



Les 5 streamers les plus populaires de la planète

📺 E-SPORT

🕒 20 Avril 2019

👁 6 minutes, 43 secondes

Les streamers façonnent la jeunesse et sont aujourd’hui devenus de très gros influenceurs, courtisés par les marques et les éditeurs de jeux vidéo. Mais qui sont-ils vraiment? Focus sur les 5 profils les plus populaires de la planète.

Ninja



Ninja est le streamer le plus populaire de la planète.

Avec plus de 21 millions d’abonnés sur Youtube et 13 millions de followers sur Twitch, **Ninja** est probablement le streamer le plus connu de la plate-forme Twitch. Grand joueur de Battle Royale, il s’est principalement fait connaître pour ses exploits sur le jeu Fortnite.

Il a commencé à streamer en 2011 sur Justin.tv avant de passer sur Twitch. Il est passé par un grand nombre de Battle Royale, que ce soit H1Z1, PUBG, Fortnite et maintenant Apex Legends – pour lequel il aurait reçu 1 million de dollars de l’éditeur pour en faire la promo.

En mars 2018, il avait organisé une soirée sur Fortnite avec comme invités Drake, Travis Scott et Juju Smith-Schuster. Cette soirée avait battu tous les records d’audience sur un stream. Mais un mois plus tard, il va battre à nouveau ce record lors de son événement Ninja Vegas 2018. Lors de cette soirée, il y avait 667 000 téléspectateurs en direct. Grâce au streaming, il gagne aujourd’hui plus de 500 000\$ par mois.

Très investi dans les œuvres caritatives, Ninja a réuni 110 000\$ en février 2018 pour la Fondation américaine pour la prévention du suicide.

PewDiePie



Le youtubeur suédois PewDiePie s’est retrouvé au centre de multiples polémiques.

Du haut de ses 86 millions d’abonnés, **PewDiePie** est le plus gros youtubeur au monde. Il cumule pas moins de 20 milliards de vues sur sa chaîne. Spécialisé dans les jeux d’horreur, d’action et indépendants, il y apporte un ton humoristique qui lui a permis de se faire une place dans ce monde difficile. Ses vidéos sont en anglais mais il est possible d’avoir des sous-titres dans un bon nombre de langues, sa communauté étant internationale.

Mais l’aventure n’a pas toujours été rose pour PewDiePie. En effet, en 2017, il est plusieurs fois accusé de racisme. Tout d’abord lors d’une vidéo, il utilise le terme « nigger », une injure raciste. Ensuite, pour démontrer que le site *Fiverr* est ridicule, il paye deux indiens pour tenir une pancarte où il est écrit « mort à tous les juifs ». Il se défend lors d’un post sur Tumblr en justifiant ses propos ambigus par le fait qu’ils seraient sarcastiques. Mais le mal est fait, il perd beaucoup de ses sponsors, dont Disney.

Son actualité, c’est ce duel avec la chaîne T-series qui sévit depuis quelques semaines. Chaîne de clips musicaux, T-series n’est pas loin de dépasser PewDiePie en nombre d’abonnés. Sur Twitter, ses fans ont lancé le maintenant très célèbre « Subscribe to PewDiePie » qui a été repris par un certain nombre de grands noms de Youtube.

Ouvertement provocateur, le streamer suédois n’hésite pas à faire polémique et à se frotter aux autres streamers.

Shroud



Crédit : D.R

Deuxième streamer le plus populaire sur Twitch avec plus de 6 millions d'abonnés, Michael Grzesiek alias Shroud fait partie du top 5 des streamers les plus populaires au monde. Ce Polonais-Canadien de 24 ans s'est fait connaître sur CS:GO au début des années 2010. Il a intégré rapidement une équipe d'e-player professionnels, Cloud9. Après 4 ans dans l'équipe et dans la sphère professionnelle, le joueur se retire de la scène e-sport.

Il reste cependant très actif puisqu'il continue de jouer et de diffuser ses parties sur Twitch où il est suivi par pas moins de 6 millions d'internautes. Fin 2018, sa chaîne comptabilisait près de 97 millions d'heures de visionnage. Aujourd'hui, Shroud joue principalement sur PUBG où il a d'ailleurs été banni durant un mois après s'être associé avec un tricheur.

