraag kunnen beantwoorden: *"Hoe wordt content aangeboden en gedistribueerd op het platform Twitch en hoe kan dit beschouwd worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie?"*

---

<sup>52</sup> Idem, 7-8.

## **Dataverzameling functionele affordances**

Functionele *affordances* hebben betrekking op wat een website kan doen. Bij het bekijken van de functionele *affordances* stel je de vraag: "Wat kun je er mee doen?" Functionele *affordances* produceren normen, namelijk het wel of niet toelaten van een bepaalde actie. Dit impliceert dat er van de gebruiker een bepaald gedrag wordt gevraagd. Dit demonstreert hoe macht productief is.<sup>53</sup> Ik begin de analyse met een uitleg van de verschillende redenen waarom er naar Twitch wordt gekeken. Vervolgens introduceer ik de ongeregistreerde bezoeker en de geregistreeerde kijker. Daarna analyseer ik het kanaal waarbij ik het heb over personalisatie, donaties en chatten. Verder licht ik toe wat een Twitch partner is en hoe een kanaal technisch beheerd wordt. Voordat ik het datamateriaal verbind met de concepten uit het theoretisch kader en ik de deelvragen beantwoord, analyseer ik eerst nog de cognitieve en zintuigelijke *affordances*.

De twee belangrijkste functionele *affordances* van Twitch zijn het bekijken en uitzenden van gameplay (beeldmateriaal van een bepaald videospel). Twitch geeft een aantal redenen aan waarom mensen zich op dit platform bevinden. Mensen kijken bijvoorbeeld graag naar anderen die iets goed kunnen of die andere mensen kunnen entertainen wanneer ze een gedeelde interesse hebben. Verder is Twitch een medium dat aankoopbeslissingen voor games aantoonbaar beïnvloedt.<sup>54</sup> Als laatste is Twitch meer dan alleen kijken naar andere mensen: het is *social video* met interactie tussen streamers en hun publiek via geluid en chat over van alles en nog wat, van gaming en popcultuur tot het dagelijks leven.<sup>55</sup> De aangeboden content bestaat uit *user generated programming*, E-sports (competitief gamen), uitgeverij en ontwikkelaars, journalistiek en evenementen (zoals beurzen en persconferenties).<sup>56</sup>

## **Ongeregistreeerde bezoeker en geregistreeerde gebruiker**

Voordat een bezoeker volledig gebruik kan maken van de verschillende functies van de website moet hij/zij zichzelf eerst registreren. Voorafgaand aan de registratie is het voor de bezoeker mogelijk om de verschillende kanalen van streamers te bekijken, maar bijvoorbeeld zelf uitzenden of participeren aan een chat is niet mogelijk. Een ongeregistreeerde bezoeker heeft dus een passieve rol. Een kanaal is vergelijkbaar met een zender. Het is een pagina op de website die beheerd wordt door de streamer. Op deze pagina wordt de content uitgezonden. Het is dus mogelijk voor een ongeregistreeerde bezoeker om zo eerst kennis te maken met de website. Dit wordt op een bepaalde manier gefaciliteerd door Twitch. Op de hoofdpagina worden bijvoorbeeld de livestreams van zes

---

<sup>53</sup> Idem, 8-9.

<sup>54</sup> Twitch, "Game Creator Success on Twitch: Hard Numbers," geraadpleegd op 6 juni, 2017, <https://blog.twitch.tv/https-blog-twitch-tv-game-creator-success-on-twitch-hard-numbers-688154815817>

<sup>55</sup> Twitch, "about," geraadpleegd op 6 juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/about>

<sup>56</sup> Twitch, "about," geraadpleegd op 6 juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/about>

willekeurige partners van Twitch (streamer met abonnee-optie) gepromoot (zie foto 1). Ik zal later in dit paper toelichten wat een Twitch-partner is. Een bezoeker onbekend met het platform krijgt zodoende een indicatie van de content die hij/zij kan verwachten. Onder die livestreams staan twaalf uitgelichte games. Dit zijn games waar het publiek het meeste naar kijkt. De bezoeker kan door middel van een hyperlink alle live games weergeven op een pagina. De volgorde loopt af van hoog naar laag aantal kijkers (zie foto 2). Onder de sectie "uitgelichte games" staat een sectie met daarin de zes meest populaire kanalen. Ook hier kan de bezoeker alle live kanalen weergeven. De sectie "populairste kanalen" wordt gevolgd door de secties "populairste PS4 kanalen" en "populairste Xbox One kanalen." De PS4 en Xbox zijn spelcomputersystemen waar games op gespeeld kunnen worden.



Foto 1.

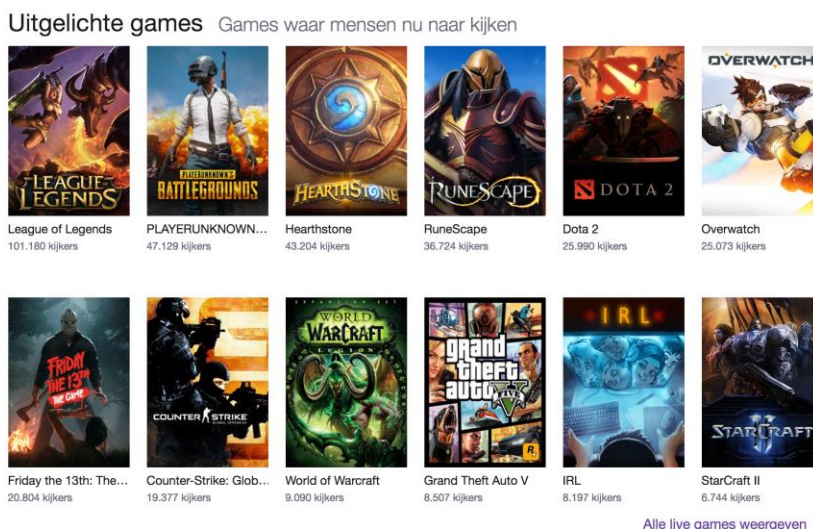


Foto 2.

Als een bezoeker zichzelf registreert is er veel meer mogelijk. De gebruiker kan bijvoorbeeld zijn/haar account aanpassen. Rechtsboven op de hoofdpagina zit een dropdown menu waar de gebruiker een aantal dingen kan doen. De gebruiker kan bijvoorbeeld zichtbaar of onzichtbaar voor vrienden op de website surfen. Daarnaast kan de gebruiker zijn/haar activiteiten delen met vrienden. Hieruit is op te maken dat Twitch de optie heeft



om vrienden toe te voegen. Vrienden kun je toevoegen door op gebruikersnaam te zoeken of door gebruikers direct vanuit de chat een vriendschapsverzoek te sturen. Een gebruiker kan zijn vrienden op de hoogte houden van zijn/haar activiteiten en bijvoorbeeld uitnodigen om samen een stream te bekijken. Gebruikers van het platform kunnen dus gemeenschappen opbouwen. In het dropdownmenu zit ook een link naar het berichtensysteem van Twitch. Dit is te vergelijken met een emailsysteem. Berichten kunnen verstuurd, ontvangen en beheerd worden. Daarnaast zijn er links naar de pagina's waar vrienden en abonnementen beheerd kunnen worden. Bij de analyse van een kanaal zal ik het aspect van abonnementen nader toelichten. Een geregistreerde bezoeker heeft de mogelijkheid om gebruik te maken van de betaalde dienst Turbo. Met deze dienst krijgt de gebruiker tijdens het kijken bijvoorbeeld geen advertenties meer, krijgt een aangepaste chatbadge en krijgt een exclusieve emoticonset.<sup>57</sup>

