



"I really hope you guys are enjoying this.
Thank you so much for watching!"

En kvalitativ och kvantitativ studie av interaktionen
mellan YouTubare och deras publik

Tove Backman och William Källback Winter

VT 2016

Examensarbete, 15 hp

Medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot strategisk kommunikation, 180 hp

Handledare: Eric Carlsson

Abstract

The overall purpose of this essay, “*I really hope you guys are enjoying this. Thank you so much for watching!*” - *a qualitative and quantitative study of the interaction between YouTubers and their audience*”, is to study how YouTubers that play and comment video games interact with their audience, what kind of response these YouTubers receive and the interaction between viewers and fans in these YouTubers comment sections. This essay also studies if there is a difference between the response female and male YouTubers receive. The study is based on theories about fan culture, participation culture, collective intelligence, feminism and gender. A quantitative content analysis has been used to analyze 600 comments on six YouTube videos uploaded by six different YouTubers. The purpose of the quantitative analysis was to see what content of the comments most often occur as well as if the comment showed a positive, negative or neutral view of the YouTuber. The result of the quantitative analysis was used as a base for a qualitative critical discourse analysis, which also studied how the YouTubers behaved in the videos. The results of this study showed that the YouTubers mostly received positive comments about their personalities and their YouTube channel. They mostly received negative comments about the way they play the game. The female YouTubers received more negative comments than the male YouTubers, who in turn received more positive comments. The study also showed that YouTubers interact by talking directly to the audience and looking into the camera, by using the word “we” when talking about how they play the game as if they are playing with the audience, by asking the audience questions and by answering comments that the YouTubers have received. The YouTubers engage their audience by using strong expressions and by playing the game during a livestream. The YouTubers’ fans engage and interact by showing appreciation of the YouTubers and defend the YouTubers when they receive negative comments in the comment section of their videos. These ways which YouTubers interact with and engage their audience can be seen as part of a discourse about interaction and engagement online.

Key words: YouTube, YouTubers, interaction, engagement, comments, video games

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställningar	3
2. Tidigare forskning och teori	4
2.1 Tidigare forskning.....	4
2.2 Teoretiska perspektiv.....	5
2.2.1 Fankultur på internet.....	5
2.2.2 Deltagarkultur.....	6
2.2.3 Kollektiv intelligens.....	8
2.2.4 Feminism och genus.....	8
3. Material.....	10
3.1 Material och avgränsning.....	10
3.2 Insamling av kommentarer	11
3.3 YouTubevideorna	13
4. Metod	14
4.1 Flermetodsforskning	14
4.2 Kvantitativ innehållsanalys.....	14
4.2.1 Kodschema.....	15
4.3 Kritisk diskursanalys	17
4.4 Metoddiskussion	20
5. Resultat och analys	22
5.1 Beskrivande statistik.....	22
5.1.1 Sammanfattande resultat av kvantitativ innehållsanalys.....	22
5.1.2 Positivt, negativt och neutralt kommentarsinnehåll.....	24
5.2 Tematisk analys.....	26
5.2.1 Interaktion.....	27
5.2.2 Engagemang.....	32
5.2.3 Positiva och negativa kommentarer.....	36
6. Slutdiskussion	41
6.1 Diskussion av resultat och analys	41
6.2 Förslag på vidare forskning.....	44
Källförteckning.....	45
Bilagor.....	51

1. Inledning

På senare år har användare på YouTube - så kallade YouTubare - som spelar och kommenterar tv- och dataspel blivit allt mer populära då dessa är bland de som har flest följare på YouTube. En stor del av fenomenet är att de filmar sig själva samtidigt som de spelar så att de som tittar kan se YouTubarens reaktioner på det som händer i spelet (McConnell 2014). Just skräckspel har blivit populärt bland YouTubare att spela då deras publik uppskattar att se YouTubarna bli skrämda (Maiberg 2015). Svensken Felix Kjellberg, som går under namnet PewDiePie, är en av dessa YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel och han är den första personen som nått 10 miljarder visningar på YouTube (Ahlstrand 2015). Han har spelat många olika skräckspel och medan denna uppsats skrivs har han 42,7 miljoner prenumeranter (PewDiePie 2015 a).

YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel är ett stort och relativt nytt fenomen och många av dem har miljontals följare. Hur kan YouTubare genom sina videor skapa engagemang hos miljontals tittare och fans? Vad är det som gör att tittarna och fansen kommer tillbaka och vill se fler av YouTubarens videor? Eftersom att dessa YouTubare lyckas locka en sådan stor publik är det intressant att titta på hur YouTubare når ut till sina tittare och fans samt vilken respons de får i kommentarsfälten på sina videor.

Kristofer Ahlström (2014) skrev en artikel i Dagens Nyheter om att spelindustrin länge präglats av diskriminering mot kvinnor i spelbranschen. Det handlar inte bara om hur kvinnor representeras i tv- och dataspel utan även om hur kvinnor som arbetar inom branschen och kvinnor som spelar spel behandlas. Ett av de mest uppmärksammade exemplen av diskriminering i spelbranschen är trakasserierna mot spelkritikern Anita Sarkeesian. Hon lägger inte ut videor där hon spelar och kommenterar tv- och dataspel men hon startade år 2013 en videoserie på YouTube där hon analyserar och kritiserar hur kvinnliga karaktärer framställs i tv- och dataspel (Feminist Frequency, 2013). På dessa videor har hon fått många kränkande kommentarer och personliga hot. Trakasserierna har varit så extrema att Sarkeesian valt att stänga av kommentarsfunktionen på videorna i serien (Robertson 2014). Eftersom att spela och kommentera tv- och dataspel blivit ett så pass stort fenomen på YouTube är det även av intresse

att undersöka om och i så fall hur diskriminering mot kvinnor i spelbranschen speglas i kommentarsfälten på videor där kvinnliga respektive manliga YouTubare spelar och kommenterar tv- och dataspel.

Flera YouTubare har fått miljontals följare och har därmed kunnat bygga karriärer på sina YouTubekanaler (McConnell 2014). En enkätundersökning av tidningen Variety (Ault 2014) visar att YouTubare också är av de kända profiler som betyder mest för amerikanska ungdomar. Undersökningen ställde frågor till amerikanska ungdomar i åldrarna 13-18 gällande bland annat hur autentiska de anser att ett antal kända profiler är. Över 15 miljoner YouTubare har så kallade partnerskap med YouTube, vilket innebär att de får en del av de intäkter från reklam som visas på videor de laddat upp. YouTube investerar även mer och mer i skapare av videor, exempelvis genom att populära YouTubare idag får en ännu större del av reklamintäkterna (Beck 2015) och att de skapat platser där YouTubare genom workshops och liknande får stöd i skapandet av sina videor (YouTube 2015). Men att bli stor på YouTube handlar inte bara om att kunna producera bra videor, det handlar minst lika mycket om att kunna locka en publik samt engagera och interagera med tittare och fans (Jenkins, Ford, Green 2014: 117). Därmed är det intressant att granska hur YouTubarna genom sina videor engagerar och bjuder in till interaktion.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel bjuder in till interaktion och engagemang i sina videor. Vi undersöker även vilken respons dessa YouTubare får och hur deras tittare och fans interagerar i kommentarsfälten.

För att besvara uppsatsen syfte har följande frågeställningar formulerats:

- Hur interagerar YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel med sina tittare genom videor?
 - Hur beter sig YouTubare i sina videor?
- Vilka kommentarer får YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel?
 - Vilka attityder och åsikter framkommer i de olika kommentarsfälten?
 - I vilken utsträckning skiljer sig kommentarerna i kvinnliga och manliga YouTubares kommentarsfält och på vilket sätt?

2. Tidigare forskning och teori

I detta avsnitt presenteras de begrepp, teorier och tidigare forskning som använts för att svara på uppsatsens frågeställningar. Det teoretiska ramverket ligger till grund för analysen av materialet och har använts för att kunna dra slutsatser om hur YouTube interagerar med sina tittare och de kommentarer som YouTube får.

2.1 Tidigare forskning

Amy Madden, Ian Ruthven och David McMenemy (2013) har gjort en studie som berör YouTube och kommentarer. I studien undersöks och kategoriseras kommentarer av YouTubeanvändare för att se hur kommentarsfunktionen används. Genom en kvantitativ innehållsanalys kategoriserades 66 637 kommentarer på YouTubevideor. Resultatet av studien är ett schema som kan användas för att kategorisera och identifiera olika typer av kommentarer. I denna undersökning utgick vi från detta schema vid utformningen av ett kodschema. Kodschemat i studien har likt vårt kodschema variabelvärden där vi vill ta reda på attityder genom svarsalternativ som positiv, negativ och neutral. Vi inspirerades även av de typer av kommentarsinnehåll som presenteras i studiens kodschema.

Simon Lindgren (2012) har också gjort en studie som undersöker YouTubekommentarer. Han undersöker vad som karaktäriserar diskurser i kommentarsfält på YouTube och attityder som visar sig i kommentarerna. Denna studie visar även på deltagarkulturen i YouTubekommentarer. Resultatet av studien visar på att diskurserna i kommentarsfälten för just how-to-videor karaktäriseras av interaktivitet, tacksamhet, uppmuntran och stöd. I vår uppsats gör vi en liknande studie men med inriktning på kommentarer som YouTube som spelar och kommenterar tv- och dataspel får på sina videor.

Lloyd Major (2015) gör i sin avhandling en etnografisk undersökning för att titta närmare på YouTube som spelar och kommenterar tv- och dataspel och hur de interagerar med sina tittare och fans. I avhandlingen analyseras YouTubebarnas varierande former av interaktion utifrån tre teman. Det första temat innefattar relation och interaktion mellan YouTubebarn och innehållet de skapar. Det andra temat handlar om hur YouTubebarn interagerar och samverkar med andra

YouTubare. Det tredje temat fokuserar på hur YouTubare interagerar och kommunicerar med sin publik. Materialet till studien samlades in genom att Major tittade på videor, gjorde onlineintervjuer med YouTubare och följde användare som kommenterade videorna. Han spelade även själv spelen som YouTubarna spelade och skapade egna videor och interagerade med olika communities på YouTube. Resultatet av studien visar på att YouTubarnas publik är kärnan i allt de gör, och att interaktionen med publiken är minst lika viktigt som innehållet YouTubarna skapar. Den visar även på hur YouTubares innehåll påverkas av antal prenumeranter, då skapare med fler prenumeranter ofta skräddarsyr innehållet efter sina tittare och fans. Det som främst är relevant från denna avhandling för vår uppsats är resultatet om hur YouTubare interagerar och kommunicerar med sin publik. Den ger oss en insikt i hur kommunikation och interaktion ser ut mellan YouTubare och deras fans och tittare.

2.2 Teoretiska perspektiv

Nedan beskrivs de teoretiska begrepp och perspektiv som används i uppsatsens analys: fankultur, deltagarkultur, kollektiv intelligens samt feminism och genus.

2.2.1 Fankultur på internet

Vid analysen av kommentarerna och hur YouTubarna beter sig i videor framkom det tydligt att YouTubarna har egna fankulturer. Ett fan är någon med en djup och positiv emotionell koppling till ett känt fenomen eller känd person. Fankultur som begrepp innefattar hur fans tillsammans skapar communities och på olika sätt interagerar med varandra (Duffett 2013: 18). Jenkins (2006: 41) menar även att ett definierande drag av att vara ett fan är just genom att diskutera känslor och åsikter med andra fans, ofta genom att gå med i en community.

Fans tycker dock inte nödvändigtvis alltid lika, utan de kan ha olika åsikter om det de är fans av. Hetsiga diskussioner kan uppstå och fans kan delas upp i mindre grupper (Jenkins 2006: 142). Andrea MacDonald (1998: 131-151) diskuterar också hur oenighet i fankulturer kan uppstå mellan manliga och kvinnliga fans, mellan fans som anser sig stå olika nära producenter eller stjärnor, mellan fans som vill styra produktion av innehållet de är fans av, mellan olika generationer av fans och så vidare. I fankulturer på YouTube kan detta uppstå i kommentarsfält,

exempelvis genom att fans säger åt en YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel hur hen borde spela eller hur de vill att hen ska spela.

2.2.2 Deltagarkultur

Genom att använda begreppet deltagarkultur kan vi se hur YouTubare och deras publik interagerar med varandra. Deltagarkultur handlar om hur användare, publiker, konsumenter och fans är med och skapar kultur och innehåll. Det kan exempelvis handla om att ladda upp bilder på Facebook, lägga ut korta meddelanden på Twitter eller ladda upp videor på YouTube.

Deltagarkultur står ofta i motsats till traditionell massmedia som har en sändare och många mottagare. Genom att användare och publiker är med och skapar kulturer i stället för att bara titta eller lyssna blir kulturen mer demokratisk och inkluderande (Fuchs 2014: 52).

Medieinnehåll formas, omarbetas, mixas och delas inom större nätverk och gemenskaper vilket gör det möjligt att sprida innehåll över hela världen. Begreppet deltagarkultur beskriver fangemenskapers kulturproduktion och därefter har begreppet utvecklats då forskare har kopplat fankulturen till ett bredare perspektiv om hur deltagande sker i och genom media. Begreppet deltagarkultur används också för att beskriva fangemenskapernas sociala utbyte (Jenkins, Ford, Green 2014: 20). Jenkins (2012: 145-146) skriver om hur vanliga människor under 2000-talet haft tillgång till ny teknik som gör det möjligt att kommentera, sprida och interagera med medieinnehåll. Internet har skapat möjligheter till kreativitet eftersom det på ett lätt sätt går att dela innehåll vi skapat. Han nämner hur skaparna av detta innehåll kan attrahera publiker eller fans, och att detta skapar och utvecklar dagens folkkultur. Det blir allt fler människor som regelbundet tar del av och diskuterar innehåll som produceras av amatörer (Jenkins 2012: 273). Även om den nya tekniken har skapat fler sätt att sprida material kan dock delning av medieinnehåll och personliga rekommendationer och kommentarer inte ses som något nytt. Att utbyta berättelser är något som vi människor gör varje dag och har gjort sedan lång tid tillbaka. Det är viktigt att inte anta att deltagarkulturen enbart kan förklaras med framväxten av teknisk infrastruktur, fastän den nya tekniken haft en viktig roll (Jenkins, Ford, Green 2014: 21).