Sa chaîne YouTube compte 4 millions d'abonnés et plus de 400 milliards de vues. Une popularité qui lui a plutôt bien servi. Lors d'une opération chirurgicale, son médecin qui l'a reconnu a opté pour une incision sur le coude adaptée au sport du joueur, afin que celui-ci puisse parfaitement se positionner pour jouer.

Gotaga



Crédit : Maxime Beau/Red Bull

Les Américains ne sont pas les seuls à être très populaires sur la scène du stream, nos voisins français comptent aussi quelques stars, notamment Gotaga qui vient d’être élu streamer le plus populaire au monde par la chaîne de télévision sportive américaine ESPN, grâce à la mobilisation de ses fans. Il succède ainsi à Ninja et est le premier Européen à gagner ce titre.

Ce français de 25 ans s’est d’abord fait connaître grâce à ses vidéos gaming sur la série des Call of Duty. Il s’est d’ailleurs professionnalisé sur cette série et a remporté de nombreuses compétitions en France et à l’internationale. Il est qualifié depuis de “The French Monster”. Aujourd’hui, il joue principalement à Fortnite et partage ses parties sur Twitch, ainsi que sur sa chaîne YouTube qu’il tient depuis 2008.

En parallèle de ses nombreuses victoires d’e-sport – il est le français qui a remporté le plus de titres sur la saga des Call of Duty -, Gotaga s’est fait connaître à l’internationale grâce, notamment, à une compétition e-sport sur Fortnite organisée en marge de l’E3 durant laquelle il a éliminé le mastodonte Ninja.

En 2013, il fonde avec deux autres streamers le club d’e-sport Team Vitality, très connu en France ainsi qu’à l’étranger. Aujourd’hui, il fait partie des streamers les plus populaires du monde, la preuve en est la mobilisation de sa communauté pour lui faire gagner ce titre.

Sa chaîne YouTube comptabilise plus de 3,3 millions d’abonnés et 470 milliards de vues. Quant à sa chaîne Twitch, Gotaga est suivi par 1 600 000 personnes. Il coanime plusieurs émissions, notamment le Masterkill qui est suivi par de très nombreux internautes.

Summit1g



Il est le plus âgé de ce classement, Summit1g alias Jaryd Russell Lazar est un Américain de 31 ans qui s’est fait connaître sur Twitch grâce à ses parties gaming sur CS:GO. Contrairement à d’autres, il n’a pas spécialement gagné de compétition d’e-sport durant sa carrière de joueur professionnel, il n’en est pas moins très populaire sur la scène de stream.

Sa chaîne Twitch compte plus de 3,8 millions d’abonnés, alors que sa chaîne YouTube n’en dénombre de 500.000 et 85 milliards de vues.

Au fil des années, il a réussi à se constituer une communauté soudée. Certains lui font même de dons – une pratique courante sur Twitch – et lui adressent des messages. Lors d’une partie, un internaute lui a envoyé une somme importante indiquant qu’il passait une mauvaise nuit. Un geste qui sonnait comme un appel à l’aide pour le streamer qui a tenté de résonner la personne afin d’éviter qu’elle ne fasse de bêtises.

Il a conclu son message en insistant sur le fait que sa chaîne était un espace sécurisé où tous ceux qui souhaitaient passer un bon moment loin des problèmes du quotidien pouvaient se retrouver pour se changer les idées.

En définitif, comme les stars et idoles traditionnelles, les streamers semblent avoir une influence toute particulière sur leurs adorateurs, qu’elle soit commerciale ou affective. Malheureusement, les risques liés à la popularité sont les mêmes, Summit1g a reçu plusieurs menaces de mort lors de stream.

Dossier: Streamers : un métier

- [Comment Twitch est en train de renverser Youtube](#)
- [Streamer : la recette du succès](#)
- [Les 5 streamers les plus populaires de Belgique](#)
- [Comment les streamers gagnent leur vie](#)
- [10 chiffres fous sur le streaming de jeux](#)



Qui sont les streameurs et streameuses les plus riches de Twitch ?

Par DAVID-JULIEN RAHMIL - Le 20 novembre 2020

© Pokimane via YouTube

Accueil > Médias mutants > TV et nouvelles images > Qui sont les streameurs et streameuses les plus riches de Twitch ?