## Kanaal

Ik ga nu analyseren wat de functionele *affordances* zijn van een kanaal met betrekking tot een geregistreerde gebruiker (publiek en streamer). Een kanaal krijgt vorm door de streamer. De streamer maakt de banner en kiest een profielfoto. Daarnaast kan de streamer in zijn/haar beschrijving gepersonaliseerde kopjes toevoegen met daaronder bepaalde informatie. Bij het analyseren van de kanalen van Mista\_TV, Midnan, crea88, Sky0wnag3, wigglemen, Evocati, DeadlyDuMy en meer, valt het op dat het gebruikelijk is om de volgende kopjes toe te voegen: over mij, setup specificaties, schema, social media, doneren en huisregels.<sup>58 59 60 61 62 63</sup> Onder het kopje "over mij" kan de streamer iets vertellen over bijvoorbeeld zichzelf, over het kanaal en welke games er gespeeld worden. Onder het kopje "setup specificaties" geeft de streamer informatie over de apparatuur die gebruikt wordt om de stream te produceren. Verder volgen veel streamers een bepaald schema, zodat het publiek weet wanneer de streamer live is. Dit is vergelijkbaar met reguliere televisie waar de programmering voorafgaand aan de uitzending wordt vastgesteld. Daarnaast is het voor het publiek mogelijk om een melding te ontvangen zodra een uitzending begint. Onder het kopje "social media" plaatst de streamer links naar

---

<sup>57</sup> Twitch, "Turbo," geraadpleegd op 12 Juni, 2017,

[https://www.twitch.tv/products/turbo/ticket/new?ref=top\\_nav](https://www.twitch.tv/products/turbo/ticket/new?ref=top_nav)

<sup>58</sup> Twitch, "Mista\_TV," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, [https://www.twitch.tv/mista\\_tv](https://www.twitch.tv/mista_tv)

<sup>59</sup> Twitch, "Midnan," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/midnan/videos>

<sup>60</sup> Twitch, "Crea88," geraadpleegd op 12 Juni, 2017,

<https://www.twitch.tv/crea88/videos/all>

<sup>61</sup> Twitch, "Wigglemen," geraadpleegd op 12 Juni, 2017,

<https://www.twitch.tv/wigglemen/videos/all>

<sup>62</sup> Twitch, "Evocati," geraadpleegd op 12 Juni, 2017,

[https://www.twitch.tv/evocati\\_nl/videos](https://www.twitch.tv/evocati_nl/videos)

<sup>63</sup> Twitch, "Deadly\_dumy," geraadpleegd op 12 Juni, 2017,

[https://www.twitch.tv/deadly\\_dumy/videos/all](https://www.twitch.tv/deadly_dumy/videos/all)

andere platformen die hij/zij gebruikt zoals Youtube, Twitter en Facebook. Verder kunnen streamers links van hun sponsors plaatsen. Ondanks dat Twitch geen profijt heeft van de promotie van andere platformen en sponsors wordt dit wel toegelaten. De streamer krijgt de volledige macht en vrijheid in het indelen en vormgeven van zijn/haar kanaal. Uiteraard zijn er enkele regels waaraan de streamer zich moet houden. Dit betreft over het algemeen activiteiten die volgens de landelijke wetgeving niet zijn toegestaan zoals piraterij. De gedragsregels zijn na te lezen op de website van Twitch.<sup>64</sup> Streamers die zich niet aan de gedragsregels houden lopen het risico om te worden verbannen. De ernst van de situatie bepaalt of de streamer een waarschuwing krijgt of dat het kanaal direct gesloten wordt.

## **Doneren**

Een streamer kan doneren mogelijk maken, bijvoorbeeld omdat hij/zij de kwaliteit van de stream wil verbeteren door bijvoorbeeld betere apparatuur aan te schaffen. Daarnaast kan een streamer de donaties gebruiken voor eigen levensonderhoud. Hierdoor kan de streamer vaker en langer uitzenden. Fulltime streamers zoals summit1g en sodapoppin zijn afhankelijk van donaties en abonnementen.<sup>65 66</sup> Een kijker doet een donatie, bijvoorbeeld omdat hij/zij zich vermaakt voelt en de streamer wil steunen. Daarnaast is doneren voor het publiek een mogelijkheid om met de streamer in contact te komen. In een stream waar duizenden mensen actief deelnemen aan de chat is het onmogelijk voor een streamer om alles te lezen. Een donatie daarentegen komt in het kader van de uitzending te staan. De donateur kan een bericht toevoegen dat vervolgens wordt opgelezen door de streamer. (Zie foto 3). De streamer geeft zelf vorm aan de wijze waarop het bericht in het scherm komt te staan (zie foto4). Een streamer kan ook een melding inschakelen zodra een kijker het kanaal is gaan volgen. Dit zijn naast de banner, profielfoto en beschrijving, manieren waarop de streamer zijn/haar kanaal kan personaliseren (zie foto's 5 en 6). Doneren komt in twee vormen voor. Gebruikers kunnen Bits kopen van Twitch die zij vervolgens via de chat kunnen doneren aan de streamer. Twitch ontvangt hier een klein percentage van.<sup>67</sup> Daarnaast kan de streamer onafhankelijke software zoals streamtip gebruiken om donaties te ontvangen.<sup>68</sup> Twitch heeft hier geen profijt van, desondanks wordt dit niet verboden.

---

<sup>64</sup> Twitch, "Terms of service," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>

<sup>65</sup> Twitch, "Summit1g," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/summit1g>

<sup>66</sup> Twitch, "Sodapoppin," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/sodapoppin>

<sup>67</sup> Twitch, "Cheering," geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://help.twitch.tv/customer/en/portal/articles/2449458-guide-to-cheering>

<sup>68</sup> Streamtip, "Home page," geraadpleegd op 6 juni, 2017, <https://streamtip.com/>

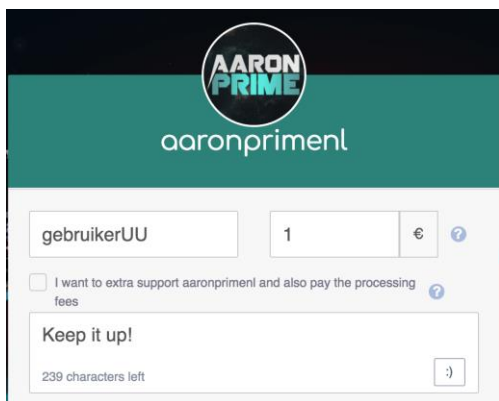


Foto 3.

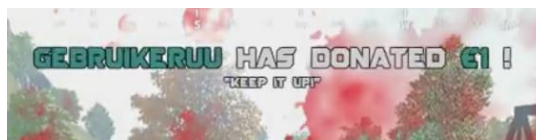


Foto 4.



Foto 5.



Foto 6.