YouTube har blivit ett av de största forumen för produktion och spridning av gräsrotsmedia, med andra ord media som är producerad av och för folket. Genom YouTube har amatörer och

semiprofessionella producenter kunnat föras samman på en delad mediaportal och förutom att det lett till större spridning av produktioner har det främjat nya sätt att uttrycka sin kreativitet på. Användarna på YouTube kan enkelt ta del av varandras aktiviteter, skapa samarbeten och vara med i olika gemenskaper. YouTube verkar också i relation till andra sociala nätverk genom att videorna kan delas på till exempel Facebook och olika bloggar. YouTube fungerar även som ett mediearkiv där användarna söker i medieutbudet efter meningsfullt innehåll som sedan kan förmedlas till en större publik. En del i detta är personer som omarbetar och sprider samtida material (Jenkins 2012: 272-273). Här kan YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel ses som ett exempel. Producenterna av dessa videor tar material från spel och omarbetar det genom att lägga till innehåll, som klipp på sig själva där de kommenterar och reagerar på vad som händer i spelet.

På YouTube ses uppmärksamhet som en sorts valuta i sig då användarna vinner socialt inflytande genom antalet tittare de har på sina videor och prenumeranter de har på sin kanal. Amatörer och semiprofessionella har blivit så kallade YouTubestjärnor genom att de utvecklat verksamheter och haft aktiv interaktion med en nischad publik. Det handlar därmed inte bara om att producera videor som får många tittare, utan även om att involvera tittarna (Jenkins, Ford, Green 2014: 117). Här kan YouTubaren PewDiePie tas upp som ett exempel. Han har ett namn på sin fanskara, "bros", och han talar ofta till dem i sina videor. Exempelvis inleder han sina videoklipp med: "How's it going bros?". Ett annat exempel på hur PewDiePie involverar sina fans är i videon "DRAWING TOGETHER WITH FANS!" där han bjudit in sina fans att spela ett spel tillsammans med honom på webben (PewDiePie 2015 b). Flera av dessa YouTubestjärnor bygger sina kanaler på engagemang i själva verksamheten snarare än på ren produktion av videor. De samlar sin publik, besvarar kommentarer och bjuder in till respons och prenumerationer (Jenkins, Ford, Green 2014: 117). Dessa YouTubare är medvetna om att de är betraktade och de anpassar sig och agerar därefter. De tittar på sin statistik för att se vilka videor som får uppmärksamhet och skräddarsyr sedan framtida videor (Wasik 2009: 20).

Jenkins (2012: 273) menar att de videor som publiceras på YouTube kan beskrivas som spridbart material. Genom att se på YouTubeinnehåll som spridbart material tittar vi både på videons egenskaper och deltagarnas aktiviteter. Här kan skapandet av värde och omskapandet av

innebörder inom YouTube-kulturen studeras. Genom att använda begreppet deltagarkultur kan vi titta på hur YouTube-barn bjuder in till interaktion i sina videor och hur deras fans och tittare deltar och interagerar i kommentarsfälten, även hur interaktionen ser ut och vilka normer och sociala sammanslutningar som växer fram.

2.2.3 Kollektiv intelligens

För att belysa hur fansen engagerar sig i de undersökta YouTube-barn har begreppet kollektiv intelligens använts. Kollektiv intelligens syftar till att konsumtion av medieinnehåll idag blivit en kollektiv process och att det idag sker ett kollektivt meningsskapande inom populkulturen (Jenkins 2012: 16). Pierre Lévy (1997: 13) definierar kollektiv intelligens som intelligens som är universellt delad av och för många. Lévy (1997: 216-217) menar vidare att intelligens genom internet kan spridas snabbt mellan många parter, oberoende av var de befinner sig geografiskt, och skapa nya slags communities. Dessa communities definieras av medlemmarnas emotionella investeringar och deras kollektiva intelligens. Medlemmarna av dessa communities kopplas dessutom samman och diskuterar denna kollektiva intelligens som uppstår. Henry Jenkins (2006: 137) menar att fancommunities på nätet är dagens inkarnation av Lévy's kollektiva intelligens i det att de är självorganiserade grupper med fokus på kollektiv produktion och diskussion av populkulturella fenomen.

2.2.4 Feminism och genus

När vi har studerat dessa YouTube-barn har en aspekt varit att se vilka normer om kvinnlighet och manlighet som finns. Inom liberalfeminism menas det att det som gör oss till människor är självständighet och handlingskraft. Varje individ ska vara fri, ha lika värde och utgöra en egen helhet, men detta är något som inte omfattar kvinnor. Genom sociala normer om kvinnlighet framställs kvinnor som passiva objekt och känslostyrda varelser som inte har någon förmåga att ta egna beslut. Tollin och Törnqvist (2014: 34-35) menar att mannens uppfostran handlar om att utveckla förnuft, moral och självständighet medan kvinnans uppfostran handlar om att vara omhändertagande och att finnas till för andras behov. Fagerström och Nilson (2008: 7, 12) menar att kön är en social och kulturell konstruktion och att det finns präglade idéer om maskuliniteter och femininiteter. De nämner, likt Tollin och Törnqvist, att män och kvinnor uppmuntras till att vara på olika sätt. Män ska vara starka, aktiva och initiativrika medan kvinnor förväntas vara

motsatsen: försiktiga och följsamma. Connell (2003: 58) tar upp fler egenskaper som tillskrivs män och kvinnor. Kvinnor kan till exempel ses som lättpåverkade och känsllosamma medan männen kan ses som aggressiva och envisa. Kvinnor ges, enligt Tollin och Törnqvist (2014: 34-35), inte möjligheten och rätten att använda sin intelligens och framställs som icke rationella. Denna myt om kvinnan som en känslostyrd varelse bidrar till kvinnans exkluderande position i samhällets maktstrukturer. Genom sociala normer om kvinnlighet objektifieras och passiviserar kvinnan och berövas därför sin självständighet och handlingskraft.

Vidare problematiserar liberalfeminism synen på kvinnan genom att även studera mannens mänskliggjorda status. Detta innebär att mannen ses som en modell för den könlösa människan, att det är män som representerar människan i stort och att mannen under mänsklighetens historia varit normen (Tollin och Törnqvist 2014: 36-37). Detta går att koppla till tv- och dataspelsbranschen och YouTube som spelar och kommenterar tv- och dataspel då mannen även här kan ses som normen. Spel anses spelas mest av män och i spelen är det ofta en man som är den spelbara karaktären, huvudpersonen och hjälten (Bergin 2014, Stensell 2011).

Sveningsson (2012: 54-60) beskriver synen på kvinnor i tv-spelskulturer och vad kvinnorna bidrar med i tv-spelskulturerna. Hon diskuterar bland annat hur manliga spelare definieras av sin tekniska expertis och kvinnliga spelare i motsats definieras av sin brist på teknisk expertis. Manliga spelare njuter av att kunna demonstrera denna expertis för kvinnliga spelare, menar hon vidare. Det finns även vissa feminina, eftersträlvade egenskaper som kvinnliga spelare har, vilka bland annat handlar om att de är mjuka och omhändertagande. Sveningsson menar även att kvinnliga spelare som närvarar i tv-spelskulturer potentiellt kan ses som personer att inleda romantiska relationer med.

Ur ett liberalfeministiskt perspektiv är det intressant att studera om det utifrån normerna om kvinnlig- och manlighet skapas en viss bild av de manliga och kvinnliga YouTube och hur det i så fall visar sig i kommentarerna de får på sina videor. Vi vill både titta på om YouTube själva skapar en viss bild och/eller vilken bild av YouTube och deras fans och tittare förmedlar.

3. Material

I detta avsnitt beskrivs materialet som samlats in till analysen. Undersökningen baseras på 600 kommentarer från kommentarsfält på sex YouTubevideor från sex olika YouTubare. Förutom kommentarerna har innehållet i sex YouTubevideor från samma YouTubare analyserats, detta för att titta på hur YouTubarna beter sig och interagerar med sina tittare. Dessa videor är skapade av tre kvinnliga och tre manliga YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspelet Until Dawn.

3.1 Material och avgränsning

Forskningsproblemet i denna uppsats är avgörande för vilka medier som väljs ut för analys. Det är också viktigt att reflektera kring urvalet av dessa medier och urvalet av aspekter som utgivningsdatum, format och sändningar. Målet är att välja ut material som skapar bästa möjliga förutsättningar att ge en representativ bild av det problemområde som undersöks. I detta fall är det en specifik miljö och medieprodukt som är av intresse: YouTubeklipp med män och kvinnor som spelar och kommenterar spel. I hänsyn till undersökningens tidsram har videoklipp från sex stycken YouTubare valts ut (Nilsson 2010: 129). Tre av YouTubarna är män och tre av dem är kvinnor.

För att ta fram YouTubarna gjordes ett stratifierat urval ur populationen YouTubare som filmar sig själva medan de spelar och kommenterar spelet Until Dawn. Att göra ett stratifierat urval innebär att först formulera ett antal kategorier/grupper som finns inom fenomenet, det kan handla om roller inom populationen eller demografiska kategorier som kön, ålder och yrke. Därefter väljs personer som passar in i de olika kategorierna (Larsson 2010: 61-62). I denna undersökning utgick det stratifierade urvalet från två kategorier: kön (man, kvinna) och prenumeranter (cirka 4 miljoner, cirka 2 miljoner, cirka 1 miljon).

De utvalda kvinnliga YouTubarna är följande:

- iHasCupquake med 4 072 670 prenumeranter (iHasCupquake 2015 a)
- SSSniperWolf med 2 265 094 prenumeranter (SSSniperWolf 2015 a)
- YOGSCAST Hannah med 1 373 175 prenumeranter (YOGSCAST Hannah 2015 a)

De utvalda manliga YouTube-barn är följande:

- KSIOLajidebtHD med 4 195 164 prenumeranter (KSIOLajidebtHD 2015 a)
- XpertThief med 2 329 808 prenumeranter (XpertThief 2015 a)
- ThatcherJoeGames med 1 206 670 prenumeranter (ThatcherJoeGames 2015 a)

YouTubevideorna i denna undersökning behandlar samma spel för att de olika situationerna i videorna ska vara så lika varandra som möjligt. Spelet heter Until Dawn och är i genren skräck, skapat av Supermassive Games och utgivet av Sony Computer Entertainment till Playstation 4. Spelet följer ett antal ungdomar (Jessica, Sam, Emelie, Ashley, Hannah, Beth, Chris, Matt, Josh och Mike) och går ut på att hålla dem vid liv genom spelets gång (Supermassive Games 2015). Until Dawn valdes därför att det är ett spel som varit populärt bland YouTubeare att spela och var under augusti 2015 det mest spelade spelet bland YouTubeare som spelar och kommenterar tv- och dataspel (Kamen 2015).

3.2 Insamling av kommentarer

Vid insamling av material från internet är det viktigt att vara medveten om att material som finns på internet ofta har avsaknad av tids- och rumsmässigt fasta ramar. Det kan göra det svårt att förutse materialets omfattning samtidigt som det kan vara svårt att samla in och komplettera materialet på efterhand då innehållet kanske inte ligger kvar eller har förändrats eller flyttats. Innehållet på internet är både föränderligt och flytande på grund av att det sker fortlöpande uppdateringar (Nilsson 2010: 131). Det finns olika sätt att omvandla internetinnehåll till statiskt innehåll att studera, bland annat går det att ta skärmdumpar eller manuellt ladda ner en sida (Karlsson, Strömbäck 2009). I denna undersökning har texten från alla kommentarer och informationen om avsändaren och när kommentaren publicerades kopierats och sparats i dokument. I dokumenten sorterades kommentarerna efter vilket videoklipp de handlade om. Datum för insamling av kommentaren antecknades också i dokumenten. Vi har valt att inte översätta kommentarerna, som är på engelska, eftersom att det finns en risk att nyanser i originalspråket försvinner. I vissa fall har även mindre ändringar gjorts i kommentarer som plockats ut som exempel i analysen. Grova felstavningar har rättats och förkortningar har skrivits ut för att öka läsbarheten.

Kommentarerna plockades från sex YouTubevideor, en video från varje YouTubare. Videorna från varje YouTubare valdes slumpmässigt från alla de videor där YouTubaren spelar spelet Until Dawn, detta då YouTubarna har lagt ut flera videor där de spelar spelet. Det fanns dock kriteriet att varje video skulle ha minst 200 kommentarer, detta då det ofta finns många spamkommentarer samt kommentarer som inte handlar om YouTubaren. Från varje video plockades 100 kommentarer för totalt 600 kommentarer. Det är viktigt att kunna identifiera det material som är relevant och därför har det formulerats vilka kriterier som gäller för att en kommentar ska ingå i undersökningen (Nilsson 2010: 133). Kriterierna är att kommentaren måste tala till eller handla om YouTubaren. Spamkommentarer och kommentarer som inte rör YouTubaren väljs bort då de inte svarar på undersökningens frågeställningar och därför inte är relevanta. Interaktivitetsfunktionerna på internet är något som kan bidra till svårigheter att avgränsa materialet (Nilsson 2010: 131). I detta fall handlar det om att det går att svara på kommentarer i kommentarsfältet på YouTube och därmed skapas det olika trådar med kommentarer och diskussioner under vissa kommentarer. Frågan är om bara "huvudkommentarerna" ska ingå i materialet eller om diskussionerna under kommentarer också ska tas med. Eftersom det ofta är i dessa trådar som det pågår meningsfulla diskussioner har vi valt att inkludera dem.

Kommentarerna på videoklippen sorterades efter toppkommentarer och valdes därefter ut. Toppkommentarerna på YouTube är de kommentarer som skapat mest diskussion bland tittare och blivit framröstade av användarna (Google 2016 a). Som avgränsning är de utvalda kommentarerna på engelska då det är det vanligaste språket i kommentarer.

3.3 YouTubevideorna

Förutom kommentarer har även själva videorna där YouTubarna spelar spelet Until Dawn analyserats. Detta för att se om det finns kopplingar mellan kommentarernas innehåll och vad YouTubarna säger och gör i videon. Vi vill också undersöka hur YouTubarna i sina videor bjuder in till respons och interagerar med och engagerar sina tittare och fans. Två av de sex videorna är inspelningar av så kallade livestreams, vilket innebär att YouTubaren spelar spelet under direktsändning och på efterhand har laddat upp en inspelning av denna livestream på YouTube. De två YouTubarna som har inspelningar av livestream i sina videor är SSSniperWolf och XpertThief.

4. Metod

I detta avsnitt beskrivs metoderna som använts i analysen. I slutet av avsnittet diskuteras även metoderna utifrån möjliga problem. En av forskningsmetoderna som används för uppsatsen är kvantitativ innehållsanalys. Denna syftar till att generalisera och klassificera de insamlade kommentarerna vilket görs med hjälp av ett kodschema. Den andra forskningsmetoden som använts är diskursanalys, denna metod har använts för att urskilja diskurser i kommentarsfälten och i videorna.