Sur Twitch, les streameurs les plus fortunés ne sont pas ceux qui ont le plus de followers, mais plutôt ceux qui peuvent cumuler le plus d'heures visionnées afin d'y placer de la publicité.

À l'aide des données de Twitch et d'applications tripartites, le site *Saving Spot* est en mesure de donner un classement des streamers qui ont gagné le plus d'argent en 2020. Sans surprise (malheureusement), le top 20 des joueurs professionnels les plus riches est entièrement composé d'hommes ce qui a obligé le site à opérer à deux classements : un masculin et l'autre féminin.

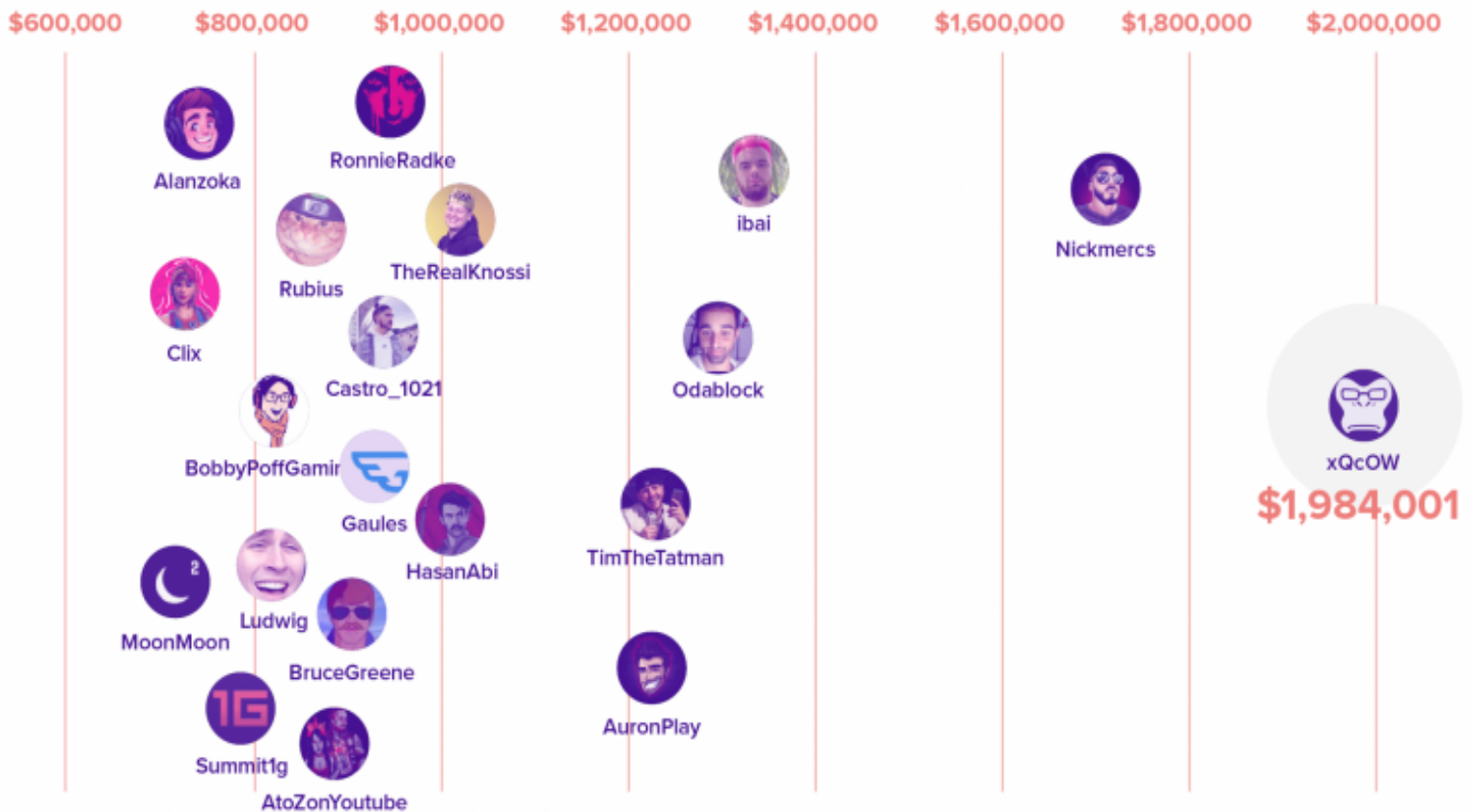
Ce top permet aussi de mieux comprendre le système économique de Twitch. D'après *Saving Spot*, **ce sont les revenus publicitaires qui rapportent le plus d'argent aux streameurs de ce niveau.** On peut aussi noter que l'argent accumulé dans l'année n'est pas corrélé au nombre d'abonnés, mais plutôt au nombre d'heures de live visionnées et au nombre de personnes qui y assistent. Ainsi xQcOW qui a près de 4 millions de

