



LET'S PLAY, PARTICIPATE, TRANSFORM

TRANSFORMATIEVE GEBRUIKERSPRODUCTIE IN LET'S PLAY VIDEO'S

Bachelor eindwerkstuk
Jasmijn Missler 4026365
Taal- en Cultuurstudies
Jasper van Vught
Blok 2 | januari 2016

Abstract

Let's Play (LP) video's, die gameplay vastleggen en voorzien zijn van commentaar door spelers, krijgen door hun online populariteit meer erkenning vanuit de game-industrie. Enerzijds vormt het potentieel onrechtmatige gebruik van games als auteursrechtelijk materiaal een bedreiging, anderzijds kan het waardevolle publiciteit opleveren. De speler als consument creëert met LP een zelfstandig mediaproduct dat een game weliswaar tentoon stelt, maar tegelijkertijd op eigenzinnige wijze hervormt. Dit roept op tot een herziening van de traditionele verhouding tussen producent en consument, omdat de speler zelf media produceert in een uiting van gebruikersparticipatie. Deze studie tracht een antwoord te vinden op de vraag hoe LP video's beschouwd kunnen worden als transformatieve gebruikersproducties. Een tekstuele analyse met politiek-economisch perspectief zal uitwijzen hoe het bronmateriaal een transformatie ondergaat in door spelers gemaakte LP video's. Er wordt geconcludeerd dat transformatie plaatsvindt door een kritische, publiekelijke evaluatie van gameteksten met invloed op een discours enerzijds, en hercontextualisering ter narratieve hervorming anderzijds. De LPers treden zodoende op de voorgrond als kritische commentator of humoristische verteller in een geconstrueerd of gemonteerd beeld, waardoor het originele bronmateriaal naar de achtergrond verdwijnt. Met toegang tot en kennis van digitale software, creëren de makers nieuwe culturele producten, waardoor zij het technologische en culturele circuit van mediaproductie betreden. Door te wijzen op het bestaan van creatieve gebruikersactiviteit, kan dit onderzoek dienen als reactie op de devaluatie van de actieve gebruiker van nieuwe media ten opzichte van de commerciële industrie. Tevens kunnen de resultaten licht schijnen op de discussie omtrent het gebruik van auteursrechtelijk materiaal in LP video's en soortgelijke gebruikersproducties.

Inhoudsopgave

Inleiding	4
I Theoretisch kader	8
1.1 <i>Let's Play</i>	8
1.2 <i>Let's Participate</i>	9
1.3 <i>Let's Transform</i>	11
2 Methode	14
3 Let's Play als transformatieve gebruikersproductie	16
3.1 <i>Digitale remix en narratieve hervorming: Felix Kjellberg</i>	16
3.2 <i>Recensie en publiekelijke evaluatie: John Bain</i>	19
3.3 <i>Hypermediacy in een hybridevorm: Fraser Agar</i>	21
4 Conclusie	24
Bibliografie	26

Inleiding

“Streaming channels have literally changed our industry as fans have become leading influencers with their honest, absurd, and sometimes colorful takes on the games we all love,” spreekt CEO van Sony Computer Entertainment America tijdens de Game Awards 2015 (The Game Awards 2015b). De jaarlijkse awardshow reikt, naast diverse onderscheidingen voor prestaties van producenten binnen de game-industrie, een prijs uit voor de zogenaamde Trending Gamer van het jaar. De categorie prijst invloedrijke gamers die bekend zijn geworden door videomateriaal van hun speelsessies online te delen.

Dergelijke video's, die gameplay vastleggen en voorzien zijn van commentaar, staan ook wel bekend als Let's Play (LP) video's. LP is een interessant fenomeen dat verschillende verschijningsvormen en doeleinden kent. Zo kunnen de opnamen bijvoorbeeld functioneren als recensie en entertainment. James Newman beschrijft het als volgt: “[...] we see not only recorded gameplay footage but also hear the commentary of the LP player who narrates their performance thereby annotating their gameplay in real time” ([2004] 2013, 62). Doorgaans is de video bewerkt door de maker en betreft het een multimediale creatie, bestaande uit audio, stilstaande en bewegende beelden.

De verzamelplaats van LP video's betreft onder meer de video sharing website YouTube, waar het genre een grote populariteit geniet. Met meer dan 40 miljoen abonnees in 2015, heeft LPer Felix Kjellberg onder zijn alias 'Pewdiepie' het populairste YouTube-kanaal ooit (VidStatsX). Door zijn populariteit en hoge kijkersaantallen kan hij geld verdienen aan zijn video's, weliswaar 7,4 miljoen dollar in 2014 (Miller 2015). Thomas Hale heeft beschreven hoe LPers kunnen uitgroeien tot betaalde beroemdheden, onder meer door het cultiveren van een online persona en een grote hoeveelheid volgers (2013, 53).