4.1 Flermetodsforskning

I denna studie används både kvantitativa och kvalitativa metoder vilket kallas för flermetodsforskning. Genom att kombinera metoder går det att förstå och förklara det som studeras ur olika perspektiv (Falkheimer 2014: 183). Ett sätt att använda flera metoder, såsom denna undersökning gjort, är att använda en kvantitativ studie som en inledande översikt och en kvalitativ studie för att skapa djupare förståelse (Falkheimer 2014: 187). Kvantitativa och kvalitativa studier får dock inte blandas på ett sätt att en kvalitativ studie kvantifieras eller vice versa. Exempelvis bör man inte presentera kvalitativa resultat i termer såsom “fler än” eller “de flesta” eftersom dessa inte går ut på att kvantifiera förekomsten av ett fenomen (Falkheimer 2014: 183).

4.2 Kvantitativ innehållsanalys

För att kunna kategorisera och utläsa attityder från de 600 kommentarerna har en kvantitativ innehållsanalys använts. Kvantitativa undersökningar används för att beräkna mängder, hur mycket som finns av något. Detta görs genom att dela upp materialet i olika klasser och ställa kvantitativa frågor, alltså frågor som är numeriska och har ett definitivt svar, om dessa klasser (Hartman 2004: 205-206). Kvantitativ innehållsanalys används för att analysera större material och dra generella slutsatser av resultatet. Det kan handla om medieinnehåll som tidningsartiklar, intervjuvar eller som i vårt fall kommentarer på videoklipp på YouTube (Nilsson 2010: 119).

I en kvantitativ innehållsanalys klassificeras materialet med hjälp av ett kodschema. I kodschemat finns olika variabler som fungerar som standardiserade frågor att ställa till materialet (Nilsson 2010: 119), där variabelvärdena är de möjliga svarsalternativen som finns (Nilsson 2010: 141). Kodschemat berättar i detalj vad i materialet som ska analyseras. För att det inte ska finnas otydligheter kring kodschemats olika variabler och variabelvärden skapades anvisningar till kodschemat (se bilaga 1), som förklarar vad de olika delarna av kodschemat innebär (Boréus, Bergström 2012: 55).

Objektivitet, systematik, kvantitet och manifest innehåll är fyra begrepp som är grundläggande för den kvantitativa innehållsanalysen. Objektivitet handlar om att analysen ska vara oberoende av den forskare som utför den. Genom ett objektivt tillvägagångssätt ska en annan forskare kunna använda kodschemat och få fram samma resultat. Systematik är en förutsättning för objektivitet och innebär att tillvägagångssättet ska vara tydligt definierat. Här är det viktigt att materialets omfattning, i vårt fall antalet kommentarer, bestäms på förhand utifrån tydliga urvalskriterier. Kvantitet handlar om att variablerna i kodschemat ska formuleras i termer av frekvens och omfång, detta gör det möjligt att se statistiska samband. Manifest innebär att analysen endast ska behandla det som tydligt kan utläsas ur materialet. Det som utläses ska vara tillgängligt för varje person, med andra ord ska alla som gör analysen kunna utgå från och kategorisera materialet på samma sätt. Variablerna ska tillsammans med anvisningar om hur de tillämpas utformas på ett sätt som är entydigt och minskar en subjektiv tolkning av materialet (Nilsson 2010: 122).

4.2.1 Kodschema

Variablerna i kodschemat fungerar som konkreta frågor som ställs till materialet. I en kvantitativ innehållsanalys systematiseras innehållet som ska undersökas, vilket innebär att det görs en förenklad modell av innehållet. Variablerna används som verktyg för att kunna karaktärisera innehållet, vilket både kan syfta till att beskriva innehållets form, med andra ord hur det presenteras, och innehållets substans, med andra ord vad det har för information och budskap. Här är det viktigt att därför ställa sig frågorna: Vad innebär det att just dessa aspekter valts att studeras? Vad innebär det att dessa aspekter valts att studeras på just detta sätt? Ger den valda angreppsvinkeln en relevant bild av innehållet (Nilsson 2010: 135)?

Det är dock inte alltid lätt att på förhand vara säker på vilka variabler som är bäst ämnade för att beskriva innehållet. Kodschemats variabelvärden togs fram genom att först överskådligt titta på kommentarsfält från videorna som valts ut. I kommentarsfältet kunde vi urskilja innehåll som ofta förekom i kommentarerna och formulerade variabler utefter detta innehåll. Tre variabler om huruvida kommentaren nämner kön, sexualitet eller etnicitet inkluderades till en början ifall att detta innehåll skulle uppkomma i kommentarerna. Efter att innehållsanalysen var klar visade det sig att det i stort sett inte nämndes något alls om dessa teman och variablerna plockades därför bort. Det kan även behövas en pilotstudie av en mindre del av materialet för att kunna urskilja vilka variabler som kan vara relevanta. En pilotstudie kan med fördel vara av icke-kvantitativ och mer flexibel karaktär. I denna uppsats gjordes en pilotstudie där 50 kommentarer från två videor av en manlig respektive kvinnlig YouTubare granskades. Utifrån pilotstudien kunde vi utläsa vilka variabler som behövde förtydligas och om något behövdes läggas till (Nilsson 2010: 136).

Till kodschemat utformades åtta variabler. De första fem variablerna handlar om kommentarernas innehåll och innefattar om kommentaren nämner råd till YouTubaren om hur hen ska spela, hur hen faktiskt spelar spelet, hur hen betar sig, hens utseende samt YouTubaren om hen som person eller hens kanal. Två ytterligare variabler behandlar om kommentaren är ett svar på en positiv eller negativ kommentar. Alla dessa variabler kodades efter om kommentarsinnehållet var positivt, negativt eller neutralt eller om kommentaren inte innehöll det innehåll variabeln nämner. Slutligen inkluderades en sista variabel som handlar om hur kommentaren i sin helhet är positiv, negativ eller neutral gentemot YouTubaren (Nilsson 2010: 138-139). En viktig aspekt att beakta i utformningen av variabelvärden är att variabelvärdena ska vara uttömmande i förhållande till frågorna i undersökningen. Det innebär att det aldrig ska kunna finnas något i innehållet som inte går att klassificera med hjälp av de variabelvärdena (Nilsson 2010: 141). Förklaring av variablerna och variabelvärdena finns i kodanvisningarna (se bilaga 1).

I resultat- och analysavsnittet används även en sammanfattande version av kodschemat för att få en bättre överblick av innehållsanalysens resultat. Resultatet har delats in i två frågor. Den första

frågan, “vad innehåller kommentaren?”, handlar överskådligt om innehållet i de 600 analyserade kommentarerna, detta för att se vilket kommentarsinnehåll som förekommer mest. Den andra frågan, “vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?”, handlar om huruvida de olika kommentarerna i sin helhet är positiva, negativa eller neutrala gentemot YouTubaren.

Möjligen hade frågan “vad innehåller kommentaren?” kunnat utformas som en variabel och de sju variablerna som behandlade kommentarernas innehåll hade kunnat ses som variabelvärden. Eftersom att vi vill titta på attityden i varje kommentarsinnehåll valde vi dock att utforma varje del som separata variabler med alternativen positivt, negativt eller neutralt. Tanken med att utforma kodschemat på detta sätt var att det skulle gå att urskilja vilket kommentarsinnehåll som var mest positivt respektive negativt.

4.3 Kritisk diskursanalys

För att få en djupare förståelse för den respons YouTubarna får på sina videor och för hur YouTubarna interagerar med sina fans har den kvalitativa metoden kritisk diskursanalys använts. Vi vill titta på hur diskurser visar sig dels i kommentarsfält och dels genom det de undersökta YouTubarna säger och gör i videor. En diskurs kan definieras som ett bestämt sätt att tala om och förstå världen eller en del av världen (Winther Jørgensen, Phillips 2000: 7). Kvalitativa undersökningar används för att se vilken natur eller egenskaper något har. Genom dessa undersökningar går det att nå fram till en förståelse för livsvärlden hos en individ eller en grupp individer (Hartman 2004: 272-273). Kvalitativa undersökningar har grund i hermeneutik, tolkningslära, som går ut på att förstå något snarare än att observera fakta (Thurén 2007: 94).

Behovet av att göra en kritisk diskursanalys kan exempelvis uppstå när man ser något på tv eller webben, i detta fall handlar det om kommentarer på YouTube och det YouTubare säger och gör i videor, som väcker olika tankar och frågor. En kritisk diskursanalys kan användas för att analysera alla slags diskurser, texter och medier (Berglez 2010: 273). I den kritiska diskursanalysen betraktas medier som mer än information, de betraktas också som sociala handlingar. Kan det som till exempel publiceras på webben representera en ideologi som har ett visst intresse och syfte? När en sådan fråga ställs till medieinnehåll bedrivs en ideologikritik, med andra ord kritik mot en samling idéer som tillsammans utgör en tro eller uppfattning om

något. Ett sätt att utveckla denna kritik är att använda en kritisk diskursanalys. I denna metod kopplas samhällskritik och vetenskap ihop genom att meningsskapande i bilder, tal och skrift, med andra ord texter, ses som diskurser. En diskurs innebär att texter befinner sig i olika situationer och strukturer i samhället. I den kritiska diskursanalysen undersöks inte bara det som finns i texten, utan även vad i samhället texten är en del av (Berglez 2010: 265-267).

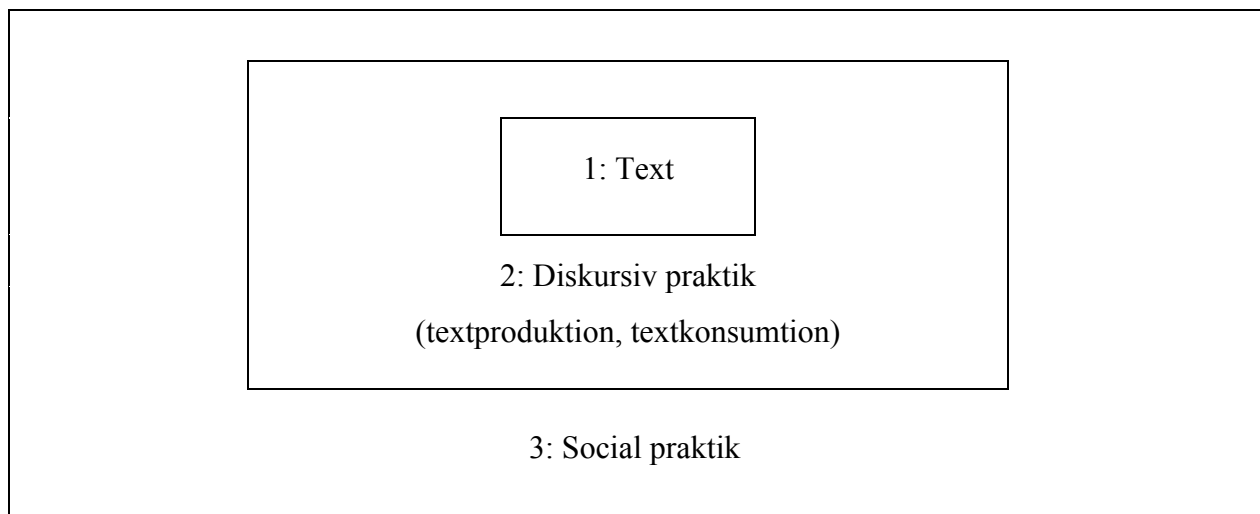
När vi läser nyheter eller tittar på en YouTubevideo gör vi det som individer med olika bakgrunder, förförståelse samt erfarenheter och detta påverkar våra tolkningar. De som skrivit nyheterna eller producerat en YouTubevideo är på samma sätt också individer med olika bakgrunder och intressen vilket påverkar innehållet. I sin tur är produktionen och konsumtionen av innehållet inbäddad i övergripande språk- och samhällsstruktur. Vad som sägs i en YouTubevideo eller skrivs i ett kommentarsfält är inte en slumpmässig kombination av tecken utan språket är strukturerat och medvetet. Ord och satser i språket är sammansatta så att det skapar förståelse och en mening. Om en person tolkar och förstår en text på samma sätt som många andra pekar det på att denne är en del av eller "fångad i" en större språk- och samhällsgemenskap (Berglez 2010: 273). Börjesson och Palmblad (2007: 10) menar att verklighet konstrueras så fort språk används. En av många möjliga versioner av en händelse används när något sägs. Det går därför inte att vara helt neutral när språk används, eftersom att det inte finns en enda sann och definitiv version av en händelse. Genom att granska kommentarer på YouTube och vad YouTubare gör och säger i videor kan vi uppfatta vissa teman som visar på olika verkligheter som skapas, exempelvis i form av attityder och åsikter om YouTubebarna.

Med en kritisk diskursanalys går det att lyfta fram de omedvetna sociala processerna genom att ställa frågorna: Hur är texten utformad? Varför är texten utformad på detta sätt? På vilket annat sätt skulle texten kunna vara utformad (Fairclough 1995: 202)? En diskurs kan vid en första anblick uppfattas som sann, logisk, självklar och objektiv, därmed även ointressant att analysera. Vid en närmare granskning kan dock diskurser rymma ideologiska element, i detta fall handlar det exempelvis om normer om män och kvinnor som spelar spel som ofta anses självklara i spelbranschen. På så sätt bygger den kritiska diskursanalysen dels på att man ska försöka ställa sig utanför den kultur man befinner sig i och dels på att man ska försöka utnyttja att man ingår i det samhälle och den kultur som diskursen produceras i (Berglez 2010: 274).

Winther Jørgensen och Phillips (2000: 70-72) sammanfattar Faircloughs kritiska diskursanalys för att få en bättre överblick då den förändrats genom åren. De menar att en central del i Faircloughs perspektiv är att diskurser är en viktig form av social praktik som förändrar kunskap, identiteter och sociala relationer samtidigt som diskurser formas av och speglar andra sociala praktiker. Sociala praktiker i sin tur formas av sociala strukturer och maktrelationer men det är något människor ofta inte är medvetna om. Människor skapar aktivt en viss värld genom diskurser i vardagen.

För att analysera materialet i denna undersökning används Faircloughs analysmodell (se 4.3.1). Den utgår från tre olika nivåer av en kommunikativ händelse: text, diskursiv praktik och social praktik. Den första nivån, text, handlar om att studera både mening och form i skrift, tal eller bild. Med denna nivå har vi i analysen kunnat studera mening och form av innehåll i videor och kommentarer. I den andra nivån, diskursiv praktik, studeras hur texten produceras och konsumeras. Här kan vi studera hur innehållet i videor och kommentarer produceras och konsumeras. I den tredje nivån, social praktik, ses texten i ett större sammanhang. Här studeras de sociala, samhälleliga och kulturella situationerna som texten är en del av (Fairclough 1995: 57-62). Här kan innehållet i videor och kommentarer sättas i ett större sammanhang och analyseras utifrån ett liberalfeministiskt perspektiv.