followers gagne presque trois fois plus que Pokiman alors que cette dernière a plus de 6 millions de followers.

THE HIGHEST PAID TWITCH STREAMERS IN THE WORLD

xQcOW earns an incredible **\$1,984,001** a year, more than any other Twitch streamer. This is largely due to his high viewership numbers and ad revenue.

ESTIMATED YEARLY EARNINGS FROM TWITCH



SOURCES: Twitch, Twitchtracker, TwitchStats and TwitchMetrics. Data collected in October 2020. For the full research behind this map, visit bit.ly/RichestTwitchStreamers



This image is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License - www.creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

SavingSpot

Classement masculin

1. xQcOW 1,98 million de dollars

Nombre de followers sur Twitch : 4,16 millions

Récemment banni de Twitch pour avoir triché, ce joueur québécois, ancien joueur

professionnel sur Overwatch, a gagné le titre de streamer le plus regardé de la plateforme.

[Sa chaîne.](#)

2. NICKMERCS 1,73 million de dollars

Nombre de followers sur Twitch : 4,59 millions

Ancien grand rival de Ninja (l'ancienne grande star de Twitch) connu pour son langage fleuri, ce streamer est dorénavant spécialiste des tournois de fortnite.

[Sa chaîne.](#)

3. ibai 1,37 million de dollars

Nombre de followers sur Twitch : 3,64 millions

Ce joueur espagnol est spécialisé dans les titres League of Legends et le jeu de foot Fifa.

[Sa chaîne.](#)

4. Odablock 1,29 million de dollars

Nombre de followers sur Twitch : 155 816

Inscrit en 2017, ce streamer est l'étoile montante de la plateforme. C'est moins son jeu que son débit de parole hystérique et son humour qui attirent son public de plus en plus nombreux.

[Sa chaîne.](#)

5. TimTheTatman 1,21 million de dollars

Nombre de followers sur Twitch : 5,767 millions

Présent sur Twitch depuis 2012, ce streamer participe aussi à des levées de fond pour des opérations caritatives.

[Sa chaîne.](#)

Classement féminin

1. Pokimane 550 mille dollars

Nombre de followers sur Twitch : 6,399 millions

Connue sur League of Legends et Fortnite, la jeune femme d'origine marocaine offre des streams longs avec une ambiance décontractée et enjouée.

Sa chaîne.

2. Amouranth 384 mille dollars

Nombre de followers sur Twitch : 1, 781 million

Bannie trois fois de Twitch pour ses cosplays plutôt osés, cette streameuse est réputée pour jouer de ses charmes afin d'attirer son public. Une attitude parfois controversée sur la plateforme.

Sa chaîne.

3. LilyPichu 339 mille dollars

Nombre de followers sur Twitch : 1,697 million

Musicienne et artiste, LilyPichu joue aussi aux jeux vidéo quand elle ne fait pas de l'animation qu'elle diffuse ensuite sur YouTube.

Sa chaîne.

4. ItsHafu 121 mille dollars

Nombre de followers sur Twitch : 1,011 million

Spécialisée sur les jeux Minscraft et Among Us, cette streameuse s'est fait connaitre dans des matchs de Hearthstone, un jeu de cartes stratégique.

Sa chaîne.

5. DizzyKitten 115 mille dollars

Nombre de followers sur Twitch : 632 mille

En plus de ses parties d'apex Dragon, cette strealeuse est une spécialiste de l'ASMR et des sessions de discussion avec sa communauté.

Sa chaîne.