De onderscheiding door de Game Awards is opmerkelijk, gezien de uitreiking veelal is gericht op prestaties van de industrie zelf, zoals Game of the Year en Developer of the Year (The Game Awards 2015a). De populariteit en winstgevendheid van sommige LPs leidt echter tot erkenning bij producenten, uitgevers en adverteerders. Enerzijds wordt LP gezien als onrechtmatig gebruik van auteursrechtelijk materiaal, door te leunen op games zijnde andermans intellectueel eigendom. Marktleider Nintendo staat bijvoorbeeld bekend om een strenge regelgeving omtrent het gebruik van hun werk in LP video's (Mejia 2013, 5). Anderzijds functioneert LP als publiciteit en potentiële reclame voor een spel, bijvoorbeeld voor relatief onbekende gametitels, waarbij de videomaker als woordvoerder kan worden gezien (Ligman 2011, 13; Hale 2013, 59; Menotti 2014, 91).

De prijs voor Trending Gamer wijst op de relevantie van LP voor de industrie waarbinnen digitale games zich bevinden. De eigenschappen van LP die de voorman van Sony verwoordt, suggereren een invloedrijke positie van consumenten ten opzichte van producenten binnen de game-industrie. De speler als consument creëert met LP een zelfstandig mediaproduct dat een game weliswaar tentoon stelt, maar deze tegelijkertijd op eigenzinnige wijze incorporeert. De makers treden buiten de formele gamestructuur om er een cultureel product mee te creëren, waarvan het bronmateriaal een transformatie ondergaat. Deze transformatie kan, zoals zal blijken, plaatsvinden door publiekelijke evaluatie als hervorming van een discours, evenals door hercontextualisering ter hervorming van het narratief. Dit roept op tot een herziening van de traditionele verhouding tussen consument en producent, doordat de consument in toenemende mate zelf media produceert.

De verhouding tussen producent en consument is een voornaam object van onderzoek binnen politiek-economische theorieën. Politieke economie grijpt terug op marxistische cultuurkritiek en 20^e-eeuws gedachtegoed van de Frankfurter Schule, die de consumptie van massaal geproduceerde culturele artefacten als onderdeel van de zogeheten cultuurindustrie aan de kaak stellen. Dit veld van onderzoek richt zich op media binnen een kapitalistische productiecontext en de bijbehorende gevolgen daarvan voor de productie (Mansell 2004, 4). Nieuwe media worden vanuit politiek-economische theorie dan ook beschouwd als manifestaties van een economische machtsstructuur.

In *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing* wordt een politiek-economische visie op de game-industrie gegeven, die de cyclus van productie en consumptie belicht. Binnen deze cyclus interacteren drie circuits met elkaar: het technologische, culturele en marketingcircuit (Kline, Dyer-Witthford en De Peuter 2003, 50). Het boek wijst op consumptie als belangrijk onderdeel van het productieproces, zoals gesteld in het werk van Karl Marx en nader betoogd door mediawetenschapper Nicholas Garnham (Kline, Dyer-Witthford en De Peuter 2003, 39). Bedrijven zijn als producenten namelijk afhankelijk van welwillende consumenten die in staat zijn hun product aan te schaffen, om vervolgens winst te kunnen maken en de cyclus te herhalen.

Echter heeft de consument, naast slechts welwillendheid en koopkracht, potentieel meer invloed op het productieproces. Zodoende is de consument in staat te participeren in de productie van media, bijvoorbeeld door *user-generated content* zoals zelfgemaakte LP video's te creëren. Termen als *producer* en *prosumer* wijzen op een verandering in de manier waarop consument en producent zich tot elkaar verhouden in een online omgeving, door de versmelting van consumptie en productie in gebruikersactiviteiten (Toffler 1980; Bruns 2007).

Mediawetenschapper Henry Jenkins introduceerde de term ‘participatiecultuur’ om te duiden op actieve gebruikersparticipatie online. De gebruiker van digitale media wordt dan ook een bepaalde machtspositie toegekend: “Audiences, empowered by these new technologies, occupying a space at the intersection between old and new media, are demanding the right to participate within the culture” (Jenkins 2006, 24). Jenkins ziet producent en consument als gelijkjer dan voorheen: beiden zijn participanten die op nieuwe manieren met elkaar interacteren. Jenkins definieert participatie dan ook als “[...] more open-ended, less under the control of media producers and more under the control of media consumers” (2006, 133).