## Chat en moderators

Een streamer heeft de mogelijkheid om moderators aan te nemen. Dit zijn vrijwilligers die de streamer ondersteunen in zijn/haar werkzaamheden.<sup>69</sup> De moderators zorgen er bijvoorbeeld voor dat het publiek zich aan de huisregels houdt. Zo stelt Seanpolane21 dat het publiek aardig voor elkaar moet zijn, racisme niet is toegestaan, zelfpromotie niet is toegestaan, Nederlands de voertaal is en dat er geen politieke discussies gevoerd mogen worden.<sup>70</sup> De streamer Crea88 hanteert de regels dat kijkers respectvol met elkaar om moeten gaan en dat spammen (vaak hetzelfde bericht plaatsen), capslock en links plaatsen niet is toegestaan (zie foto 7 en 8).<sup>71</sup> De streamer bepaalt of de kijkers die de regels breken een waarschuwing krijgen, een time-out (een bepaalde periode niet kunnen chatten) krijgen of verbannen worden. Het publiek kan de moderators herkennen aan het speciale logo (groen zwaard) voor de gebruikersnaam (zie foto 9). Het publiek heeft dus de mogelijkheid om te participeren in de chat. In de chat kunnen de gebruikers binnen de huisregels van een kanaal berichten plaatsen. Berichten kunnen openbaar geplaatst worden, geadresseerd aan een andere gebruiker, geadresseerd aan de streamer of

<sup>69</sup>Twitch, "Moderatie," geraadpleegd op 13 Juni, 2017,

<https://help.twitch.tv/customer/en/portal/topics/301853-community-moderation/articles>

<sup>70</sup> Twitch, "Seanpolane21," geraadpleegd op 13 Juni, 2017,

<https://www.twitch.tv/seanpolane21/videos/all>

<sup>71</sup> Twitch, "Crea88," geraadpleegd op 13 Juni, 2017,

<https://www.twitch.tv/crea88/videos/all>

geadresseerd aan een moderator. Daarnaast kunnen de gebruikers fluisterberichten versturen, dit zijn privé berichten. Verder heeft het publiek de optie om een groep chat aan te maken. Als ondersteuning binnen de chat heeft het publiek toegang tot een lijst waarin de gebruikersnamen van de moderators en andere kijkers worden weergegeven.



- *Respect me, and people in the chat*
- *Dont use CAPS*
- *Dont Spam*
- *Dont send / spam links or advertisements*

Foto 7.

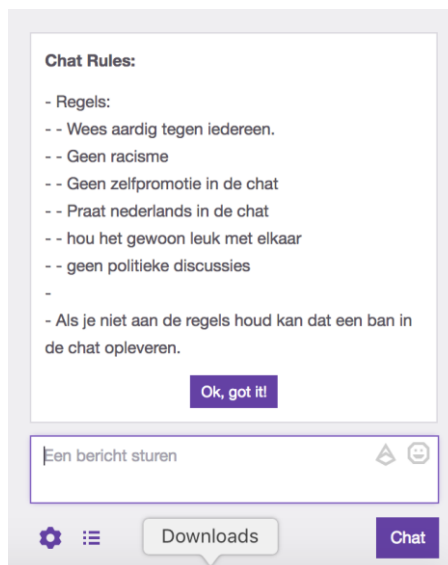


Foto 8.

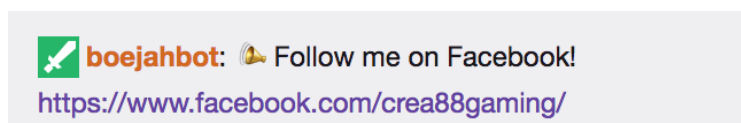


Foto 9.

## Twitch partner

Streamers met een vast en groeiend publiek, een regelmatig uitzendschema met minstens drie uitzendingen per week en content die voldoet aan de regels van Twitch, komen in aanmerking voor het Twitch partnerprogramma.<sup>72 73 74 75</sup> Als Twitchpartner heb je toegang tot de functies: advertenties inschakelen, kanaalabbonementen, tee-springacties en cheering. Tee-springacties zijn handelswaren zoals T-shirts, mobiele telefoonhoesjes en mutsen. Cheering is het doneren met Bits. Het laatste is uitgelegd in de voorgaande paragraaf. Twitchpartners mogen zelf de duur en frequentie van reclameblokken bepalen.

<sup>72</sup> Twitch, "Twitch partner," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/partners>

<sup>73</sup> Twitch, "Sign up," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/partner/signup>

<sup>74</sup> Twitch, "Rules of conduct," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, [https://www.twitch.tv/p/rules\\_of\\_conduct](https://www.twitch.tv/p/rules_of_conduct)

<sup>75</sup> Twitch, "Terms of service," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>

De streamer heeft zelfs de optie om reclameblokken uit te schakelen. Een Twitchpartner krijgt een gedeelte van de advertentie-inkomsten die een uitzending genereert. Twitch maakt dit duidelijk door hier melding van te maken tijdens een advertentie (zie foto 10). Verder kunnen Twitchpartners inkomsten genereren door middel van kanaalabonnementen (zie foto 11). Kijkers kunnen een abonnement afsluiten voor een kanaal in ruil voor privileges zoals: een aangepaste chatbadge (zie foto 12), aangepaste emoticons (zie foto 13), toegang tot de *subscriberchat* (alleen abonnees) en kijken zonder advertenties. De streamer bepaalt zelf welke privileges de abonnees krijgen (zie foto 14). Dit kan de streamer instellen op het dashboard. Met aangepaste badges wordt bedoeld dat deze zelf zijn gemaakt door de streamer.<sup>76</sup>

Het dashboard is de plek waar de streamer zijn/haar kanaal beheert. Er zijn veel verschillende opties en instellingen die bijgehouden moeten worden. Op het dashboard kan de streamer bijvoorbeeld zijn/haar computer verbinden met het systeem van Twitch, nieuwe moderators integreren in zijn/haar kanaal en streamtitels veranderen. Op het dashboard bevinden zich ook de donatie- en abonneeopties. Je zou kunnen stellen dat het dashboard het epicentrum is van de productie van een kanaal. Het vereist ook enige technische kennis aangezien er ook gewerkt moet worden met onafhankelijke software zoals OBS.<sup>77</sup> Deze software is verantwoordelijk voor het opnemen van de gameplay en de verbinding van de desktop van de streamer met het systeem van Twitch. Behalve dat het dashboard het beheren van een kanaal mogelijk maakt, zijn er ook bepaalde statistieken zoals kijkcijfers beschikbaar voor de streamer. Verder heeft de streamer de mogelijkheid om vanuit het dashboard andere streamers te hosten. Dit betekent dat wanneer een streamer offline is of gaat deze zijn/haar publiek kan overzetten naar een ander kanaal. Dit is een manier waarmee streamers elkaar kunnen steunen.

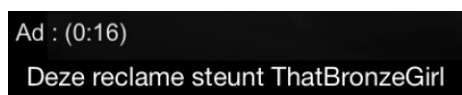


Foto 10.

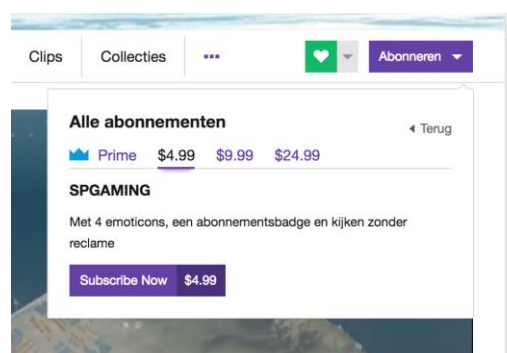


Foto 11.