Twitch, Mixer, YouTube... La guerre du streaming vidéo est lancée

Créée en 2011, la plate-forme de streaming vidéo Twitch bat tous les records d'audience. Propriété d'Amazon depuis 2014, elle fait face à une concurrence exacerbée de la part de Mixer (Microsoft), YouTube (Google), et dans une moindre mesure Facebook Gaming.

FABRICE DEBLOCK

PUBLIÉ LE 21 NOVEMBRE 2019 À 07H00

JEUX VIDEO, STREAMING, TWITCH

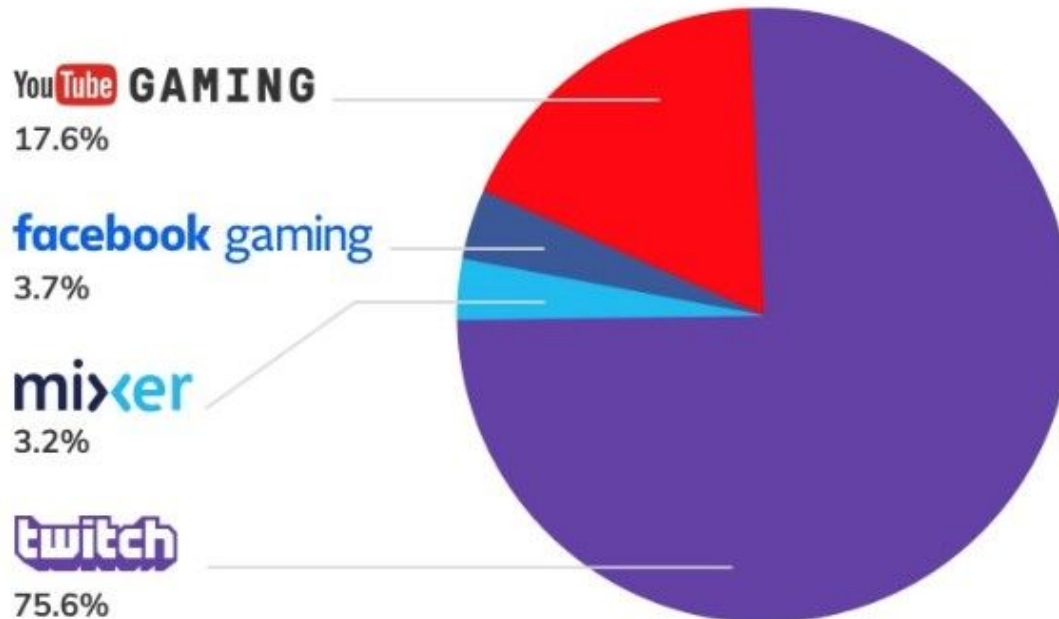


Twitch, Mixer, YouTube... La guerre du streaming vidéo est lancée

© Gage Skidmore - CC BY-SA 2.0

Twitch est la plate-forme de tous les superlatifs. Acquis par [Amazon](#) en 2014 pour 970 millions de dollars, elle bénéficie depuis son lancement de la prime au premier entrant, dominant un marché de la diffusion de vidéo en direct qu'elle a elle-même créé. L'an dernier, près de 10 milliards d'heures de vidéo y ont été visionnées.

La comparaison entre Twitch et les autres acteurs du streaming vidéo est sans appel. En parts de marché, Twitch s'adjuge plus des trois quarts du gâteau, selon les chiffres de StreamElements (éditeur d'un logiciel utilisé par les streamers, ces joueurs qui se filment en train de jouer et diffusent, en direct, leur partie) et d'Arsenal, une plate-forme d'analytics spécialisée dans le streaming :



Source : StreamElements / Arsenal - 3e trimestre 2019

Un gâteau qui représentait, au 3e trimestre de l'année en cours, quelque 3,38 milliards d'heures visionnées, réparties de la manière suivante :

Nombre d'heures visionnées dans le monde au 3e trimestre 2019	
Twitch	2,56 milliards
YouTube Gaming	595 millions
Facebook Gaming	124 millions
Mixer	107 millions
TOTAL	3,38 milliards

Source : StreamElements / Arsenal - 3e trimestre 2019

DES CONCURRENTS DE PLUS EN PLUS AGRESSIFS, MIXER EN TÊTE

Malgré la domination de Twitch, la résistance s'organise. Pour faire croître leur nombre d'utilisateurs, leur nombre d'heures de vidéos vues et leur nombre de chaînes, deux plates-formes ont été particulièrement agressives ces derniers mois : Mixer et YouTube Gaming.