Hoewel consumenten in toenemende mate participeren in mediaproductie, wijst Jenkins tegelijkertijd op de machtsconcentratie van commerciële mediabedrijven (2006, 17). Verschillende mediatheoretici stellen dat het culturele productieproces in de digitale tijd grotendeels in handen blijft van de industrie, en daarmee gedictieerd wordt door commerciële belangen (Mansell 2004; Schäfer 2011; Van Dijck 2009; Lohmann 2014). Bedrijven trachten mogelijkheden tot gebruikersparticipatie in hun verdienmodel te integreren, waardoor deze mogelijkheden tegelijkertijd worden beperkt. Een veronderstelde gebruikersrevolutie binnen digitale media moet dan ook genuanceerd worden begrepen. Deze studie legt zich toe op de machtsinvloed van de consument als gebruiker van nieuwe media, maar erkent tegelijkertijd de complexiteit van de machtsverhouding tussen producent en consument in het digitale tijdperk.

Dit onderzoek richt zich op de positie van de consument binnen het culturele productieproces in een digitaal medialandschap. Spelers die LP video’s creëren bevinden zich op een grensgebied tussen de traditionele consument en producent. Deze studie tracht LP te exploreren als uiting van gebruikersparticipatie bij wijze van transformatieve mediaproductie. De hoofdvraag luidt dan ook: hoe kunnen Let’s Play video’s beschouwd worden als transformatieve gebruikersproductie? Om deze overkoepelende vraag te beantwoorden, wordt allereerst de positie van de consument in het culturele productieproces bestudeerd, met zicht op de speler van videogames die tegelijkertijd optreedt als maker van LP video’s. In de beantwoording van deze vraag wordt LP als manifestatie van gebruikersparticipatie en zelfstandige mediaproductie bekeken. Tevens wordt bevraagd op wat voor manier LP video’s transformatieve producties zijn. Ofwel, wat zijn transformatieve aspecten van LP video’s? Met deze vraag wordt gepoogd inzicht te krijgen in hetgeen dat wordt veranderd dan wel toegevoegd aan de videogame als bestaande mediatekst in de zelfstandige mediaproductie.

De studie poogt bij te dragen aan het academisch veld dat zich buigt over de positie van de gebruiker van digitale media. Hoewel de actieve gebruikerspositie recentelijk wordt

gedeevalueerd ten opzichte van de commerciële industrie, wil dit onderzoek wijzen op het bestaan van creatieve gebruikersactiviteit, die plaatsvindt binnen de industriële marges. Auteurs zoals Mirko Schäfer en José van Dijck hebben het bestaan van opgelegde begrenzings door faciliterende bedrijven betoogd aan de hand van, bijvoorbeeld, verholen technologische algoritmen buiten het zicht van de gebruiker (Van Dijck 2009, Schäfer 2011). In het kader van LP zou de invloed van een platform zoals YouTube in de beperking van gebruikersactiviteiten bevestigd kunnen worden. Dit zal niet de focus vormen binnen deze studie, maar zou in een vervolgonderzoek verder uitgediept kunnen worden met betrekking tot LP en soortgelijke gebruikersproducties.

Dit onderzoek kan tevens bijdragen aan de discussie omtrent het gebruik van auteursrechtelijk materiaal in LP, door deze te bestuderen als zelfstandige transformatieve mediaproductie. Hale adresseert deze kwestie als volgt: “The issue of copyright and ownership of LP output is still fraught, since LP is, in essence, building one’s own content on the foundation of existing intellectual property” (2013, 59). LPs zijn dan ook gefundeerd op bestaande gameteksten, waarvoor Trending Gamer 2015 Greg Miller zijn dank betuigt: “Thank you for making games. [...] Thank you for your art and know that we are forever in your debt” (The Game Awards 2015b). Bedrijven hanteren in deze kwestie tegenovergestelde uiteinden van het spectrum, waarvan Nintendo de hardnekkige strijd tegen het gebruik van eigen werk representeert, terwijl minder bekende gameontwikkelaars LPs dankbaar zijn voor de publiciteit (Mejia 2013, 5). Deze studie van LP als potentieel transformatieve mediatekst kan mogelijk meer inzicht bieden in de manier waarop auteursrechtelijk materiaal ingebed wordt in de eigen creatie.

In de hierop volgende hoofdstukken worden allereerst theoretische grondslagen uiteengezet, waarna de methodiek wordt verantwoord en toegelicht, om tenslotte aan de hand van verschillende casussen het fenomeen LP te exploreren en tot een conclusie te komen.