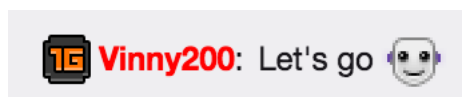


Foto 12

<sup>76</sup> Twitch, "Twitch partner," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://help.twitch.tv/customer/en/portal/topics/301854-partner-program/articles>

<sup>77</sup> OBS, "about," geraadpleegd op 13 juni 2017, <https://obsproject.com/>

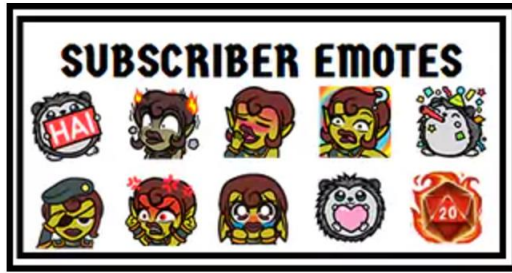


Foto 13.



Subscribing to my channel gives you:

- Ninja adds all of his subscribers on Snapchat!
- No advertisements in this stream!
- When I do play with my stream, I invite Subscribers
- A cool Ninja next to your name!
- The money directly supports me and helps me!
- Quicker responses! (It can get flooded during some streams and that cool ninja is easy to spot!)

Foto 14.

### **Dataverzameling cognitieve affordances**

Cognitieve *affordances* hebben betrekking op hoe de gebruikers weten wat een website kan doen. Cognitieve *affordances* faciliteren het verwerken van informatie en zijn daarom nauw verbonden met de sociale handeling van betekenisvorming. Cognitieve *affordances* nodigen uit tot benaming, labelen en zelfbeschrijvingen. In dit gedeelte van dit paper analyseer ik de cognitieve *affordances* van Twitch.<sup>78</sup>

Cognitieve *affordances* zijn dus elementen die ervoor zorgen dat een gebruiker weet wat een website kan doen. Een geregistreerde bezoeker wordt niet bij de hand genomen. Er is geen tutorial zoals dat bij andere platformen zoals Gmail gebeurt. Twitch heeft wel een hulpcentrum-pagina waar de verschillende onderdelen van het platform worden toegelicht.<sup>79</sup> Hier zit een bepaalde volgorde in. Het begint met het kopje "getting started" waaronder zeventien artikelen staan voor een beginnende gebruiker. De gebruiker leert hier bijvoorbeeld hoe de registratie werkt, hoe instellingen veranderd kunnen worden en hoe de verschillende pagina lay-outs zoals de kanaalpagina zijn vormgegeven. Dit eerste gedeelte omvat de basis van het platform en behandelt kort de verschillende onderdelen die noodzakelijk zijn om iets van het platform te begrijpen. Vervolgens worden alle onderdelen van het platform gedetailleerd toegelicht met elk een eigen kopje waaronder een aantal artikelen staan. Het platform is dus systematisch geordend om zodoende de gebruiker bij het gebruik een handvat te bieden. Zo zijn er alleen al twaalf artikelen gewijd aan de functionaliteit van de chat. Andere kopjes die toegelicht worden zijn: "beginner uitzenden," "Twitchpartner," "uitzendsetup en -software" en "gemeenschap en moderatie." Binnen dit hulpcentrum worden 15 onderdelen van Twitch behandeld die weer onderverdeeld zijn in 186 artikelen. Het is een erg uitgebreide en gedetailleerde handleiding die elk aspect van het platform toelicht. Om het af te maken wordt onderaan de pagina de vraag gesteld of er nog iets niet duidelijk is met een link naar de klantenservice (zie foto 15). Verder wordt de gebruiker door verschillende elementen van het platform uitgenodigd tot benaming, labelen en zelfbeschrijving. Op de kanaalpagina van een beginnende gebruiker is bijvoorbeeld te zien hoe het platform de gebruiker aanspoort om zijn/haar kanaal te personaliseren (zie foto 16 en 17). Verder krijgt de gebruiker af en toe een pop-up melding met advies met betrekking tot het gebruik van het platform (zie foto 18).

**Still need help with something?**

[Send Us an Email](#)

Foto 15.

---

<sup>78</sup> Stanfill, "The interface as discourse," 10-11.

<sup>79</sup> Twitch, "Help," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://help.twitch.tv>

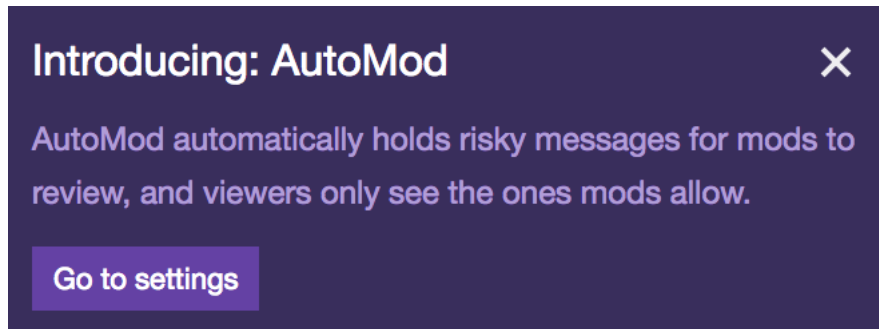
*Het is hier nogal leeg*



Panelen bewerken

*Foto 16.*

*Foto 17.*



*Foto 18.*



## Datamateriaal zintuiglijke affordances

Zintuiglijke *affordances* hebben betrekking op het in staat stellen van de gebruiker om iets waar te nemen (zien, horen, voelen). Zintuiglijke *affordances* reflecteren en versterken overtuigingen over de doeleinden en waar de gebruiker om zou moeten geven. Iets laten opvallen door middel van ontwerpkeuzes verdeelt de aandacht over het zowel reflecteren als het versterken van aannames en waarden.<sup>80</sup> Je zou kunnen stellen dat de hoofdpagina de plek is waar een platform zich het beste zou moeten presenteren. In het kader van zintuiglijke *affordances* betekent dit dat de onderdelen die verwerkt zijn in de hoofdpagina de overtuigingen over de doeleinden en waar de gebruiker om zou moeten geven het beste reflecteren en versterken. In dit gedeelte van het onderzoek bekijk ik het ontwerp van de hoofdpagina en wat er in eerste instantie voor de bezoeker zichtbaar wordt gemaakt.<sup>81</sup> Dat wil zeggen dat ik bekijk wat er zichtbaar is zonder dat een bezoeker daarvoor hoeft te navigeren (zie foto 19). Daarnaast bekijk ik de onderdelen waarnaar wordt verwezen op de hoofdpagina. De onderdelen bestaan uit het kanaal, de uitgelichte games en het hoofdmenu. Aangezien ik het hoofdmenu al heb besproken in het gedeelte over de functionele *affordances* laat ik dat hier achterwege.