Mixer, tout d'abord. L'entreprise, créée début 2016, a été rachetée par Microsoft huit mois seulement après son lancement. Directement intégrée à Windows 10 et à la Xbox One, elle propose, tout comme Twitch, de nombreuses fonctionnalités permettant l'interactivité entre les streamers et les viewers (spectateurs). Elle permet également aux viewers, grâce à la fonctionnalité MixPlay, d'intervenir dans certains jeux, soit en aidant le streamer, soit en lui compliquant la tâche.

Au début du mois d'août dernier, Mixer a réussi ce qui semblait impossible jusqu'alors : attirer le plus gros streamer de Twitch, Tyler Blevins, alias "Ninja", suivi par 14 millions d'abonnés et expert du jeu Fortnite. Trois mois plus tard, c'est une autre grosse pointure de Twitch qui a cédé aux sirènes de Microsoft : Michael Grzesiek, alias "Shroud", riche de 7 millions de followers et spécialiste du jeu "Counter-Strike : Global Offensive". Et début novembre, un troisième transfuge, Cory Michael, alias "King Gothalion", fort d'un million d'abonnés, a lui aussi annoncé la signature d'un contrat d'exclusivité avec Mixer.

MERCATO DES STREAMERS : YOUTUBE ACTIF, FACEBOOK ABSENT

YouTube, qui a tenté de créer dès 2015 une plate-forme dédiée au gaming (YouTube Gaming), pour finalement abandonner le projet en mai 2019, n'est pas resté les bras ballants. La filiale de [Google](#) a participé au "grand mercato" des streamers en faisant

migrer depuis Twitch deux autres experts du jeu Fortnite : Jack Dunlop, alias "CouRage", suivi par 2 millions d'utilisateurs, et l'Australien Lachlan Power, alias "Lachlan", fort d'un million de followers.

De son côté, Facebook reste très discret, s'employant plutôt à développer sa plateforme Facebook Gaming, lancée un an auparavant et qui a totalisé 124 millions d'heures visionnées dans le monde au 3e trimestre 2019, selon les chiffres de StreamElements / Arsenal.

QUELLE STRATÉGIE À LONG TERME POUR MIXER ?

Cette guerre des tranchées a eu des effets positifs pour Mixer. L'arrivée de Ninja début août a donné un coup de projecteur sans précédent sur la plate-forme. Les effets ont été immédiats : une multiplication par trois du nombre d'heures streamées entre le 2e et le 3e trimestre 2019, passant de 11,3 à 32,6 millions d'heures vues en live, ainsi qu'une explosion du nombre de chaînes sur la même période (3,92 millions de chaînes au 3e trimestre contre 1,96 million au 2e trimestre), selon les chiffres de Streamlabs (un autre éditeur de logiciel utilisé par les streamers, racheté par Logitech en septembre dernier) et de Newzoo (cabinet d'études spécialisé dans le jeu, l'e-sport et le mobile).

Ces chiffres signifient que l'arrivée de Ninja a attiré de nombreux streamers dans son sillage, que ces derniers ont créé une ou plusieurs chaînes et qu'ils y ont streamé. Néanmoins, au global, Ninja n'a pas eu d'effet sur le nombre total d'heures vues, ce dernier ayant même subi une baisse de 10,6% au troisième trimestre par rapport au trimestre précédent, toujours selon les chiffres Streamlabs / Newzoo.

"En débauchant Ninja, Shroud et Gothalion, Mixer a adopté une stratégie très violente mais qui était la seule qui soit réellement visible. Les résultats sur les audiences ne seront pas immédiats. Microsoft est dans une logique de brand awareness plutôt que dans une stratégie de conquête d'audience. Faire connaître Mixer au plus grand nombre est important car, quand les prochaines Xbox sortiront, elles intégreront Mixer. Il sera alors important que les joueurs sachent de quoi il s'agit", déclare Romain Tixier, président de l'agence lyonnaise Esport Strategy mais aussi fondateur associé de l'agence londonienne Yokotu.

DÉPART DE NINJA : QUELS EFFETS SUR LES PERFORMANCES DE TWITCH ?