Tabell 4.3.1



4.4 Metoddiskussion

I vetenskapliga undersökningar är det viktigt att underbygga påståenden och slutsatser. För att underbygga slutsatser krävs argument som har hög validitet och reliabilitet. Med validitet menas att argument är relevanta till undersökningen och med reliabilitet menas att de uppgifter som anges är tillförlitliga. Argumenten underbyggs av empiriska data (Ekström, Larsson 2010: 14) som i denna undersökning består av kommentarer på YouTubevideor samt innehåll i YouTubevideor. Vid utformningen av kodschemat till den kvantitativa innehållsanalysen är det för undersökningens validitet viktigt att frågorna som ställs till materialet svarar på uppsatsens frågeställningar och inget annat. För undersökningens reliabilitet är det viktigt att kodschemat har tydliga förklaringar om hur varje variabel är utformad, vad den innefattar och hur den tolkas. Någon annan ska kunna göra samma undersökning och få samma resultat (Ekström, Larsson 2010: 15).

Innan kodningsarbetet påbörjas är det bra att testa kodschemat för att se om variablerna och variabelvärdena fungerar och är relevanta till materialet (Nilsson 2010: 146). För att undvika att skillnader uppstår under kodningen på grund av vem som kodar är det även bra att materialet som analyseras sprids mellan de som kodar (Nilsson 2010: 147). I vårt fall har vi, två personer, kodat både manliga och kvinnliga YouTubeares kommentarer. Även om vi kodat var för sig har vi alltid ställt frågor till varandra när det uppstått någon oklarhet om hur en kommentar ska kodas. Tillsammans har vi diskuterat och kommit överens om hur kommentaren ska kodas. Nilsson (2010: 147) menar att man får räkna med mindre kodningsfel vid kodning av större material och det finns en problematik med våra variabelvärden och deras subjektiva dimension. Vi är medvetna om att vårt kodschema har visst rum för tolkning av variabelvärden då den som kodar ska avgöra om kommentarer är positiva, negativa eller neutrala. Skulle någon annan person göra kodningen finns det till exempel en risk för att den tolkar en kommentar negativ som vi kan ha tolkat som neutral. Boréus och Bergström (2012: 50) menar dock att en kvalitativ eller kvantitativ innehållsanalys inte behöver vara helt renodlad. I en kvantitativ innehållsanalys kan det komma att behöva göras mer komplicerade tolkningar, i stället för att exempelvis bara mäta hur ofta något förekommer går det även att göra som i denna uppsats att titta på innehållets attityd. På så sätt har vår kvantitativa innehållsanalys vissa inslag av kvalitativ art då det finns en viss tolkningsmöjlighet i om kommentarer och kommentarsinnehåll är positivt, negativt eller

neutralt. Tidigare forskning av Madden, Ruthven och McMenemy (2013) som vi nämner under avsnitt 2.1 har också använt sig av variabelvärdena positiv, negativ och neutral.

En sak att ta i beaktning är att YouTube har möjligheten att moderera sina kommentarsfält. Det kan handla om att alla kommentarer måste godkännas innan publicering eller att vissa ord, såsom svordomar, är svartlistade, med andra ord förbjudna, i kommentarsfältet. Detta är något YouTube själv styr över och det går inte att veta om eller i vilken utsträckning detta sker. Även andra användare på YouTube kan anmäla kommentarer som spam eller stötande och kommentarerna kan då tas bort (Google 2016 b). Detta gör att det inte ges en fullständig bild av de kommentarer som lämnas. Därför är det viktigt för oss att vara medvetna om att de kommentarer vi analyserar kan vara de kommentarer som YouTube vill att vi ska se. Det kan även bli en problematik om det som ska undersökas är just kränkande kommentarer, då YouTube möjligen rensar bort dessa. Detta gör även att det inte ges en fullständig bild av de kommentarer som lämnas. Utifrån detta har vi valt att titta mer övergripande på responsen YouTube får i stället för att endast fokusera på hur många kränkande kommentarer de får.

För denna undersökning hade det även kunnat vara intressant att undersöka kön och ålder på de som lämnar kommentarerna i YouTube:s kommentarsfält. Att ha kön och ålder i åtanke hade kunnat ge en bredare bild av varför kommentarerna ser ut som de gör. Det hade med det även möjligtvis kunna gå att se samband mellan kommentarsinnehåll och kön eller ålder på de som kommenterar. Det går dock inte att urskilja varken kön eller ålder på de som kommenterar på YouTube och för denna studies omfång hade det dessutom gett ett för stort material.

Vid genomförandet av diskursanalysen har vi försökt att vara medvetna om vad som styr vår läsning av kommentarernas innehåll och det YouTube säger och gör. Vår bakgrund, erfarenhet och förförståelse påverkar tolkningarna vi gör (Berglez 2010: 273). Exempelvis skulle vi kunna ha förutfattade meningar om varför YouTube beter sig på ett visst sätt i videorna. En diskurs kan också vid en första anblick uppfattas som logisk och självklar, här är det viktigt att kunna gå utanför sig själv och den kultur man befinner sig i för att kunna göra en mer objektiv granskning.

5. Resultat och analys

I denna del presenteras först resultatet av den kvantitativa innehållsanalys som gjorts på de 600 YouTubekommentarerna. Denna del är beskrivande och vi redogör endast för hur ofta olika kommentarsinnehåll nämns och om kommentarerna är positiva, negativa eller neutrala gentemot de undersökta YouTubearna. Efter den kvantitativa innehållsanalysen presenteras en tematisk analys i form av en kritisk diskursanalys som baseras både på YouTubekommentarerna och hur de undersökta YouTubearna beter sig i videor. Här kopplar vi resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen och det som observerats i YouTubearnas videor till uppsatsens teoretiska begrepp och tidigare forskning. I denna del beskrivs och diskuteras hur YouTubearna interagerar med och engagerar sin publik samt responsen YouTubearna får i sina kommentarsfält. Här resonerar vi även kring det kommentarsinnehåll som är mest positivt respektive negativt och skillnader mellan responsen som de kvinnliga och manliga YouTubearna får på sina videor.

5.1 Beskrivande statistik

Resultatet av de analyserade kommentarerna presenteras i tabeller. För en överblick presenteras först en sammanfattande tabell över kommentarernas innehåll och kommentarernas generella attityd gentemot YouTubearen. Sedan presenteras en tabell där det framkommer de olika kommentarsinnehållens attityd var för sig.

5.1.1 Sammanfattande resultat av kvantitativ innehållsanalys

Det sammanfattande resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen visar överskådligt innehållet i de 600 analyserade kommentarerna. Här kan en kommentar passa in på flera teman, till exempel kan en kommentar både vara ett svar på en positiv eller negativ kommentar och innehålla en åsikt om hur YouTubearen spelar. Det sammanfattande resultatet visar även på om kommentarerna i sin helhet är positiva, negativa eller neutrala gentemot YouTubearna. Då vi vill undersöka om det finns någon skillnad mellan vilken typ av kommentarer män och kvinnor får visar även tabellen resultatet uppdelat efter kvinnliga och manliga YouTubeare.

Tabell 5.1.1.1 – Sammanfattande resultat av kvantitativ innehållsanalys

Vad innehåller kommentaren?	Totalt	Kvinnor	Män
Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	57	38	19
Kommenterar hur YouTubaren spelar	149	98	51
Kommenterar hur YouTubaren beter sig i videon	138	52	86
Kommenterar YouTubarens utseende	41	14	27
Kommenterar YouTubaren som person och hens kanal	192	82	110
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	63	10	53
Svar på negativ kommentar om YouTubaren	79	45	34
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	237	95	142
Negativ	137	87	50
Neutral	226	118	108
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>

Resultatet för alla YouTubare sammantaget visar på att det kommentarsinnehåll som oftast nämns är YouTubaren som person och hens kanal. Exempel på en kommentar som innehåller detta är: *“Keep up the good work, I love the videos man!!”* på XpertThiefs video.

Kommentarsinnehåll om hur YouTubaren spelar spelet och beter sig i videon är även de vanliga. Exempel på en kommentar som nämner hur YouTubaren spelar är: *“As soon as you got to the hand, my first thought was ‘Don’t touch the hand. Please don’t touch the hand’, but then I saw that you played it smart, unlike what most people (like me) did”* på iHasCupquakes video, exempel på en kommentar som nämner hur YouTubaren beter sig i videon är *“I laughed at his scream it was hilarious”* på KSIOLajidebtHDs video. Om vi tittar närmare på hur männens och kvinnornas kommentarer skiljer sig åt nämner de flesta av de kvinnliga YouTubarnas kommentarerna om hur de spelar spelet, därefter nämns YouTubarna som person och deras kanal och sedan deras beteende i videon. Det som oftast nämns i männens kommentarsfält är YouTubarna som person och deras kanal, därefter hur de beter sig i videon och hur de spelar spelet. Kodschemat visar även att kvinnorna får fler råd om hur de ska spela än männen.

Gällande kommentarer som svarar på positiva och negativa kommentarer om YouTubaren är det ingen stor skillnad mellan svar på positiva kommentarer och svar på negativa kommentarer. Tittar vi däremot på männen och kvinnorna för sig har männen många fler svar på positiva kommentarer än kvinnorna. Värt att notera är att de flesta av svaren på positiva kommentarer förekommer i YouTubaren ThatcherJoeGames och YouTubaren KSI OlajidebthDs kommentarsfält, båda hade 26 svar på positiva kommentarer vilket tillsammans blir 52 svar. Av 63 svar på positiva kommentarer från alla YouTubares videor var 52 av dem i dessa YouTubares kommentarsfält.

Vidare visar resultatet att 237 kommentarer, 39 procent av kommentarerna, var positiva, 137 kommentarer, 23 procent av kommentarerna, var negativa och att 226 kommentarer, 38 procent av kommentarerna, var neutrala. De manliga YouTubarna får fler positiva kommentarer än de kvinnliga YouTubarna, och de kvinnliga YouTubarna får i sin tur fler negativa kommentarer än de manliga YouTubarna. Resultatet visar även att de kvinnliga YouTubarna får ungefär lika många positiva som negativa kommentarer, medan de manliga får 184 procent fler positiva än negativa kommentarer. Värt att notera är att YouTubaren YOGSCAST Hannah fick 53 negativa kommentarer av totalt 137 negativa kommentarer bland alla YouTubarna. Annars hade kvinnorna och männen ungefär lika många negativa kommentarer. ThatcherJoeGames var YouTubaren som fick flest positiva kommentarer, av totalt 237 positiva kommentarer till alla YouTubare var 68 av dem i hans kommentarsfält.

5.1.2 Positivt, negativt och neutralt kommentarsinnehåll

Tabell 5.1.2.1 visar vilken attityd som framkommer i de olika kommentarsinnehållen. Med detta kan vi se vilka typer av kommentarsinnehåll som var mest positiva respektive negativa.

Tabell 5.1.2.1 – Positivt, negativt och neutralt kommentarsinnehåll

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	Totalt	Kvinnor	Män
Uppmuntrande	10	7	3
Nedvärderande	9	5	4
Neutral	38	26	12
Ger inte råd	543	262	281
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Kommenterar hur YouTubaren spelar	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	24	15	9
Negativ	78	54	24
Neutral	47	29	18
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	451	202	249
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Kommenterar hur YouTubaren beter sig i videon	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	68	12	56
Negativ	27	21	6
Neutral	43	19	24
Kommenterar inte beteende	462	248	214
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Kommenterar YouTubarens utseende	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	11	8	3
Negativ	5	1	4
Neutral	25	5	20
Kommenterar inte utseende	559	286	273
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Kommenterar YouTubaren som person och hens kanal	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	117	53	64
Negativ	31	16	15
Neutral	44	13	31
Ingen kommentar om YouTubaren som person	408	218	190
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	Totalt	Kvinnor	Män
Håller med	49	4	45
Håller inte med	9	5	4
Neutral	5	1	4
Inget svar på positiv kommentar	537	290	247
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	Totalt	Kvinnor	Män
Håller med	13	10	3
Håller inte med	56	31	25
Neutral	10	4	6
Inget svar på negativ kommentar	521	255	266
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	Totalt	Kvinnor	Män
Positiv	237	95	142
Negativ	137	87	50
Neutral	226	118	108
	<i>n=600</i>	<i>n=300</i>	<i>n=300</i>

Det kommentarsinnehåll som har mest positiv attityd är det som handlar om YouTubaren som person och hens kanal med totalt 117 positiva kommentarer. Kommentarsinnehållet som har mest negativ attityd är det som handlar om hur YouTubaren spelar spelet, med 78 negativa kommentarer. Det kommentarsinnehåll som är mest positivt respektive mest negativt gäller både de kvinnliga och de manliga YouTubarna. Något som också går att utläsa från kodschemat är att männen fick många positiva kommentarer, 56 stycken, som nämner hur de beter sig i videon.

5.2 Tematisk analys

Efter analys av de ovan beskrivna 600 kommentarerna samt observation av YouTubarnas beteende i sex videor har tre övergripande teman framkommit. Det första temat som behandlas i detta avsnitt är interaktion, som handlar om hur YouTubaren och hens tittare och fans interagerar med varandra i videor och kommentarsfält. Här kunde vi se följande sätt som detta visar sig: YouTubaren talar direkt till fansen och tittar in i kameran, använder benämningen "vi" när hen pratar om hur hen spelar spelet samt ställer frågor till tittare och fans och svarar på respons från dem.

Det andra temat är engagemang och handlar om hur YouTubaren går tillväga för att engagera tittare och fans. Det handlar även om hur tittarna och fansen visar sitt engagemang. Detta visade sig på följande sätt: YouTubaren använder starka uttryck i videon, hen spelar spelet i

direktsändning samt att fansen går till försvar om YouTubaren får negativ respons i kommentarsfältet.

Det tredje temat är positiva och negativa kommentarer, som går in på vilket kommentarsinnehåll som får flest positiva respektive negativa kommentarer. Temat behandlar även skillnader mellan attityder som framkommer i kommentarer som de kvinnliga och manliga YouTubarna får. Det visades att YouTubarna fick flest positiva kommentarer och de positiva kommentarerna handlade om YouTubaren som person och hens kanal. De flesta negativa kommentarerna handlade om hur YouTubaren spelade spelet. De kvinnliga YouTubarna fick fler negativa kommentarer än de manliga men det var en av de kvinnliga YouTubarna, YOGSCAST Hannah, som fick majoriteten av de negativa kommentarerna. Utifrån ett liberalfeministiskt perspektiv kan det tolkas som att YOGSCAST Hannah fick negativ respons för att hon inte passade in i normerna om hur en kvinna förväntas vara. Hon pratade högljutt, svor mycket och talade om att döda karaktärerna i spelet istället för att rädda dem.