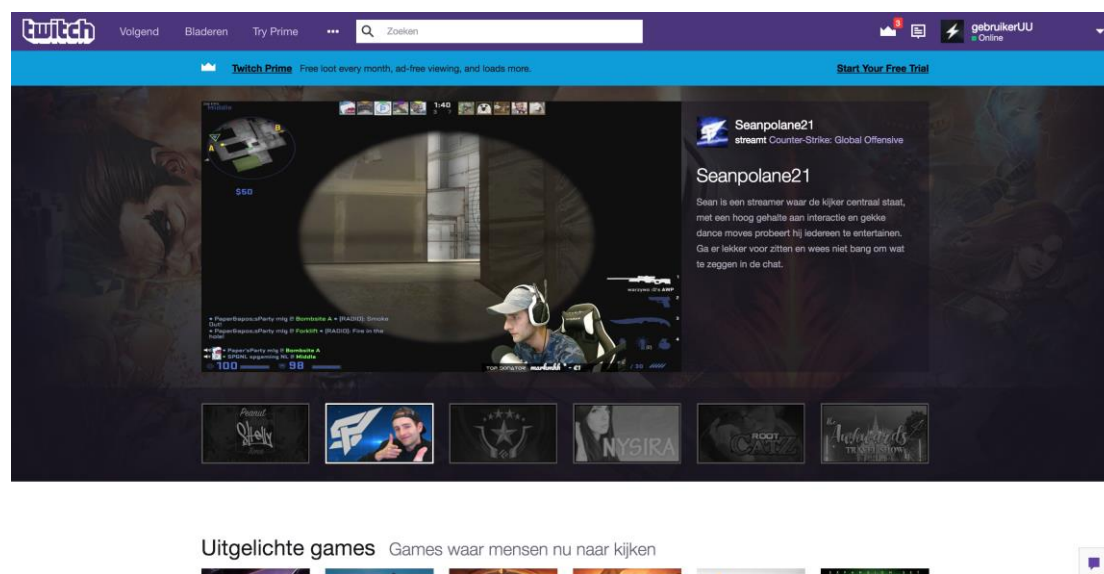


Foto 19.

## Hoofdpagina

Het ontwerp van de hoofdpagina laat zien dat Twitch de aandacht wil vestigen op het aspect van de kanalen. Zodra een gebruiker de hoofdpagina opent wordt er automatisch een kanaal afgespeeld van een willekeurige Twitch partner, inclusief geluid. Zo is al eerder gezegd in het gedeelte van de functionele *affordances* dat de twee belangrijkste

<sup>80</sup> Stanfill, "The interface as discourse," 7-8.

<sup>81</sup> Twitch, "home," geraadpleegd op 14 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/>

functionele *affordances* van Twitch het bekijken en uitzenden van gameplay is. Opvallend hieraan is dat niet alle onderdelen van een kanaal gepresenteerd worden. In het ontwerp ontbreken bijvoorbeeld de banner, de chat en de persoonlijke beschrijving van de streamer. Het ontwerp bestaat uit het kader van de gameplay, een profielfoto, de gebruikersnaam, een hyperlink van het gespeelde spel en een beknopte omschrijving van het kanaal (zie foto 20). Bovenaan dit centrale gedeelte van de hoofdpagina is het hoofdmenu verwerkt waarmee een gebruiker gemakkelijk door de verschillende onderdelen kan navigeren zoals beschreven in de voorgaande gedeeltes. Onderaan het centrale gedeelte is nog een klein stuk te zien van de sectie waarin de uitgelichte games worden gepresenteerd (zie foto 19). Dit is niet volledig zichtbaar, maar het nodigt de gebruiker uit om naar beneden te scrollen en het platform verder te ontdekken. In deze sectie staan de twaalf meest populaire games weergegeven met een realtime teller van het totaal aantal kijkers per game.

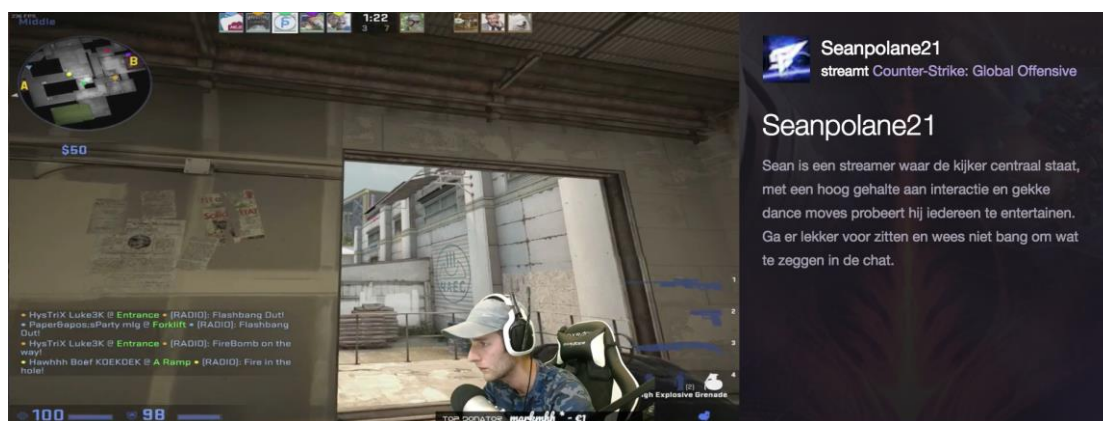


Foto 20.

## Ontwerpeuze kanaal

Een kanaal bestaat uit vijf verschillende secties (zie foto 21): de twitch sidebar (links), een grote responsieve videospeler (midden), gebruiker-uitzendinformatie (boven), informatiepanels (onder) en de chat (rechts).<sup>82</sup> De verschillende knoppen en functies van het kanaal reageren op beweging van de cursor. Dit gebeurt op twee manieren. Allereerst zijn er onderdelen die visueel reageren op interactie. De volgknop verandert bijvoorbeeld van kleur om zodoende aan te geven dat dit een functie is. De paarse kleur van de volgknop wordt lichter zodra de cursor hierop komt te staan. Ook het symbool van de cursor verandert van een navigatiepijl naar een handje zodra er contact wordt gemaakt (zie foto 22 en 23). Zodra een gebruiker een streamer heeft gevolgd, verandert deze knop in een groen hartje met een dropdown menu waar notificaties aan/uit gezet kunnen worden (zie foto 24 en 25). Dit is een voorbeeld van de manier waarop Twitch de gebruiker in staat stelt om iets waar nemen.

<sup>82</sup> Twitch, "gebruikerUU," geraadpleegd op 14 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/gebruikeruu>

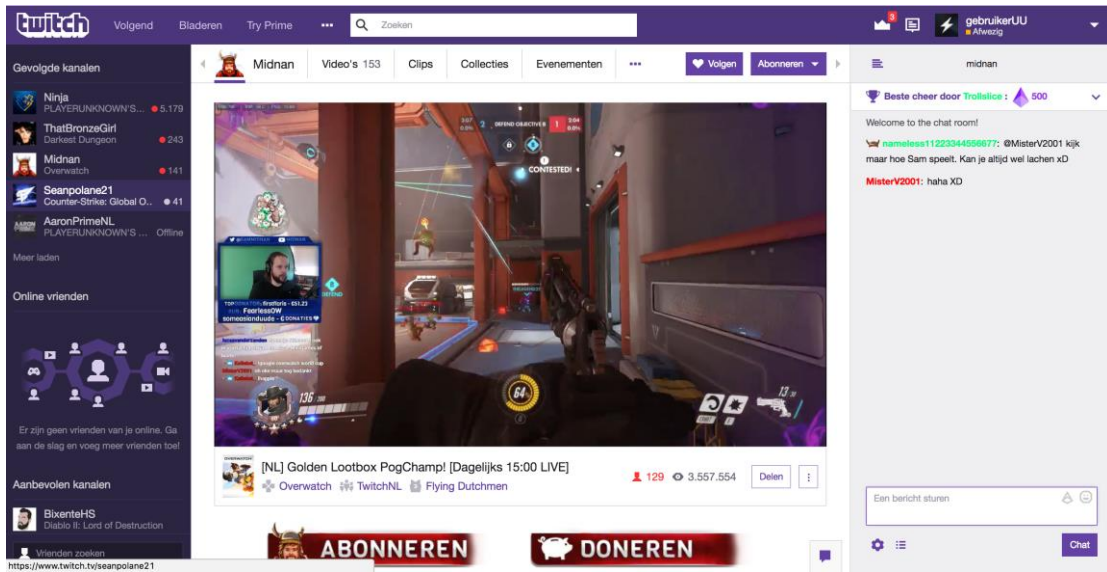


Foto 21.