Twitch a-t-il, de son côté, été ébranlé par les départs successifs de ces streamers stars ? Les chiffres du 3e trimestre 2019 (période de juillet à septembre), qui ne tiennent compte que du départ de Ninja début août, montrent au contraire une hausse de 4,57% des heures vues par rapport au trimestre précédent, passant de 2,44 à 2,55 milliards d'heures (Source : Streamlabs / Newzoo).

"Les utilisateurs de Twitch, les 'viewers', ont leurs habitudes sur la plateforme, leurs abonnements. Avec Amazon Prime, ils bénéficient en outre de Twitch Prime, ce qui leur permet de s'abonner gratuitement à leur streamer préféré. Il est donc difficile de les faire quitter du jour au lendemain le navire", ajoute Romain Tixier.

ET YOUTUBE DANS TOUT CELA ?

Dans cette guerre à couteaux tirés, YouTube semble, lui aussi, tirer son épingle du jeu. Proposant historiquement moins de live et d'interactivité que ses concurrents directs, la plate-forme de Google s'est jusqu'à présent positionnée comme l'endroit où uploader les replays des "lives" enregistrés ailleurs. Quelques mois avant son départ vers Mixer, Tyler Blevins ("Ninja") comptait par exemple – en plus de ses 14 millions d'abonnés sur Twitch – près de 22 millions d'abonnés sur YouTube.

"Sur le marché du live et du gaming, Twitch domine largement YouTube Gaming. Mais si l'on change d'échelle et que l'on regarde les chiffres globaux de la VOD, le rapport de force s'inverse au profit de YouTube, dans un rapport de 1 à 100. Même s'il a raté le lancement de YouTube Gaming, YouTube est en train de développer le live pour tous ses influenceurs, ce qui aura – à un moment donné – un impact sur le gaming", analyse Romain Tixier.

Un avis partagé par Frédéric Gau, CEO de l'agence Gozulting. *"Malgré sa situation de quasi-monopole dans le domaine de la VOD, YouTube ne parvient pas à s'imposer dans le gaming pour le moment. En débauchant des streamers de Twitch, sa stratégie est construite sur le long terme. On peut d'ailleurs faire un parallèle avec le récent lancement de Stadia. Dès que l'usage du cloud gaming sera largement adopté, Google mettra le coup d'accélérateur nécessaire pour prendre position de manière durable sur ce segment".*

FABRICE DEBLOCK

YouTubers, Twitch streamers are opening up about serious burnout, personal struggles

It's not an easy job

By [Julia Alexander](#) | Jan 18, 2018, 12:45pm EST



Hila (L) and Ethan Klein. | YouTube/H3H3

Multiple high-level, professional YouTubers and Twitch streamers have come out in the past few weeks to talk about an important aspect of their careers and mental health: burnout.

Burnout in the Twitch and YouTube community isn't new. Twitch introduced classes and seminars with casters in 2015 to help them improve their content and learn how to apply time management skills to their broadcasting schedules. In 2014, [Fast Company](#) noted that a “creator exodus” was potentially on the horizon at YouTube, as video personalities faced overwhelming

burnout by trying to keep up with the punishing pace the company inadvertently set for its creators.

Olga Kay, a popular YouTuber at the time, told Fast Company that she rarely left her apartment because of the schedule she felt like she had to maintain in order to stay relevant.

“Sometimes it stresses me out more because I know I have to come back,” Kay said. “If I’m taking time off, and it’s a lot of time off, I have to come back and work twice as hard.”

“SOMETIMES IT STRESSES ME OUT MORE BECAUSE I KNOW I HAVE TO COME BACK”

In recent weeks, creators like PewDiePie, H3H3’s Ethan Klein and Twitch’s Lirik have talked about the challenges they face because of mental health issues and burnout. Trying to produce daily content while also balancing anxiety and depression was difficult, they said in videos and on Twitter.

“I just don’t feel entertaining anymore and don’t really know why people continue to watch,” [Lirik said](#) earlier this month. “It’s like going on stage every fucking day and not knowing what to say anymore because you are out of material.”

[He added](#), “Sorry, just need time off the internet. Gets tiring, mentally, living in meme land every day. Trying to figure out my next steps in life, change my habits, discover my goals, and ultimately find what the point is.”