5.2.1 Interaktion

Temat interaktion handlar om hur YouTubarna interagerar och bygger en relation med sina tittare och fans samt hur fansen i sin tur interagerar med YouTubaren via kommentarsfältet. Här har vi utgått från de två första nivåerna i Faircloughs (1995: 57-62) modell för kritisk diskursanalys. I den första nivån studeras mening och form av innehållet i videorna och kommentarerna. I den andra nivån studeras hur innehållet i videorna och kommentarerna produceras och konsumeras. Här vill vi belysa interaktionen mellan YouTubaren och tittarna genom att lyfta fram vad innehållet i videorna får för respons i kommentarsfältet men även hur YouTubaren svarar på sina tittares respons i kommentarsfältet. Temat interaktion innefattar hur kommentarerna pratar till eller om YouTubaren. Hur YouTubaren talar i videor samt om hen tittar direkt in i kameran och pratar till tittarna har också betydelse för graden av interaktivitet.

Talar direkt till fansen och tittar in i kameran

De undersökta YouTubarna talar ofta direkt till tittarna och fansen i sina videor. Aktiv interaktion med tittare och fans är enligt Jenkins, Ford och Green (2014: 117) en viktig faktor till varför YouTubare får en stor publik. För YouTubarna handlar det inte bara om att publicera

videor, utan att även skapa sätt att involvera tittarna och bjuda in till interaktion. YouTubarna skulle kunna lägga upp videor där de bara spelar spelet med fokus på produktion av innehållet, men de väljer att ägna tid till att vända sig till tittare och fans i videon eftersom att interaktion drar nya tittare och fans. Detta påpekar även Major (2015) i sin avhandling vars resultat visar på att YouTubarnas publik är kärnan i allt de gör och att interaktionen med tittare och fans är viktig för deras framgång. Hur YouTubarna väljer att agera i sina videor kan beskrivas med Faircloughs (1995: 57-62) begrepp diskursiv praktik. Genom att de undersökta YouTubarna producerar videor där de talar direkt till publiken och tittar in i kameran skapar de en känsla av att tittarna är involverade och på samma nivå som YouTubarna. Tittarna kan här tolkas känna sig nära YouTubarna vilket kan bidra till starkare samhörighet och interaktion.

Ett sätt för de observerade YouTubarna att tala direkt till tittarna och fansen är att berätta om hur de känner och vad de tänker när de spelar. Exempelvis säger ThatcherJoeGames: *“Guys, I’m actually so scared right now, I don’t know what it’s like for you watching, but for me playing this is horror”*. Ett annat sätt som YouTubarna använder sig av för att tala direkt till tittarna och fansen är att inleda videor med att hälsa dem välkomna och avsluta videor med att säga hejdå och vädja till tittare och fans att komma tillbaka för att titta på kommande videor. iHasCupquake inleder exempelvis en video med: *“Hey, guys! Welcome back to the channel, my name is Cupquake, we’re continuing Until Dawn”* och XpertThief inleder en video med: *“All right, what’s up guys, we are playing some Until Dawn right now. Oh shoot. This is supposed to be really scary”*. Dessa typer av repliker från YouTubarna kan tänkas skapa en känsla av att tittaren är välkommen och en del av en gemenskap när hen tittar på videon. YOGSCAST Hannah avslutar en video med: *“You’ll have to tune in next time and see who dies then [...] we’ll see you next time, sleep well, good bye”* och iHasCupquake avslutar en video med *“I really hope you guys are enjoying this. Thank you so much for watching! I will see you guys in the next episode. My name is Cupquake. Bye. Peace. Love”*. YOGSCAST Hannah lockar här tittare och fans med att de måste fortsätta titta på hennes YouTubevideor där hon spelar spelet för att se vilka av spelets karaktärer som kommer att dö. Både YOGSCAST Hannah och iHasCupquake uppmuntrar även tittare och fans att se fler videor genom att säga att de och deras tittare och fans ska ses igen. Med det kan det tolkas som att YouTubarna skapar en känsla av samhörighet med tittare och fans, att de är “vänner” som kommer att ses igen. Denna typ av interaktion i videorna

kan också tänkas skapa starkare band till fansen, att det är samhörigheten och bandet som får dem att komma tillbaka till YouTubearens kanal och titta på fler av hans videor. Detta är även ett sätt att skapa och stärka fankulturer då Duffett (2013: 18) menar att en emotionell koppling är en viktig del av fankulturer.

Under observationen av YouTubevideorna framkom det att YouTubearna emellanåt tittar direkt in i kameran. Detta sker i samband med att YouTubearen talar direkt till tittarna och fansen.

Exempelvis vänder sig iHasCupquake i sin video bort från spelet, tittar rakt in i kameran och säger *“Man, this is super intense”*. Genom att titta direkt in i kameran kan det upplevas som att YouTubearen vill skapa en dialog och är intresserad av att skapa en relation med tittarna och fansen. Som Jenkins, Ford och Green (2014: 117) nämner: det handlar inte bara om att producera videor, det handlar även om att involvera tittarna och fansen. Den kvantitativa innehållsanalysen visar också att det kommentarsinnehåll som oftast förekommer är det som handlar om YouTubearen som person och hans kanal, 192 kommentarer nämner detta vilket blir 32 procent av alla kommentarer (se tabell 5.1.1.1). Detta kan tyda på att YouTubearna har tittare och fans som är intresserade av YouTubearen och snarare tittar på YouTubevideon på grund av YouTubearen än på grund av spelet hen spelar i videon. Exempel på detta syns i kommentaren: *“[...] yeah that's the thing i already watched it im just here to see ksi's reactions”* på KSI OlajidebTHDs video och kommentaren: *“I watch her vids just to look at her she cute [as fuck]”* på iHasCupquakes video.

“Vi”

Något som förekommer bland de undersökta YouTubearna är benämningen “vi” när de pratar om hur de ska agera i spelet, till exempel hur de behandlar en viss situation i spelet eller vart de ska styra den spelbara karaktären härnäst. Benämningen “vi” kan ses som en diskurs som handlar om interaktion. Jenkins, Ford och Green (2014: 117) menar att YouTubeare involverar publiken för att locka fler tittare och fans och att använda “vi”-benämningen kan tolkas som ett sätt att göra detta. En YouTubeare som talar om “vi” är iHasCupquake. Hon kommenterar ofta vad som händer i spelet eller hur hon ska gå tillväga härnäst med benämningen “vi”. Exempelvis säger hon *“We need to go here”* och *“Can we go this way?”* när det finns flera alternativ vart den spelbara karaktären i spelet kan gå och *“We found a clue!”* när hon i spelet hittar en ledtråd. Genom att i videor tala som att “vi” – YouTubearen tillsammans med tittare och fans – spelar

spelet och gör gemensamma val kan det tolkas som att YouTubaren skapar en känsla av att tittarna och fansen är med och påverkar hur hen spelar. När iHasCupquake säger “vi” involveras de som tittar på videon, det är inte bara YouTubaren som spelar spelet utan det är hon tillsammans med tittare och fans. Det blir som att “vi” ska gå till en plats i spelet och att “vi” hittar en ledtråd. YouTubaren XpertThief talar också om “vi” och säger i början av sin video *“We are playing some Until Dawn right now”*. Han uttalar sig därmed direkt om att det är han tillsammans med sina tittare och fans som spelar spelet. XpertThief skapar likt iHasCupquake en bild av att tittarna och fansen kan vara med och påverka hur spelet spelas genom att säga *“We gotta be careful with our decisions”*. Här kan det tolkas som att det inte bara är YouTubaren som gör valen och tar besluten i spelet, utan även att tittarna och fansen är med i de besluten och valen som YouTubaren gör.

Tekniskt sett sitter inte tittarna och fansen tillsammans med YouTubaren och spelar spelet och det går inte att påverka det som händer i videon eftersom det som sker i den redan har inträffat. YouTubaren har redan spelat spelet och gjort sina val, men genom att prata till tittarna i videon som att “vi” spelar inkluderar YouTubaren tittarna och fansen och de kan möjligen uppleva att de ändå är med i spelandet och valen. Jenkins (2012: 145-146, 273) menar att allt fler människor har möjlighet att skapa innehåll men också ta del av och diskutera innehåll som produceras av amatörer. YouTubarnas publik kan även tänkas uppleva att de är en del av produktionen av YouTubevideon när de inkluderas i detta “vi” som YouTubaren skapar. Två av de YouTubare vi tittat på gör dock i videon en livestream. I dessa fall kan YouTubaren i videon direkt reagera på ett kommentarsfält som uppdateras live. Här får faktiskt tittarna och fansen en möjlighet att vara med direkt och påverka vad YouTubaren gör i spelet närmast men detta går endast så länge livestreamen pågår och alltså inte efteråt när den väl är avslutad och upplagd på YouTube.

Huruvida tittarna och fansen upplever att det är “vi” som spelar när de tittar på videon går inte att utläsa i och med denna undersöknings material och metod, men efter en granskning av kommentarsfälten kan vi se att tittarna och fansen inte syftar på att det är “vi” som spelar när de kommenterar händelser i YouTubevideorna. I kommentarerna handlar det om att det är YouTubaren som spelar och gör val. Det är YouTubarens förtjänst när det upplevs gå bra i spelet – exempelvis kommentaren *“[...] I saw that you played it smart, unlike what most people (like*

me) did” – och det är också YouTubarens fel om något upplevs gå fel i spelet – exempelvis kommentaren *“If u took the path risk u would hav saved Jessica but u didn't :(”*. Samtidigt kan det tolkas som att tittarna och fansen ändå vill och tänker att de kan vara med och påverka valen som YouTubaren gör senare i spelet i en framtida YouTubevideo, då de i kommentarsfälten ger råd till YouTubaren om hur hen ska spela – exempelvis kommentaren *“[...] Try not to hurt animals, because they will definitely hurt you back”*. Utifrån detta kan det tolkas som att tittarna och fansen genom kommentarsfältet på ett sätt är med i det “vi” som YouTubarna nämner i sina videor.

YouTubarens frågor och respons till tittarna och fansen

Interaktivitet visar sig även genom frågor som YouTubaren ställer till tittarna och fansen. Under observationen av YouTubevideorna framkom att YouTubarna ställer frågor kring hur de ska agera närmast i spelet och kring vad som händer i spelet. Till exempel frågar YouTubaren SSSniperWolf: *“What if I just turn around and shoot her? Can I do that? I don't think I can”* när en av karaktärerna hittar ett gevär i spelet. YouTubaren XpertThief frågar vilken väg han ska ta i spelet: *“Which way should we go?”*.

Frågorna upplevs retoriska, då YouTubaren inte kan få något svar av tittare och fans under inspelningen av videon. ThatcherJoeGames stannar exempelvis en gång upp och frågar: *“Oh, dude, who do I go for? Oh, I don't know what to do. Save Josh or save Ashley?”*. Han ska välja en karaktär att rädda i spelet och i videon upplevs han som kluven och stressad av beslutet som ska tas. Han pausar spelet och ställer frågor till tittarna men det kan samtidigt också upplevas som att han diskuterar högt för sig själv. Detta eftersom att tittarna inte kan ge honom något svar då han sitter själv och videon inte är en livestream, som tidigare förklarat är då YouTubaren spelar spelet under direktsändning. Ändå väljer han att vända sig till tittarna och här återkommer vi till att de undersökta YouTubarna kan vara ute efter att skapa en gemenskap med sina tittare och fans, likt i “vi”-exemplet. Det kan tolkas som att frågor till publiken skapar en känsla av att tittarna och fansen är involverade, de är med och spelar och påverkar det som händer i spelet, trots att de tekniskt sett inte är det.

I fallen då de undersökta videorna är inspelade livestreams kan det tolkas som att YouTubaren inte lyssnar även om hen kan tänkas få direkta svar på frågor hen ställer. Ett exempel på detta är SSSniperWolf som i sin video som är en inspelad livestream frågar: *“Should I hit the bird?”* och sedan direkt efter säger: *“I WON’T hit the bird”*. YouTubaren ställer här en fråga som hon själv svarar på och det kan då tolkas som att hon inte tänker ta till sig svaren som hon får från tittarna. XpertThief frågar tittarna i en video som också är en inspelad livestream: *“What do you guys think, [do] you think that was the same guy that [was] blowing fire everywhere? Probably was”*. Här har han sett en karaktär i spelet och han frågar tittarna vem de tror att han är, men direkt efter svarar han på sin egen fråga med vad han tror. Trots att det i båda dessa fall finns en teknisk möjlighet, genom livestreamen, för YouTubarna att ta emot direkt respons från tittarna och fansen gjorde YouTubarna inte det. Dock visade de undersökta videorna att YouTubarna svarade på annan respons, vilket diskuteras vidare under temat engagemang.

5.2.2 Engagemang

Temat engagemang är kopplat till temat interaktion men här tittar vi på hur YouTubaren skapar engagemang bland sina tittare och fans samt i sina videor. Hur engagemang framkommer i kommentarsfälten har även analyserats. Som vid analysen av temat interaktion har vi utgått från de två första nivåerna i Faircloughs modell (1995: 57-62) för kritisk diskursanalys. I den första nivån studeras mening och form av innehållet i videorna och kommentarerna. I den andra nivån studeras hur innehållet i videorna och kommentarerna produceras och konsumeras. Temat engagemang innefattar YouTubarens tonfall, inlevelse, gester och ansiktsuttryck samt vad hen säger i videor. Temat innefattar också hur tittare och fans i kommentarsfältet diskuterar YouTubaren.

Starka uttryck

Wasik (2009: 20) menar att YouTubare är medvetna om att de är betraktade av tittare och fans och att de anpassar sitt innehåll för dem. Enligt Wasik tittar YouTubare på statistik över sina YouTubevideor för att se vilka videor som får uppmärksamhet och skräddarsyr framtida videor. Major (2015) menar även att YouTubares innehåll påverkas av antalet prenumeranter, ju fler prenumeranter en YouTubare har desto mer skräddarsyr YouTubaren videornas innehåll efter tittare och fans.