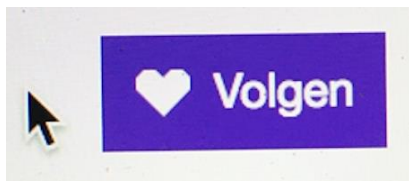


Foto 22.

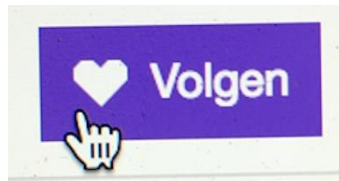


Foto 23.

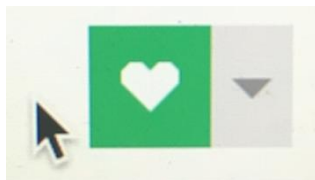


Foto 24.

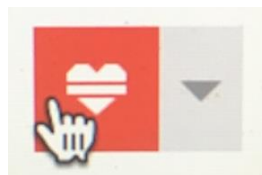


Foto 25.

## Analyse

In dit gedeelte van het onderzoek analyseer ik het verzamelde datamateriaal. Ik verbind het datamateriaal met de concepten en de literatuur uit het theoretisch kader. Allereerst bekijk ik hoe content wordt gecreëerd. Vervolgens bekijk ik hoe de content en ervaring gedeeld worden. Daarna bekijk ik de controle over de content. Tot slot bekijk ik hoe de technologie en de gebruiker onderling constitutief zijn. Tijdens de analyse kijk ik ook naar hoe interactiviteit en *user-generated* content verwerkt zijn in het platform en wat de rol is van de gebruiker (streamer en kijker) en van Twitch. Hiermee wil ik de volgende deelvragen beantwoorden: "Welke rol krijgen het publiek, de streamer (aanbieder van content) en Twitch als facilitator toebedeeld op het platform?" "Op welke manier maakt Twitch gebruik van interactiviteit en user generated content?" en "op welke manier zijn de technologie en de gebruiker onderling constitutief?" In de conclusie geef ik antwoord op de hoofdvraag. Interactiviteit is een belangrijk aspect van Twitch.

Volgens Cesar en Chorianopoulos zijn *content creation, content and experience sharing process* en *control of audiovisual content* drie concepten die inherent zijn aan interactieve televisie.<sup>83</sup> Ook stellen Cesar en Chorianopoulos de taxonomie voor (*create-share-control*) als een evolutionaire stap na het traditionele hiërarchische paradigma *produce-distribute-consume*.<sup>84</sup>

### **Content creation en user-generated content**

De gebruiker (publiek en streamer) heeft een actieve rol op het platform. De gebruiker is namelijk verantwoordelijk voor de content. In het theoretisch kader is besproken op welke wijze het fenomeen van *user-generated* content nieuw kijkgedrag en sociale interacties creëert dat gebruikers stimuleert om creatiever te zijn.<sup>85</sup> Belangrijke kenmerken van *user-generated* content zijn de snelheid van de contentproductie en de lage productieinspanning.<sup>86</sup> Twitch heeft elke maand meer dan twee miljoen unieke streamers.<sup>87</sup> Er is dus sprake van een grote hoeveelheid beschikbare content op het platform. Daarnaast wordt de content live uitgezonden en vindt er dus geen post-productie plaats. De productiesnelheid kan dus niet hoger. Verder is het getal van twee miljoen unieke streamers per maand er een kleine indicatie van dat de drempel om toe te treden als streamer niet heel hoog is. Daarnaast kunnen gebruikers die willen uitzenden alles leren in het hulpcentrum.<sup>88</sup> Aan de hand van de genoemde cijfers, het beschikbare hulpcentrum en mijn eigen ervaring als streamer kan ik veilig zeggen dat streamen op

---

<sup>83</sup> Cesar en Chorianopoulos, "Interactivity and user participation in the television lifecycle," 125.

<sup>84</sup> Idem, 125.

<sup>85</sup> Cha, Kwak, Rodriguez, Ahn en Moon, "I tube, you tube, everybody tubes," 1.

<sup>86</sup> Idem, 1.

<sup>87</sup> Twitch, "about," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/about>

<sup>88</sup> Twitch, "help," geraadpleegd op 13 Juni, 2017, <https://help.twitch.tv/>

Twitch een lage productieinspanning heeft. Het is voor iedere gebruiker mogelijk om te streamen. De gebruiker is dus verantwoordelijk voor de creatie van content. Dit is terug te koppelen naar het eerste element van de taxonomie volgens Cesar en Chorianopoulos.<sup>89</sup> Later in de analyse kom ik terug op hoe *user-generated* content op Twitch nieuw kijkgedrag en sociale interactie creëert die gebruikers stimuleert om creatiever te zijn.

### ***Content and experience sharing process***

Het tweede element van de taxonomie *create-share-control* volgens Cesar en Chorianopoulos is het delen van de ervaring (*share*). Op Twitch kan een gebruiker vrienden toevoegen. Een gebruiker kan zijn/haar vrienden op de hoogte houden van zijn/haar activiteiten en bijvoorbeeld uitnodigen om samen een stream te kijken. Gebruikers van het platform kunnen zo gemeenschappen opbouwen. Door middel van *content enriched communication systems* die bestaan uit technologische oplossingen voor het integreren van interpersoonlijke communicatie en contentdistributie, faciliteert Twitch interactiviteit en daarmee ook gelijk socialisatie. Een voorbeeld van zo'n systeem is de chat. Twitch kan dus beschouwd worden als interactieve televisie, omdat het het mogelijk maakt voor de gebruikers om interactie te hebben met elkaar door middel van de chat. Twitch is *social video* met interactie tussen de streamers en hun publiek via geluid en chat. Berichten kunnen openbaar geplaatst worden, geadresseerd aan een andere gebruiker, geadresseerd aan de streamer of geadresseerd aan een moderator. Uniek aan de chat van Twitch is dat de streamer en kijker direct contact hebben met elkaar. Nog een manier waarmee het publiek met een streamer in contact kan komen is doneren. De donateur kan namelijk een bericht toevoegen dat vervolgens wordt opgelezen door de streamer. De streamer geeft zelf vorm aan de wijze waarop het bericht in het scherm komt te staan. Veel streamers maken de ervaring van een donatie zo aantrekkelijk mogelijk door muziek toe te voegen en animaties te maken. Dit is een voorbeeld van hoe *user-generated* content op Twitch nieuw kijkgedrag en sociale interactie creëert die gebruikers stimuleert om creatiever te zijn. In de gepersonaliseerde beschrijving van een kanaal is het gebruikelijk om het kopje "social media" te plaatsen, waaronder de streamer links plaatst naar andere platforms die hij/zij gebruikt zoals Youtube, Twitter en Facebook. Volgens Curtin zijn sociale media belangrijke marketing- en promotiemiddelen in het huidige televisielandchap. Vooral door de manier waarop sociale media onlinegemeenschappen opbouwen rondom een bepaalde content.<sup>90</sup> Het koppelen aan de genoemde platformen is dus een ideale manier om een kijkersbasis op te bouwen en te onderhouden. Volgens Curtin heeft de digitale distributierevolutie veranderd hoe het publiek socialiseert door media. Deze opmerking wordt bevestigd als we kijken naar de manier waarop de gebruiker van Twitch op het platform socialiseert. De functionaliteit van de vriendenoptie en de chat