Katrina Gay, national director for strategic partnerships at the National Alliance on Mental Illness, told Polygon that burnout of this nature is common in industries where stars feel like they have to be on top of their game all the time. Trying to put on a persona and entertain when they no longer enjoy it, Gay said, leads to resentment for their jobs and the industry — and inevitably, to walking away.

“Making sure that you stay balanced is essential,” Gay said. “That means the demand of work life is something you need to be aware of. You have to really make sure you can’t allocate yourself in one particular area. There’s a lot of pressure and expectation, and stress is something that you have to manage carefully. You have to learn how to navigate that, how to step away — put limits on it — so you can put more effort into other areas of your life.”

This is an important part of a YouTuber or streamer's career, and PewDiePie discussed it at length in a recent video. He said he's noticed more entertainers talking about how they're no longer fulfilled by what they're doing, but feel a pressure, like he once did, to continue putting out content they think the audience wants. For PewDiePie, that meant playing a video game he wasn't enjoying, but pretending like he did so his audience would be happy.

"The problem with being a YouTuber or an online entertainer is that you constantly have to outdo yourself," PewDiePie said. "I think a lot of people get swept up in that ... that they have to keep outdoing themselves, and I think it's a good reflection of what happened with Logan Paul. I don't think Logan is necessarily a bad person; I just think he really got caught up in that idea that he has to keep pushing himself to get those numbers.

"If you make videos every single day, it's really tough to keep people interested, and keep them coming back."

"THE PROBLEM WITH BEING A YOUTUBER OR AN ONLINE ENTERTAINER IS THAT YOU CONSTANTLY HAVE TO OUTDO YOURSELF"

There's no question that YouTubers and streamers are trying to outdo themselves in an effort to remain competitive and relevant in a field of millions. Gay told Polygon that online entertainers have proved time and time again that it's not a matter of whether they can physically do it, but how much of a toll that will take on their mental health. Eventually, they make poor judgment calls and suffer from burnout.

"They're perfectly talented and equipped for their jobs," Gay said. "But these are demanding, absorbing roles they're taking on every single day. I think it's important to be mindful of that. We have to remember it's up to us to set our limits, not for someone else to tell us what we can and can't do."

The demand from viewers, the constant pressure of needing to perform, is an internal battle that just about every streamer deals with. Lirik [published a lengthy post](#) on his subreddit talking about his decision to step away from streaming, and mentioned the complaints he often gets from people in his own community who belittle him for needing to take a break. Lirik said that

streaming takes up more of your life than just the on-camera time, because there's a lot of behind-the-scenes work that goes into a Twitch career.

"It burnt me the fuck out," he said. "I have gone from chilling and kicking the shit with you guys to being self conscious of myself not being entertaining or up to the standards of other communities. Almost like I needed to constantly defend what I built. It made me sour. It also made me realize that I needed a break and more focus on my life. As much as I like streaming, it is all I do. Before you say you only stream 6-7 hours a day ... streaming isn't just an on-air job. Like, be realistic here people. It is lirikFR lirik here, not fucking *Game of Thrones* HBO production staff."

The best thing entertainers can do when they begin to feel this way, Gay told Polygon, is to know when to take a break and focus on other aspects of life that aren't related to constantly being "on" in front of an audience. Often, the time off eventually produces returns for entertainers, helping them rediscover why they wanted to get involved with YouTube and Twitch in the first place; Klein, who took a break from H3H3, is a good example.

"I was so focused on YouTube [and] making videos, it was the core of my existence," Klein said, "and I had put on blinders to everything else that was important — doing anything that wasn't working, stuff like that, not hanging out with my friends or family. I started realizing toward the end of last year that I had become a worse person all of a sudden.

"Part of healing for me is coming back ... and doing it in a healthy way, a more fulfilling way."

That self-realization is an important part of recovering from major burnout, Gay said, and it's something that people need to learn for themselves. This is especially true for streamers and YouTubers, who don't have bosses telling them when they should be working and when they should be resting.

"No one tells you how many hours you should be working," Gay said. "You have to discover that for yourself. Maybe it's after the fact, when you've realized, 'I've overdone it and I'm not as healthy as I should be.' You have to pause. The process of learning how to do that and when to do it is tough, but necessary. When people are learning to do that right in front of you, like YouTube, it's modeling healthy behavior for an entire community."