Den undersökta YouTubaren KSIOLajidebtHD har i sin video tydliga ansiktsuttryck och starka reaktioner på det som händer i spelet. Han skriker högt, svär mycket och spärrar upp ögonen och gapar stort. Detta kan tolkas som ett sätt att visa och skapa engagemang i videon, möjligen är han även medveten om att de starka uttrycken och reaktionerna är något som uppmärksammas och uppskattas av hans tittare och fans. Kommentarererna på videon visar att detta engagerar tittare och fans eftersom att av alla kommentarer han fick nämnde näst flest kommentarer om hur han betedde sig i videon. Den kvantitativa innehållsanalysen visar att 35 av hans 100 kommentarer nämner detta, vilket kan anses mycket om man jämför med att exempelvis sex av hans kommentarer nämnde hur han spelade spelet (se bilaga 2). Majoriteten av kommentarererna som nämner hans beteende i videon är även positiva, vilket visar på att hans beteende uppskattas av tittarna och fansen. Exempel på kommentarer som nämner KSIOLajidebtHDs ansiktsuttryck eller skrik är: “[...] *THAT FACE IS PRICELESS, I JUST CANT STOP LAUGHING*” och *“I laughed at his scream it was hilarious”*. YouTubaren ThatcherJoeGames får också många kommentarer om hur han beter sig i videon. Av alla hans analyserade kommentarer är det flest kommentarer som nämner detta, vilket är 37 av kommentarererna (se bilaga 6). I videon spärrar han upp ögonen, gapar stort och pratar högt och snabbt. Exempel på kommentarer som nämner hans beteende är: *“His screams make me laugh. Comedic relief haha”* och *“JOES REACTION TO 10:33 IS THE BEST THING [I have] EVER SEEN IN MY LIFE I [can’t] BREathe [...]”*. ThatcherJoeGames har likt KSIOLajidebtHD flest positiva kommentarer om sitt beteende och ingen av kommentarererna som nämner hans beteende är negativa. Beteendet hos YouTubarna KSIOLajidebtHD och ThatcherJoeGames kan även ses som en del av en “grabbig” diskurs. De är högljudda, använder starka uttryck och tar mycket plats vilket kan kopplas till något som kan ses som maskulina egenskaper då Fagerström och Nilson (2008: 7, 12) och Connell (2003: 58) menar att vara aggressiv och aktiv ofta ses som något manligt.

Livestream

Ett annat sätt att skapa engagemang är, som diskuterat under temat interaktion, att under en livestream direkt svara på tittarnas kommentarer. Exempelvis säger XpertThief: *“I see y’all telling me I should’ve let her go [...] Oh, they both die no matter what? Oh”*, som svar på tittarnas kommentarer om ett val han gjorde tidigare i spelet som resulterade i att två av spelets

karaktärer dog. Jenkins, Ford och Green (2014: 117) menar att YouTubare besvarar kommentarer för att skapa mer engagemang. Detta kan tolkas som att de vill skapa engagemang bland tittare och fans men även själva vill framstå som mer engagerade i gemenskapen kring deras videor. SSSniperWolf är ett till exempel på en av de undersökta YouTubarna som svarar direkt på kommentarer i sin video, som är en inspelad livestream. Hon svarar bland annat: *“I love you too”* på en av kommentarerna som finns i livestreamens kommentarsfält. KSIOlajidebTHD nämner också att han läst kommentarerna när han i sin video säger: *“I’ve heard your cries, comment bashing, I will leave my face cam on. I’ve heard you”* och *“I just learned about the shake thing. Actually I didn’t learn it, I just saw it in the comments. Thanks, comments!”*. Här visar han på att han tar till sig respons och förslag från sina tittare och fans genom att han nämner att han har lärt sig något av kommentarer som tittare och fans lämnat.

Fans går till försvar

Vid den kvantitativa innehållsanalysen av kommentarerna kunde vi se att 142 kommentarer, 24 procent, av de undersökta kommentarerna är svar på positiva eller negativa kommentarer (se tabell 5.1.1.1). Dessa kommentarer innehåller diskussioner om YouTubaren som person och hans beteende i videon. Detta kan tolkas som ett tecken på engagemang bland tittarna och fansen. Jenkins, Ford och Green (2014: 20) menar att det inom deltagarkulturer och fankulturer sker ett socialt utbyte. Detta kan även ses tydligt då fans i dessa kommentarer interagerar med varandra och diskuterar känslor om YouTubarna, såsom Duffett (2013: 18) och Jenkins (2006: 41) definierar fankulturer. Henry Jenkins (2006: 137) menar även att fankulturer på nätet är dagens inkarnation av Lévy (1997: 13, 216-217) kollektiva intelligens i och med att tittarna och fansen är grupper med fokus på kollektiv diskussion av populärkulturella fenomen. Av de undersökta kommentarerna var 63 kommentarer, 11 procent, svar på positiva kommentarer och 49 kommentarer av dessa 63 kommentarer höll med den positiva kommentaren (se tabell 5.1.2.1). I dessa kommentarer diskuterar fans hur mycket de tycker om YouTubaren, vilket visar på en fankultur där fansen är engagerade och interagerar med varandra. Exempel på detta är en kommentar på ThatcherJoeGames video som lyder: *“I always go back to the parts where Joe gets scared [because] usually I miss his reaction and I gotta see them [because] they’re so funny”* och det positiva svaret: *“[...] so true! i laugh so hard when he gets scared!”*. Ett till exempel på ett svar som håller med en positiv kommentar finns i XpertThiefs kommentarsfält:

“You are the best youtuber ever” med svaret: *“[...] I agree”*. I dessa kommentarer går det att se hur fansen delar med sig av sina positiva känslor för YouTubaren och det kan tolkas som att fansen skapar engagemang genom fankulturen.

Kommentarer som är svar på negativa kommentarer är 79 kommentarer, därmed 13 procent av de undersökta kommentarerna och alltså fler än de som är svar på positiva kommentarer. 56 kommentarer av dessa svar håller inte med den negativa kommentaren (se tabell 5.1.2.1). Detta kan tolkas som att det skapas större engagemang när YouTubaren får negativ respons, då fans här går till försvar i YouTubarens ställe. Enligt både Jenkins (2006: 142) och MacDonald (1998: 131-151) kan det uppstå hetsiga diskussioner när personer inom en fankultur har delade meningar, här handlar det om delade åsikter om YouTubaren som person och hur hen betar sig i videon samt spelar spelet. Ett exempel där fans försvarar YouTubaren är i iHasCupquakes kommentarsfält där en kommentar nämner hennes röst och utseende i negativ bemärkelse: *“[...] this randomly popped up and woke up my nephews with her bird like voice. Then I saw the colored hair and knew what it was. Into the trash it goes”*. Denna kommentar har bland annat svaren: *“shut up!! Stop talking trash about Cupquake, because she is WAY cooler than you!!”* och *“Stop being such a hater she is WAY cooler then you! [...] also it [is] a bad idea to say that you don't like ihascupquake on her channel when over 3[million] people love her and will defend her from every single dumbass like you!”*. Det senare svaret visar tydligt på ett fan som är känslomässigt investerad i iHasCupquake, fanet nämner även att iHasCupquake har en engagerad fankultur som kommer att försvara henne från de som är negativa gentemot henne. Ett annat exempel är ett fan som kan tolkas vara missnöjd med vad YouTubaren XpertThief väljer att spela för spel i sina videor. Detta fan kommenterar: *“Your channel got subscribers from Gta 5 and you barely ever play it”* och här går andra fans som inte håller med till försvar. Ett av fansen svarar: *“He hasn't played GTA in a week chill he wants to explore new games and share them with us”* och ett annat: *“Gta v gets boring after a while he's not gonna play it every day.”*. Likt i Lindgrens (2012) studie kännetecknas de undersökta YouTubarnas kommentarsfält bland annat av interaktivitet, uppmuntran och stöd då fansen gärna försvarar YouTubaren mot negativa kommentarer och håller med positiva kommentarer.

5.2.3 Positiva och negativa kommentarer

Temat om positiva och negativa kommentarer handlar om kommentarerna som YouTubarna får och vilken attityd som framkommer i dessa kommentarer. Här jämförs även skillnader mellan kommentarerna de kvinnliga och de manliga YouTubarna får. Här har vi utgått från den första och tredje nivån i Faircloughs modell för kritisk diskursanalys. I den första nivån studeras mening och form av innehållet i videorna och kommentarerna. I den tredje nivån sätts innehållet i videorna och kommentarerna i ett större sammanhang där det sociala, samhälleliga och kulturella som innehållet är en del av tas i åtanke (Fairclough 1995: 57-62). Här belyser vi om kommentarerna som YouTubarna får är positiva, negativa eller neutrala och vilken typ av kommentarsinnehåll som får mest positiv respektive negativ respons. Kommentarer analysas även utifrån ett liberalfeministiskt perspektiv.

Positivt om YouTubaren, negativt om spelande

Den kvantitativa innehållsanalysen visar att 237 kommentarer, 39 procent, är positiva, 137 kommentarer, 23 procent, är negativa och 226 kommentarer, 38 procent, är neutrala (se tabell 5.1.1.1). De flesta av kommentarerna är därmed positiva eller neutrala. Det kommentarsinnehåll som är mest positivt är det som handlar om YouTubaren som person och hans kanal, sedan kommer kommentarer som nämner hur YouTubaren beter sig i videon (se tabell 5.1.2.1). Som tidigare diskuterats under temat interaktion och engagemang kommenterar fansen mest YouTubaren som person vilket kan tolkas som att de är mer intresserade av själva YouTubaren än resten av innehållet i videon. Även YouTubarens beteende handlar snarare om hans personlighet än om spelet han spelar i videon. Duffett (2013: 18) menar att fans har en positiv emotionell koppling till en person eller ett fenomen och då YouTubarna har egna fankulturer som är emotionellt engagerade och positivt inställda kan det tydas som att det är därför YouTubarna får många positiva kommentarer.

Det kommentarsinnehåll som är mest negativt är det som nämner hur YouTubaren spelar spelet, sedan kommer kommentarer som nämner YouTubaren som person och hans kanal samt kommentarer som nämner hur YouTubaren beter sig i videon (se tabell 5.1.2.1). Den negativa attityden som framkom i det kommentarsinnehåll som rör hur YouTubaren spelar spelet varierar i grad av negativ ton. Det är allt från kommentarer som presenteras som kritik mot YouTubarens

val i spelet till kommentarer som gör personliga påhopp på YouTubaren och dumförklarar hen för att hen “gör fel”. Exempel på en kommentar som innehåller kritik är: “!!!![you’re] *NOT suppose to do ANYTHING when it asks you to let go or drop hannah.... the guy was trying to help pull them up !!!!! try it over again*” på en av XpertThiefs videor. Kommentaren nämner att det som YouTubaren gjorde i spelet var fel och förklarar att han borde ha gjort på ett annat sätt. Det kan tolkas som att kommentarsinnehållet är negativt mot hur XpertThief valt att spela spelet men det är inte kopplat till honom som person. Det ser annorlunda ut om vi jämför med en kommentar från en av YOGSCAST Hannahs videor där hon spelar tillsammans med en annan kvinna. Kommentaren lyder “[...] *the 2 of them have been absolute idiots and bitches for this whole play-through, I'm betting on Ashley dying in what should be an easy to recognize trap.*”. Här dumförklaras kvinnorna för att de gör fel och kommentaren använder förolämpande ord för att beskriva YOGSCAST Hannah och den andra kvinnan.

Kvinnliga YouTubares negativa respons

Utifrån den kvantitativa innehållsanalysen kan vi även se att de kvinnliga YouTubarna får fler negativa kommentarer än de manliga YouTubarna. 87 kommentarer, 29 procent, av kommentarerna på kvinnornas YouTubevideor är negativa medan 50 kommentarer, 17 procent, av kommentarerna på männens YouTubevideor är negativa (se tabell 5.1.1.1). Vi kan urskilja att en av de kvinnliga YouTubarna, YOGSCAST Hannah, har majoriteten av de negativa kommentarerna. Av de totalt 87 negativa kommentarerna från de kvinnliga YouTubarnas videor har hon 53 negativa kommentarer (se bilaga 7). Hennes beteende i videon och hur hon spelade spelet är det kommentarsinnehåll som hon får mest negativ respons på. Exempel på negativa kommentarer som nämner hennes beteende i videon, där hon även spelar tillsammans med en annan kvinna, är: “*they r just bein bitchy for the sake of it*” och “*I just want to scream at you two to shut up and your commentary is so ridiculous. You are just a bunch of daft birds [...]*”. Det kan tolkas som att den förstnämnda kommentaren menar att YOGSCAST Hannah medvetet betar sig på ett störande sätt. Den andra kommentaren kan tolkas som kritik mot att hon pratar för mycket i videon och att det hon säger är dumt och löjligt. Exempel på en negativ kommentar som nämner hur YOGSCAST Hannah och den andra kvinnan i videon spelar spelet är: “[...] *Honestly I knew from the moment you guys started playing this you two would have picked the stupid choices. I am done playthrough I just know they are going to kill most of the players*”

of.....*Stupid Idiots*”. Denna kommentar kan tolkas dumförklara YouTubaren och riktar kritik mot hur hon spelar spelet.

Det finns flera möjliga anledningar till varför just YouTubaren YOGSCAST Hannah fick så pass många negativa kommentarer om hennes beteende och hur hon spelar spelet i videon. Ur ett liberalfeministiskt perspektiv kan det tolkas som att YOGSCAST Hannah möjligen bryter mot normer om hur kvinnan förväntas vara vilket kan väcka reaktioner i kommentarsfältet på hennes video. Enligt Tollin och Törnqvist (2014: 34-35) och Fagerström och Nilson (2008: 7, 12) ses kvinnan som passiv, försiktig, känslostyrd och omhändertagande. Sveningsson (2012: 54-60) menar även att dessa egenskaper hos kvinnor är önskvärda i tv-spelskulturer. Under observationerna av YOGSCAST Hannahs video kunde vi se att hon inte beter sig på detta sätt, i stället riktar hon kritik till spelet och karaktärer och svär mycket. Hon diskuterar högljutt det som händer i spelet med den andra kvinnan som är med i videon. Hon kan därmed tolkas som en person som inte är försiktig och passiv och detta beteende får negativ respons i kommentarsfältet. Exempel på två sådana kommentarer är: *“This video was about two women talking about random shit and there was some kind of game in the background... Game that we can't even hear... C'mon Hannah you can do better :/”* och *“They didn't realize because they're not really trying, they're playing this game like they'd do an annoying chore”*.

Utifrån observationerna kan det också tolkas som att hon visar lite medlidande med karaktärerna i spelet, hon kan alltså inte tolkas vara omhändertagande. Bland annat nämner YOGSCAST Hannah att hon ska döda karaktärerna i spelet istället för att försöka rädda dem, vilket väckte reaktioner i kommentarsfältet. *“It's stupid that they're going to 'try' to kill people. That's not hard at all, the challenge is in keeping people alive”* är exempel på en kommentar som visar missnöje över detta. YOGSCAST Hannah grimaserar och skrattar smått i videon i stället för att skrika och bli rädd för spelet vilket också resulterade i negativa kommentarer: *“I find your cheerful reaction to Josh's death... disturbing”* och *“So you casually walked while Jess was screaming and dying”* är exempel på två sådana kommentarer. Genom detta kan YOGSCAST Hannah tolkas bryta dels mot normer om kvinnan, dels mot de egenskaper som är önskvärda hos kvinnor i tv-spelskulturer.