---

<sup>89</sup> Cesar en Chorianopoulos, "Interactivity and user participation in the television lifecycle," p. 126.

<sup>90</sup> Curtin et al., *Distribution Revolution*, 3.

zijn hier goede voorbeelden van. Er is geen enkel ander platform dat op deze wijze socialisatie faciliteert.

### ***Control of audiovisual content***

Streamers krijgen de macht en de vrijheid om hun kanalen vorm te geven, maar de streamers krijgen ook de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat het kanaal en het publiek binnen de richtlijnen van het platform blijven, aangezien ook Twitch zich moet houden aan de landelijke wetgeving. De genoten vrijheid nodigt namelijk ook uit tot misbruik. Dit is iets wat de streamers zelf moeten handhaven om zodoende het voortbestaan van hun kanaal te beschermen, omdat het overtreden van de regels kan leiden tot sluiting van het kanaal. Uiteraard is er ook personeel van Twitch dat toezicht houdt.<sup>91</sup> De moderators (vrijwilligers uit het publiek) zorgen ervoor dat het publiek zich aan de regels houdt. De streamer en de moderators houden dus de kijkers in de gaten en Twitch let op de streamers. De kijkers kunnen zelf ook aangifte doen tegen de streamer. Deze wisselwerking in controle laat zien dat er een bepaalde sociale controle heerst om het platform te beschermen. Zoals besproken komen streamers met een vast en groeiend publiek, een regelmatig uitzendschema met minstens drie uitzendingen per week en content die voldoet aan de regels van Twitch, in aanmerking voor het Twitch partnerprogramma.<sup>92</sup> Als Twitchpartner heb je toegang tot de exclusieve functies zoals advertenties inschakelen en kanaalabbonementen. Twitchpartners mogen zelf de duur en frequentie van reclameblokken bepalen. De streamer heeft zelfs de optie om reclameblokken uit te schakelen. De gebruikers hebben dus ook vrijheid en controle over de manier waarop zij zaken doen. Dit is te zien aan de manier waarop de streamers hun kanalen personaliseren. Streamers krijgen de vrijheid en controle om zelf te bepalen hoe zij inkomsten genereren. Dit kan, zoals beschreven in het datamateriaal, gedaan worden door middel van donaties via onafhankelijke software, Bits (Twitch donatiesoftware), gepersonaliseerde abonnementen en advertenties. Verder krijgen streamers de vrijheid om links te plaatsen van sponsors. Uit de analyse van de cognitieve *affordances* is ook voortgekomen hoe transparantie van het platform bijdraagt aan controle aangezien de gebruiker over alle onderdelen kennis kan krijgen.

---

<sup>91</sup> Twitch, "Moderatie," geraadpleegd op 15 Juni, 2017,  
<https://help.twitch.tv/customer/en/portal/topics/301853-community-moderation/articles>

<sup>92</sup> Twitch, "Twitch partner," geraadpleegd op 15 Juni, 2017,  
<https://help.twitch.tv/customer/en/portal/topics/301854-partner-program/articles>

## **Technologie en gebruiker**

Het dashboard is de plek waar de streamer zijn/haar kanaal beheert. Het vereist ook enige technische kennis aangezien er gewerkt moet worden met onafhankelijke software zoals OBS.<sup>93</sup> Dit brengt ons bij de derde deelvraag: *“Op welke manier zijn de technologie en de gebruiker onderling constitutief?”* Twitch heeft het platform zo vormgegeven dat er ruimte is voor een persoonlijke technische invulling. Twitch bemoeit zich niet met de techniek achter een productie. Zoals eerder besproken is de rol van Twitch het bemiddelen en faciliteren van de wensen van de gebruikers. Twitch kan de keuze maken om onafhankelijke software en sponsors te verbieden aangezien zij hier geen profijt van hebben, maar Twitch geeft de macht en de vrijheid aan de gebruiker. Ondanks misgelopen inkomsten voor Twitch zou je wel kunnen stellen dat de waardering van de gebruikers zorgt voor een sterkere binding en loyaliteit met het platform. Dit is te koppelen aan wat Curtin zegt over hoe verbinding met het publiek de nieuwe tijdgeest is in tegenstelling tot de grootte van het publiek.<sup>94</sup> De ruimte die open gelaten wordt voor de eigen technische invulling nodigt externe partijen uit tot het vormen van bruikbare software en hardware. De technische vrijheid wordt door de gebruikers constant opnieuw ingevuld. Het platform reconfigureert op zijn beurt weer zijn technologie. Deze wisselwerking die mede mogelijk is door de gegeven vrijheid, laat zien hoe de technologie en gebruiker onderling constitutief zijn.

---

<sup>93</sup> OBS, “about,” geraadpleegd op 13 juni 2017, <https://obsproject.com/>

<sup>94</sup> Curtin et al., *Distribution Revolution*, 3.

## Conclusie

In de conclusie geef ik antwoord op de hoofdvraag: *“Hoe wordt content aangeboden aan en gedistribueerd op het platform Twitch en hoe kan dit beschouwd worden als een nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie?”* Verder bespreek ik wat mij is opgevallen en wat ik niet had verwacht tijdens het onderzoek. Tot slot doe ik een suggestie voor een vervolgstudie.

Zoals beschreven in de analyse wordt content geproduceerd door de gebruikers en de gebruikers geven zelf invulling aan de manier waarop de content gedistribueerd wordt. Daarnaast wordt de content aangeboden binnen een sociaal systeem waar de gebruikers elkaar bijvoorbeeld kunnen toevoegen, aannemen als moderator en blokkeren van een kanaal. De relatie van de kijker/gebruiker met televisie heeft op Twitch een nieuwe vorm aangenomen. De gebruiker produceert, deelt de content en ervaring met anderen en heeft controle op een unieke wijze. De relatie kan zonder twijfel gekoppeld worden aan de taxonomie van Cesar en Chorianopoulos, maar de uitvoering is uniek. Het is de mate waarin macht en vrijheid wordt geboden aan de gebruiker waardoor Twitch zich onderscheidt van anderen. De cijfers geven aan dat dit model werkt.<sup>95</sup> Zo heeft Curtin gezegd dat Netflix en Youtube pioniers zijn in veel van de principes en praktijken die de digitale distributierevolutie in de entertainmentindustrie definiëren.<sup>96</sup> Ik denk dat de resultaten van dit onderzoek aangeven dat nu ook Twitch beschouwd kan worden als een pionier in de digitale distributierevolutie. Ik denk dan ook dat ik achter mijn stelling kan staan die ik het begin van dit onderzoek heb gepresenteerd. Twitch heeft de vraag om controle over kijkgedrag en content beantwoord en de volgende stap gemaakt richting de nieuwe televisie.