Under observationen kunde vi se att YouTubaren SSSniperWolf till viss del betar sig likt YOGSCAST Hannah. I den undersökta videon riktar även hon kritik till karaktärerna i spelet och svär mycket, exempelvis säger hon: *"You're being an ungrateful [whore]. Why are you being a bitch? She's such a bitch"* om en av karaktärerna i spelet. SSSniperWolf får dock få negativa kommentarer om hur hon betar sig i videon, exempelvis får hon i stället positiva kommentarer om att hon inte visar sig rädd för spelet (se bilaga 4) där en kommentar lyder: *"Love how you're not even the slightest bit scared"*. Likt YOGSCAST Hannah kan även SSSniperWolf tolkas visa lite medlidande med karaktärerna i spelet när hon exempelvis säger: *"What if I just turn around and shoot her? Can I do that?"* i en scen i spelet där en spelbar karaktär håller i ett skjutvapen. Till skillnad från YOGSCAST Hannah tar SSSniperWolf dock inte mycket plats i videon, hon yttrar sig sparsamt och talar inte högljutt. Detta kan tolkas vara anledningen till att hon ändå inte får många negativa kommentarer, då hon genom att vara vad som kan tolkas som lågmäld ändå till viss del passar in i de kvinnliga normer som Tollin och Törnqvist (2015: 34-35), Fagerström och Nilson (2008: 7, 12) och Sveningsson (2012: 54-60) tar upp.

De manliga YouTubarna får färre negativa och fler positiva kommentarer än de kvinnliga YouTubarna (se tabell 5.1.1.1). De undersökta manliga YouTubarna kan tolkas stämma överens med de egenskaper som Connell (2003: 58) menar ofta tillskrivs män då de är högljudda, aktiva och därmed tar mycket plats i videorna. De får också positiv respons som nämner detta beteende, exempelvis kommentaren: *"can't stop rewatching joe at 10:33, his reaction is priceless"* som kommenterar en del i ThatcherJoeGames video då han skriker till och svär högt. YouTubaren KSIOLajidebthd får också positiva kommentarer som nämner hans högljudda skrik i videon, exempelvis: *"His scream at the end [skrattande smiley]"*. Att de manliga YouTubarna kan tolkas stämma överens med manliga normer kan vara varför de får mycket positiv respons till skillnad från YOGSCAST Hannah som går emot kvinnliga normer och får mycket negativ respons.

Den kvantitativa innehållsanalysen visar även att de kvinnliga YouTubarna får fler råd om hur de ska spela spelet än de manliga YouTubarna. De kvinnliga YouTubarna fick 38 kommentarer som ger råd medan de manliga YouTubarna fick 19 kommentarer om detta (se tabell 5.1.1.1). Det kan möjligen inte ses som en särskilt stor skillnad men det kan vara ett exempel på, som Sveningsson

(2012: 54-60) nämner, att det finns en bild av att kvinnliga spelare har brist på teknisk expertis. Hon menar vidare att de därför behöver hjälp och råd, gärna av manliga spelare som anses ha bättre teknisk expertis. Exempel på kommentarer som ger råd är: *“I have never played the game and know nothing about it but logically it is pretty obvious that the game is giving you risk/reward (speed/safety) option for a REASON. If you take the safe route every time, why do you expect the story to be kind to you... [...]”* på YOGSCAST Hannahs video. Den som kommenterar nämner här att hen inte ens själv spelat spelet men trots det anser sig hen vara bättre insatt i spelet än YOGSCAST Hannah.

6. Slutdiskussion

I den här uppsatsen har vi undersökt hur sex YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel interagerar med och engagerar tittare och fans genom sina YouTubevideor. Vilken respons dessa YouTubare får och hur deras tittare och fans interagerar i kommentarsfält har också undersökts. I detta avsnitt diskuteras svaren på studiens frågeställningar. Resultatet av analysen jämförs också med tidigare forskning.

6.1 Diskussion av resultat och analys

I denna undersökning har vi kunnat urskilja ett antal teman och sätt som de sex undersökta YouTubarna skapar interaktion och engagemang på. Vi har även sett hur tittare och fans interagerar i kommentarsfälten på YouTubarnas videor. Dessa teman kan ses som delar av en större diskurs kring deltagande på internetforum som YouTube. För att skapa interaktion talar de undersökta YouTubarna direkt till tittare och fans i videor och tittar in i kameran. Detta kan vi tolka som ett sätt för YouTubarna att skapa samhörighet med tittarna och fansen. En tanke vi har är att en tittare kan känna sig mer involverad och inbjuden i en YouTubevideo om personen i videon talar direkt till en och tittar mot en. Det kan bli mer personligt när YouTubaren tilltalar tittaren som om hen vore där, det är nästan som att tittaren blir en bekant eller till och med vän. Detta kan tänkas få publiken att fortsätta titta på YouTubarens framtida videor och bidra till en starkare fankultur. De undersökta YouTubarna pratar även i sina videor som att de tillsammans med tittare och fans spelar spelet, de skapar ett "vi" som även det kan tänkas bidra till en större samhörighetskänsla. Även här kan den som tittar på videon känna sig tilltalad och involverad. Trots att tittarna och fansen tekniskt sett inte är med och spelar kan det tolkas skapas en illusion av att de spelar spelet tillsammans med YouTubaren. Genom "vi:et" kan det vara så att tittarna och fansen upplever att de kan vara med och påverka innehållet i YouTubevideorna. Tittare och fans kan tänkas känna att de tillsammans med YouTubarna inte bara spelar spelet utan även att de är med och skapar videor. Den kvantitativa innehållsanalysen visar att flest kommentarer nämner de undersökta YouTubarnas personlighet och YouTubekanal. Tittare och fans kan alltså tolkas följa en YouTubare på grund av hans personlighet, eller med andra ord den som YouTubaren uttrycker sig för att vara i sina YouTubevideor. Det kan tänkas vara så att det är YouTubaren och fansen som är i centrum, inte själva spelet som spelas i videon. När tittare och

fans väljer att titta på en av dessa YouTubares videor blir det till en upplevelse som tittare och fans delar med den här YouTubepersonligheten som de följer och uppskattar. Vi kan även se att de undersökta YouTubarna interagerar med tittarna och fansen genom att ställa frågor till dem samt svara på respons från kommentarsfälten. Genom att svara på tittarna och fansens kommentarer tolkar vi det som att YouTubarna visar att de lyssnar och bryr sig om och ser sina tittare och fans. Det kan även tänkas skapa större motivation för fansen att kommentera på YouTubarens videor.

Vi har sett att de undersökta YouTubarna beter sig på särskilda sätt i sina videor för att skapa engagemang. YouTubarnas starka uttryck och reaktioner i videorna nämndes ofta i kommentarsfältet, det var både positiva och negativa kommentarer men båda fallen visar på engagemang. Starka uttryck och reaktioner hos YouTubaren på det som händer i spelet väcker i sin tur reaktioner från tittare och fans i kommentarsfältet. När YouTubarna skriker högt eller har skräckslagna ansiktsuttryck sticker de ut och tittarna får något att reagera och kommentera på. Spelet som YouTubarna spelar i de undersökta videorna är dessutom ett skräckspel där starka reaktioner kan vara något som förväntas av tittarna. Skräckspel utvecklas för att spelaren ska skrämmas och sitter man inte själv och spelar spelet förväntar man sig att den som gör det, här alltså YouTubaren, blir skrämd eller i alla fall reagerar på det som händer i spelet. Som vi tidigare nämnt kan det skapas en känsla av att tittare och fans spelar spelet tillsammans med YouTubaren och här kan tittarna och fansen även tänkas reagera på spelet och bli rädda tillsammans med YouTubaren. De manliga YouTubarna fick fler positiva kommentarer om sina starka uttryck och reaktioner än de kvinnliga YouTubarna. I de undersökta videorna kunde vi se att de manliga YouTubarna svor mycket, skrek och pratade högljutt, detta fick i sin tur positiv respons i kommentarsfälten. Detta kan ses som en del av en "grabbig" diskurs då Fagerström och Nilson (2008: 7, 12) och Connell (2003: 58) menar att vara aggressiv och aktiv ofta ses som något manligt. Det kan tänkas att män som spelar spel förväntas att vara på detta sätt. Spelbranschen har länge dominerats av män och tv- och dataspel har inte sällan manliga, aktiva huvudkaraktärer som får ta mycket plats. När de manliga YouTubarna beter sig på detta sätt i sina videor passar de in i bilden av hur en manlig spelare förväntas vara och de möts då av positiv respons.

Två av YouTubarnas undersökta videor var inspelade livestreams och i de fallen svarade YouTubarna direkt på vissa av tittarna och fansens kommentarer. Detta kan dels ses som engagemang från YouTubarnas sida då de lägger tid på att prata med tittarna i direktsändning samtidigt som de spelar spelet, dels ses som uppmuntran till engagemang bland tittarna då de kan kommentera och få svar direkt. Engagemang bland YouTubarnas fans kunde vi även se i videornas kommentarsfält. Många gick till försvar om en kommentar var negativ gentemot YouTubaren vilket kan visa på starka och engagerade fankulturer. Som tidigare nämnt tilltalar YouTubaren sina fans som om de vore hens vänner vilket skapar en samhörighet mellan YouTubarna och fansen. När någon skriver något negativt om YouTubaren blir fansen berörda, de känner möjligen att någon har attackerat en person som de bryr sig om, och därmed går de till försvar.

Teoretiker och tidigare forskning har visat på liknande teman kring YouTubares interaktion med sin publik. Major (2015) menar att interaktionen med fansen är kärnan i det YouTubaren gör, vilket innebär att YouTubaren kan lägga ner minst lika mycket tid på att bjuda in och involvera fansen som på att producera videon. Jenkins, Ford och Green (2014: 117) nämner även att YouTubare bland annat svarar på kommentarer och uppmuntrar tittare och fans till att ge respons för att skapa större engagemang.

Majoriteten av de undersökta kommentarerna är positiva vilket kan tolkas visa på att tittare och fans vill visa sin uppskattning för YouTubaren. Likt i Lindgrens (2012) studie karaktäriseras kommentarsfälten på de undersökta YouTubevideorna av uppmuntran och stöd från tittarna. Av alla undersökta kommentarer är de flesta positiva men vi kunde se att de kvinnliga YouTubarna fick fler negativa kommentarer än de manliga YouTubarna, som i sin tur fick fler positiva kommentarer än de kvinnliga YouTubarna. Vi kunde se att en av de kvinnliga YouTubarna, YOGSCAST Hannah, fick många av de negativa kommentarerna. De negativa kommentarerna nämner främst hur hon betar sig i videon och hur hon spelar spelet. Eftersom vi endast undersökt sex YouTubare är det svårt att dra någon slutsats om detta beror på hennes kön då det lika gärna kan vara så på grund av något annat som till exempel hennes personlighet. Ur ett liberalfeministiskt perspektiv kan det dock ses som att YOGSCAST Hannah genom sitt beteende i YouTubevideon bryter mot normerna om hur en kvinna förväntas vara inom spelkulturen. Hon

beter sig inte försiktigt eller omhändertagande. Hon diskuterar och kritiserar högljutt det som händer i spelet och skämtar även om att hon ska döda karaktärerna i stället för att rädda dem. Detta kan ha väckt negativa reaktioner hos tittarna vilket ligger i kontrast till reaktionerna på de manliga YouTubarnas beteende, de fick positiva kommentarer när de betedde sig på ett liknande sätt som YOGSCAST Hannah. En kvinna i spelbranschen som tar plats kan upplevas inkräkta på den "grabbiga" diskursen som finns. Spelbranschen har länge dominerats av män och även om det har börjat ske förändringar i branschen och kvinnor får vara med så kan detta tyda på att det finns en motsträvighet mot att kvinnor tar plats.

6.2 Förslag på vidare forskning

Resultatet av denna undersökning skulle kunna ses som en inledning till en större och mer omfattande studie om YouTubare som spelar och kommenterar tv- och dataspel. Förslagsvis skulle vidare forskning kunna undersöka fler YouTubare, fler YouTubevideor och fler kommentarer. Detta skulle ge ett större underlag att dra slutsatser från.

Till en början ville vi även i denna uppsats undersöka teman kring tittaresh kommentarer om YouTubarnas sexualitet och etnicitet. Med materialet vi har kunde vi inte urskilja något anmärkningsvärt om detta, men med annat material och andra frågeställningar som handlar mer om YouTubares identitet skulle detta kunna undersökas. Fler aspekter av genus skulle också kunna undersökas, exempelvis genom intervjuer med YouTubare eller personer som kommenterar YouTubevideor.

Källförteckning

Tryckta källor

Berglez, Peter. 2010. Kritisk diskursanalys. I Ekström, Mats. Larsson, Larsåke (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 265-288.

Boréus, Kristina. Bergström, Göran. 2012. Innehållsanalys. I Bergström, Göran. Boréus, Kristina (red.) *Textens mening och makt*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur, 49-90.

Börjesson, Mats. Palmblad, Eva. 2007. Introduktion. I Börjesson, Mats. och Palmblad, Eva (red.) *Diskursanalys i praktiken*. Stockholm: Liber AB, 7-28.

Connell, R.W. 2003. *Om genus*. Göteborg: Daidalos AB.

Duffett, Mark. 2013. *Understanding Fandom: an introduction to the study of media fan culture*. New York: Bloomsbury Academic.

Ekström, Mats. Larsson, Larsåke. 2010. Inledning. I Ekström Mats. och Larsson, Larsåke (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Fagerström, Linda, och Nilson, Maria. 2008. *Genus, medier och masskultur*. Malmö: Gleerups Utbildning AB.

Fairclough, Norman. 1995. *Media discourse*. London: Edward Arnold.

Falkheimer, Jesper. 2014. Att blanda metoder utan att blanda äpplen och päron. I Eksell, Jörgen. Thelander, Åsa. *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.

Fuchs, Christian. 2014. *Social media: a critical introduction*. London: SAGE Publications.

Hartman, Jan. 2004. *Vetenskapligt tänkande*. Lund: Studentlitteratur AB.

Jenkins, Henry. 2006. *Fans, bloggers and gamers*. New York: NYU Press.

Jenkins, Henry. 2012. *Konvergenskulturen: där gamla och nya medier kolliderar*. 2. uppl. Göteborg: Daidalos.

Jenkins, Henry. Ford, Sam. Green, Joshua. 2014. *Spridbar media: att skapa värde och mening i en nätverkad kultur*. Göteborg: Daidalos.

Karlsson, Michael. Strömbäck, Jesper. 2009. Freezing the flow of online news. Exploring approaches to the study of the liquidity of online news. *Journalism Studies*, iFirst Article, 1-18.

Larsson, Larsåke. 2010. Intervjuer. I Ekström, Mats. Larsson, Larsåke (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 53-86.

Lévy, Pierre. 1997. *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*. New York: Plenum Press.

Lindgren, Simon. 2012. 'It took me about half an hour, but I did it!' *Media circuits and affinity spaces around how-to videos on YouTube*. European Journal of Communication, 2012, Vol.27(2). 152-170.

MacDonald, Andrea. 1998. Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom & Computer Mediated Communication. I Harris, Cheryl. Alexander, Alison (red.) *Theorizing fandom: fans, subculture, and identity*. Cresskill: Hampton Press, Inc.

Madden, Amy. Ian, Ruthven. McMenemy, David. 2013. *A classification scheme for content analyses of YouTube video comments*. Journal of Documentation. Vol.69(5). 693-714.

Major, Lloyd. 2015. *Online Stars and the New Audience: How YouTube Creators Curate and Maintain Communities*. Ann Arbor: ProQuest LLC.

Nilsson, Åsa. 2010. Kvantitativ innehållsanalys. I Ekström, Mats. Larsson, Larsåke (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 119-152.

Sveningsson, Malin. The more the merrier!. I Sundén, Jenny. Sveningsson, Malin. *Gender and sexuality in online game cultures: passionate play*. 2012. London: Routledge. 38-59.

Sveningsson, Malin. The straight game. I Sundén, Jenny. Sveningsson, Malin. *Gender and sexuality in online game cultures: passionate play*. 2012. London: Routledge. 60-85.

Thurén, Torsten. 2007. *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2. uppl. Malmö: Liber AB.

Tollin, Katharina. Törnqvist, Maria. 2014. *Feminism i rörliga bilder*. 2. uppl. Stockholm: Liber.

Wasik, Bill. 2009. *And Then There's This: How Stories Live and Die in a Viral Culture*. New York: Viking. E-bok.

Winther Jørgensen, Marianne. Phillips, Louise. 2000. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Elektroniska källor

Ahlstrand, Love. 2015. Pewdiepie först att nå 10 miljarder visningar. *Dagens Nyheter*. 14 september.

<http://www.dn.se/ekonomi/pewdiepie-forst-att-na-10-miljarder-visningar/> (Hämtad 2016-01-22)

Ahlström, Kristofer. 2014. Kvinnoföraktet i spelbranschen är knappast något nytt. *Dagens Nyheter*. 16 oktober. <http://www.dn.se/spel/spel-hem/kvinnoforaktet-i-spelbranschen-ar-knappast-nagot-nytt/>

(Hämtad 2016-01-04)

Ault, Susanne. 2014. Survey: YouTube Stars More Popular Than Mainstream Celebs Among U.S. Teens. *Variety*. 5 augusti.

<https://variety.com/2014/digital/news/survey-youtube-stars-more-popular-than-mainstream-celebs-among-u-s-teens-1201275245/#comments>

Beck, Martin. 2015. YouTube Says Growth Is Still Strong Despite Push From Facebook. *Marketing Land*. 18 februari.

<http://marketingland.com/youtube-says-growth-still-strong-despite-push-facebook-118890>
(Hämtad 2016-02-04)

Bergin, Erik. 2014. Ännu få kvinnor i spelbranschen. *Svenska Dagbladet*. 29 december.

<http://www.svd.se/annu-fa-kvinnor-i-spelbranschen> (Hämtad 2016-02-05).

Google. 2016. *Visa och sortera kommentarer - YouTube Hjälp*. Google. (a)

<https://support.google.com/youtube/answer/6000976?hl=sv> (Hämtad 2016-02-08)

Google. 2016. *Konfigurera filter och standardvy för kommentarer - YouTube Hjälp*. Google. (b)

<https://support.google.com/youtube/answer/6109622> (Hämtad 2016-02-08)

iHasCupquake. 2015. *iHasCupquake - YouTube*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/iHasCupquake> (Hämtad 2016-01-29)

Kamen, Matt. 2015. Sony's horror Until Dawn was top YouTube game in August (Wired UK). *Wired UK*. 9 september.

<http://www.wired.co.uk/news/archive/2015-09/09/youtube-until-dawn-tops-trending-chart>
(Hämtad 2016-01-29)

KSIOlajidebtHD. 2015. *KSIOlajidebtHD - YouTube*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/KSIOlajidebtHD> (Hämtad 2016-01-29)

Maiberg, Emanuel. 2015. Why Horror Games Are More Fun to Watch Than Play. *Motherboard*. 30 oktober.

<http://motherboard.vice.com/read/why-horror-games-are-more-fun-to-watch-than-play> (Hämtad 2016-03-07)

McConnell, Fred. 2014. Let's Play – the YouTube phenomenon that's bigger than One Direction. *The Guardian*. 2 januari.

<http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/02/lets-play-youtube-pewdiepie-one-direction> (Hämtad 2016-01-29)

PewDiePie. 2015. *PewDiePie*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/PewDiePie> (Hämtad 2016-03-11)

Robertson, Adi. 2014. Trolls drive Anita Sarkeesian out of her house to prove misogyny doesn't exist. *The Verge*. 27 augusti.

<http://www.theverge.com/2014/8/27/6075179/anita-sarkeesian-says-she-was-driven-out-of-house-by-threats> (Hämtad 2016-01-22)

Supermassive Games. 2015. *Until Dawn*. Supermassive Games.

<http://www.supermassivegames.com/games/until-dawn> (Hämtad 2016-01-28)

SSSniperWolf. 2015. *SSSniperWolf*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/SSSniperWolf> (Hämtad 2016-01-29)

Stensell, Jessica. 2011. För få kvinnliga karaktärer i dataspelen. *Dagens Nyheter*. 1 december.

<http://www.dn.se/insidan/for-fa-kvinnliga-karakterer-i-dataspelen/> (Hämtad 2016-02-05)

ThatcherJoeGames. 2015. *ThatcherJoeGames*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/ThatcherJoeGames> (Hämtad 2016-01-29)

XpertThief. 2015. *XpertThief*. YouTube. (a)

<https://www.youtube.com/user/XpertThief> (Hämtad 2016-01-29)

YOGSCAST Hannah. 2015. *YOGSCAST Hannah*. YouTube. (a)
<https://www.youtube.com/user/yogscast2> (Hämtad 2016-01-29)

YouTube. 2015. *Statistik - YouTube*. YouTube.
<https://www.youtube.com/yt/press/sv/statistics.html> (Hämtad 2016-02-04)

YouTubeklipp

Feminist Frequency. 2013. Damsel in Distress: Part 1 - Tropes vs Women in Video Games.
https://youtu.be/X6p5AZp7r_Q (Hämtad 2015-01-28)

iHasCupquake. 2015. *ITS A TRAP - Until Dawn Ch 5*. YouTube. (b)
https://youtu.be/8XBJv_U0vQ8 (Hämtad 2016-01-29)

KSIOLajidebtHD. 2015. *HOLY CRAP | Until Dawn | Part 5*. YouTube. (b)
<https://youtu.be/RAtWPS5qeFs> (Hämtad 2016-01-29)

PewDiePie. 2016. *DRAWING TOGETHER WITH FANS!* YouTube. (b) <https://youtu.be/yRzjcY-SrRA> (Hämtad 2016-02-05)

SSSniperWolf. 2015. *UNTIL DAWN Let's Play #2 (Gameplay Walkthrough)!* YouTube. (b)
<https://youtu.be/dFCJhJp0fUw> (Hämtad 2016-01-29)

ThatcherJoeGames. 2015. *I THINK I'VE WET MYSELF | UNTIL DAWN #4*. YouTube. (b)
<https://youtu.be/87QqB6sX32s> (Hämtad 2016-01-29)

XpertThief. 2015. *Until Dawn #1 - WHO WILL SURVIVE?!* YouTube. (b)
<https://youtu.be/4VPkbNiJy1g> (Hämtad 2016-01-29)

YOGSCAST Hannah. 2015. *Until Dawn: #8 - Kidnapped!*. YouTube. (b)
<https://youtu.be/lpfSoCm4OHc> (Hämtad 2016-01-29)

Bilagor

Bilaga 1: Anvisningar till kodschema

1. Råd. Variabelvärdena är (1. Uppmuntrande 2. Nedvärderande 3. Neutral 4. Kommentaren ger inget råd).
 - a. Nämner kommentaren råd till YouTubaren om hur hen ska spela och på vilket sätt nämns det i så fall?
2. Spelande. Variabelvärdena är (1. Positiv 2. Negativ 3. Neutral 4. Kommenterar inte hur YouTubaren spelar).
 - a. Nämner kommentaren hur YouTubaren spelar och på vilket sätt nämns det i så fall?
3. Beteende. Variabelvärdena är (1. Positiv 2. Negativ 3. Neutral 4. Kommenterar inte beteende)
 - a. Nämner kommentaren något om hur YouTubaren är och beter sig i videon och på vilket sätt nämns det i så fall? Detta innefattar vad YouTubaren säger, hens ansiktsuttryck, hens sinnesstämning (humör, attityd) och hens fysiska rörelser.
4. Utseende. Variabelvärdena är (1. Positiv 2. Negativ 3. Neutral 4. Kommenterar inte YouTubarens utseende).
 - a. Nämner kommentaren YouTubarens utseende och på vilket sätt nämns det i så fall? Detta innefattar YouTubarens fysiska utseende inklusive smink, frisyr och vad hen har på sig.
5. YouTubaren som person. Variabelvärdena är (1. Positiv 2. Negativ 3. Neutral 4. Kommenterar inte YouTubaren som person)
 - a. Nämner kommentaren YouTubaren som person och/eller hens kanal och på vilket sätt i så fall? Detta innefattar allmänna åsikter om YouTubaren och/eller hens kanal.
6. Svar på positiv kommentar om YouTubaren. Variabelvärdena är (1. Håller med 2. Håller inte med 3. Neutral 4. Kommentaren är inte ett svar på en positiv kommentar).
 - a. Är kommentaren ett svar på en positiv kommentar om YouTubaren och på vilket sätt svarar kommentaren i så fall?

7. Svar på negativ kommentar om YouTubearen. Variabelvärdena är (1. Håller med 2. Håller inte med 3. Neutral 4. Kommentaren är inte ett svar på en negativ kommentar).
 - a. Är kommentaren ett svar på en negativ kommentar om YouTubearen och på vilket sätt svarar kommentaren det i så fall?
8. Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubearen? Variabelvärdena är (1. Positiv 2. Negativ 3. Neutral).
 - a. Är kommentaren i sin helhet positiv, negativ eller neutral gentemot YouTubearen?

Bilaga 2: Kodschema KSI OlajidebtHD

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	3
Nedvärderande	3
Neutral	2
Ger inte råd	92
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	0
Negativ	2
Neutral	4
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	94
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren beter sig i videon	
Positiv	20
Negativ	3
Neutral	12
Kommenterar inte beteende	65
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	0
Negativ	2
Neutral	16
Kommenterar inte utseende	82
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	19
Håller inte med	3
Neutral	4
Inget svar på positiv kommentar	74
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	1
Håller inte med	14
Neutral	4
Inget svar på negativ kommentar	81
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	18
Negativ	9
Neutral	12
Ingen kommentar om YouTubaren som person	61
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	45
Negativ	16
Neutral	39
	<i>n=100</i>

Bilaga 3: Kodschema iHasCupquake

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	1
Nedvärderande	0
Neutral	12
Ger inte råd	87
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	9
Negativ	10
Neutral	10
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	71
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren beter sig i videon	
Positiv	3
Negativ	2
Neutral	7
Kommenterar inte beteende	88
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	8
Negativ	1
Neutral	5
Kommenterar inte utseende	86
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	3
Håller inte med	0
Neutral	1
Inget svar på positiv kommentar	96
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	0
Håller inte med	16
Neutral	0
Inget svar på negativ kommentar	84
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	15
Negativ	5
Neutral	2
Ingen kommentar	78
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	37
Negativ	15
Neutral	48
	<i>n=100</i>

Bilaga 4: Kodschema SSSniperWolf

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	4
Nedvärderande	0
Neutral	3
Ger inte råd	93
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	1
Negativ	9
Neutral	7
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	83
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren beter sig i videon	
Positiv	6
Negativ	3
Neutral	8
Kommenterar inte beteende	83
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	0
Negativ	0
Neutral	0
Kommenterar inte utseende	100
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	0
Håller inte med	3
Neutral	0
Inget svar på positiv kommentar	97
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	4
Håller inte med	2
Neutral	2
Inget svar på negativ kommentar	92
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	34
Negativ	10
Neutral	11
Ingen kommentar	45
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	44
Negativ	19
Neutral	37
	<i>n=100</i>

Bilaga 5: Kodschema XpertThief

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	0
Nedvärderande	1
Neutral	6
Ger inte råd	93
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	0
Negativ	7
Neutral	8
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	85
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren beter sig i videon	
Positiv	5
Negativ	3
Neutral	6
Kommenterar inte beteende	86
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	0
Negativ	2
Neutral	1
Kommenterar inte utseende	97
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	1
Håller inte med	0
Neutral	0
Inget svar på positiv kommentar	99
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	1
Håller inte med	9
Neutral	1
Inget svar på negativ kommentar	89
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	26
Negativ	5
Neutral	19
Ingen kommentar	50
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	29
Negativ	19
Neutral	52
	<i>n=100</i>

Bilaga 6: Kodschema ThatcherJoeGames

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	0
Nedvärderande	0
Neutral	4
Ger inte råd	96
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	9
Negativ	15
Neutral	6
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	70
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubern beter sig i videon	
Positiv	31
Negativ	0
Neutral	6
Kommenterar inte beteende	63
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	3
Negativ	0
Neutral	3
Kommenterar inte utseende	94
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	25
Håller inte med	1
Neutral	0
Inget svar på positiv kommentar	74
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	1
Håller inte med	2
Neutral	1
Inget svar på negativ kommentar	96
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	20
Negativ	1
Neutral	0
Ingen kommentar	79
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	68
Negativ	15
Neutral	17
	<i>n=100</i>

Bilaga 7: Kodschema YOGSCAST Hannah

Råd till YouTubaren om hur hen ska spela	
Uppmuntrande	2
Nedvärderande	5
Neutral	11
Ger inte råd	82
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren spelar	
Positiv	5
Negativ	35
Neutral	12
Kommenterar inte hur YouTubaren spelar	48
	<i>n=100</i>
Kommentar om hur YouTubaren beter sig i videon	
Positiv	3
Negativ	16
Neutral	4
Kommenterar inte beteende	77
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubarens utseende	
Positiv	0
Negativ	0
Neutral	0
Kommenterar inte utseende	100
	<i>n=100</i>
Svar på positiv kommentar om YouTubaren	
Håller med	1
Håller inte med	2
Neutral	0
Inget svar på positiv kommentar	97
	<i>n=100</i>

Svar på negativ kommentar om YouTubaren	
Håller med	6
Håller inte med	13
Neutral	2
Inget svar på negativ kommentar	79
	<i>n=100</i>
Kommentar om YouTubaren som person och hens kanal	
Positiv	4
Negativ	1
Neutral	0
Ingen kommentar	95
	<i>n=100</i>
Vilken attityd har kommentaren gentemot YouTubaren?	
Positiv	14
Negativ	53
Neutral	33
	<i>n=100</i>