---

<sup>95</sup> Twitch, “About,” geraadpleegd op 15 Juni, 2017, <https://www.twitch.tv/p/about>

<sup>96</sup> Curtin et al., *Distribution Revolution*, 11-12.



## **Reflectie**

Ik ben zelf een paar jaar actief op het platform Twitch. Ik volg een aantal streamers en ik heb zelf een keer geprobeerd te streamen. Ik dacht dat ik een goed beeld had van het platform, maar ik had niet verwacht verrast te worden door de bevindingen. Ik heb er bijvoorbeeld nooit goed over nagedacht hoe de gebruiker en de technologie invloed op elkaar uitoefenen en wat voor resultaat daaruit kan komen. Daarnaast is het mij opgevallen hoe Twitch, door de gebruikers macht en vrijheid te geven, een geheel nieuwe vorm van de relatie van de kijker/gebruiker met televisie heeft kunnen creëren. De gehanteerde methode heeft dit mogelijk gemaakt. De discursieve interface-analyse is een methode die vanuit drie verschillende perspectieven (functioneel, cognitief en zintuigelijk) kijkt naar een object. Een collectieve analyse van die drie verschillende perspectieven zorgt voor een interessante invalshoek. Tot slot wil ik kort een suggestie doen voor een vervolgonderzoek. Het lijkt mij interessant om dit onderzoek aan te vullen met een discourse analyse van de gebruiker (publiek en streamer) en te kijken hoe zij het platform en zijn unieke eigenschappen ervaren.

## Literatuurlijst

Cesar, Pablo. "Interactivity and user participation in the television lifecycle: creating, sharing, and controlling content." *ACM Digital Library* (2008):125-128. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1453830>.

Cha, Meeyoung, Haewoon Kwak, Pablo Rodriquez, Yong-Yeol Ahn, en Sue Moon. "I tube, you tube, everybody tubes: analyzing the world's largest user generated content video system." *ACM Digital Library* (2007): 125-128. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1298309>.

Curtin, Michael, Jennifer Holt en Kevin Sanson en Kurt Stutter. "Introduction. Making of a Revolution." In *Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television*, geredigeerd door Michael Curtin, Jennifer Holt en Kevin Sanson 1-17. Berkeley: University of California Press, 2014.

Gaver, William W. "Technology affordances." *ACM Digital Library* (1991): 79-84. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=108856>

Jensen, Jens F. "Interactive television: new genres, new format, new content." *ACM Digital Library* (2005): 89-96. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=1109194>.

Kaytoue, Medhi, Arlei Silva, Loïc Cerf, Wagner Meire Jr., en Chedy Raïssi. "Watch me Playing, I am a Professional: a First Study on Video Game Live Streaming." *ACM Digital Library* (2012):1181-1188. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=2188259>.

Knippr. "Knipper Blog." Geraadpleegd op 12 april, 2017. <https://www.knippr.nl/blog/de-acht-belangrijkste-tv-kijktrends>.

Marinelli, Alberto en Romana Andò. "Multi screening and social TV: The changing landscape of TV in Italy." *View Journal Of European Television History And Culture* (2014):24-36. <http://viewjournal.eu/index.php/view/article/view/113>.

OBS, "about." geraadpleegd op 13 juni, 2017. <https://obsproject.com/>

Pires, Karine en Gwendal Simon. "YouTube live and Twitch: a tour of user-generated live streaming systems." *ACM Digital Library* (2015):225-230. <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=2713195>.

Roscoe, Jane. "Multi-Platform Event Television: Reconceptualizing our Relationship with Television." *Journal The communication Review* 7, no. 4 (2004): 1-9.

Stanfill, Mel. "The interface as discourse: The production of norms through web design." *new media & society* 17, no. 7 (2015): 1-16.

Streamtip. "Home page," geraadpleegd op 6 juni, 2017. <https://streamtip.com/>

Twitch. "about." geraadpleegd op 12 april, 2017. <https://www.twitch.tv/p/about>.

Twitch. "Cheering." geraadpleegd op 12 Juni, 2017, <https://help.twitch.tv/customer/en/portal/articles/2449458-guide-to-cheering>

Twitch. "Crea88," geraadpleegd op 12 Juni, 2017. <https://www.twitch.tv/crea88/videos/all>

Twitch. "Deadly\_dumy," geraadpleegd op 12 Juni, 2017. [https://www.twitch.tv/deadly\\_dumy/videos/all](https://www.twitch.tv/deadly_dumy/videos/all)

Twitch. "Evocati," geraadpleegd op 12 Juni, 2017. [https://www.twitch.tv/evocati\\_nl/videos](https://www.twitch.tv/evocati_nl/videos)

Twitch. "Game Creator Success on Twitch: Hard Numbers," geraadpleegd op 6 juni, 2017. <https://blog.twitch.tv/https-blog-twitch-tv-game-creator-success-on-twitch-hard-numbers-688154815817>

Twitch. "gebruikerUU," geraadpleegd op 14 Juni, 2017. <https://www.twitch.tv/gebruikeruu>

Twitch. "Help," geraadpleegd op 13 Juni, 2017. <https://help.twitch.tv>

Twitch. "home," geraadpleegd op 14 Juni, 2017. <https://www.twitch.tv/>

Twitch. "Midnan," geraadpleegd op 12 Juni, 2017. <https://www.twitch.tv/midnan/videos>

Twitch. "Mista\_TV," geraadpleegd op 12 Juni, 2017. [https://www.twitch.tv/mista\\_tv](https://www.twitch.tv/mista_tv)

Twitch. "Moderatie," geraadpleegd op 13 Juni, 2017. <https://help.twitch.tv/customer/en/portal/topics/301853-community-moderation/articles>

Twitch. "Rules of conduct," geraadpleegd op 13 Juni, 2017.  
[https://www.twitch.tv/p/rules\\_of\\_conduct](https://www.twitch.tv/p/rules_of_conduct)

Twitch. "Seanpolane21," geraadpleegd op 13 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/seanpolane21/videos/all>

Twitch. "Sodapoppin," geraadpleegd op 12 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/sodapoppin>

Twitch. "Sign up," geraadpleegd op 13 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/partner/signup>

Twitch. "Summit1g," geraadpleegd op 12 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/summit1g>

Twitch. "Terms of service," geraadpleegd op 12 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>

Twitch. "Turbo," geraadpleegd op 12 Juni, 2017.  
[https://www.twitch.tv/products/turbo/ticket/new?ref=top\\_nav](https://www.twitch.tv/products/turbo/ticket/new?ref=top_nav)

Twitch. "Terms of service," geraadpleegd op 13 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/p/terms-of-service>

Twitch. "Twitch partner," geraadpleegd op 13 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/p/partners>

Twitch. "Wigglemen," geraadpleegd op 12 Juni, 2017.  
<https://www.twitch.tv/wigglemen/videos/all>