Theoretisch kader

1 Dit hoofdstuk zet de theoretische fundamenten van dit onderzoek uiteen en fungeert als vertrekpunt in de studie naar de uiting van gebruikersparticipatie in de vorm van LP video's. Allereerst wordt LP als tekstueel media-object bekeken. Zodoende kan het verschijnsel LP nader worden gekarakteriseerd en gedefinieerd. In referentie naar het invloedrijke werk van Walter Benjamin en het eerder besproken werk van Jenkins, wordt gebruikersparticipatie in dergelijke media-uitingen begrepen in het licht van de verhouding tussen producent en consument. Tenslotte zullen ideeën over transformativiteit in gebruikerscreaties aan bod komen om transformatieve aspecten van LP inzichtelijk te maken.

1.1 | *Let's Play*

De titel "Let's Play" is oorspronkelijk afkomstig van het *Something Awful* internetforum, waar gebruikers hun spelervaringen delen bij wijze van tekst en screenshots (Ligman 2011; Smith, Obrist en Wright 2013; Hale 2013; Menotti 2014). Met de opkomst van laagdrempelige sharing websites zoals YouTube, nemen deze documentaties vorm in LP video's (Ligman 2011; Hale 2013). Een aanzienlijke hoeveelheid LPs wordt gearchiveerd in het *Let's Play Archive*, dat het fenomeen als volgt definieert:

LPs show a video game being played while the player talks about what they're doing in commentary with video, screenshots or both. Rarely some sections are done "off screen" or sped up, but in most cases the playthrough is a complete run of the game done in informative or humorous style so as to keep your attention (Let's Play Archive, 2015).

Hier wordt LP omschreven als documentatie van de volledige spelervaring door een speler die tegelijkertijd commentaar levert.

Bovenstaande definitie door het *Let's Play Archive* wijst op de informatieve dan wel humoristische stijl van een LP ter vermaak van de kijker. Dit komt overeen met de opvatting dat LP niet zozeer een competitief doel nastreeft, bijvoorbeeld door de capaciteit van de speler te tonen, maar met name draait om entertainment voor de kijker (Lowood 2006; Ligman 2011; Smith, Obrist en Wright 2013). Het vermaak van toeschouwers berust in LP video's op de performance van de speler als toegevoegde waarde, volgens Thomas Smith, Marianna Obrist en Peter Wright: "[...] enjoyment as a viewer comes from what the player/performer adds to the experience" (2013, 133).

In “From Jackasses to Superstars: A Case for the Study of ‘Let’s Play’” maakt Hale onderscheid tussen vroegtijdige en nieuwe LPs. Waar de traditionele LP volgens hem afstamt van het oorspronkelijke forum in simplisme en amateurisme, kent de nieuwe LP een professioneel karakter op online video sites. Dit professionalisme manifesteert zich onder meer in de videobewerking. De mate van videobewerking onderscheidt de vroegtijdige LP van de nieuwe, professionele LP: “The vast majority of early LPs were casual affairs, with minimal editing and several gameplay or commentary mistakes left intact” (Hale 2013, 22). Door hun video’s te bewerken, trachten de videomakers tevens een persoonlijke, unieke stijl te handhaven. Deze unieke stijl draagt bij aan de ontwikkeling van een herkenbaar online persona (Hale 2013, 53).

Hale verwijst in zijn betoog naar David Buckingham’s analyse van skateboardvideo’s, die als creatieve gebruikersproducties de differentiatie tussen amateuristische en professionele productie vermoeilijken: “Amateur practices overlap with the professional production and distribution of videos, to a point where the distinction itself becomes quite blurred” (Buckingham 2009, onder “Conclusion”). Hale beaamt deze observatie met betrekking tot LP, door de “[...] excessive amount of effort, research and even money invested in the projects by some LPers” (2013, 37). De productie van LP video’s door spelers kan dan ook in een context van gebruikersparticipatie worden geplaatst, waarbinnen de domeinen van consumptie en productie in elkaar overlopen. De volgende paragraaf zal hier verder op in gaan.

1.2 | *Let’s Participate*

De zojuist besproken opvattingen over LP als door spelers gecreëerde mediateksten, laten elementen van Jenkins’ participatiecultuur zien. Binnen deze participatiecultuur produceren fans zelfstandig mediateksten, waarbij de traditionele grens tussen producent en consument wordt overschreden: “Fandom blurs any clear-cut distinction between media producer and media spectator, since any spectator may potentially participate in the creation of new artworks” (Jenkins 1992, 246-247). Om kennis te nemen van de positie van de consument in het culturele productieproces, met betrekking tot de speler als maker van LP video’s, doet deze studie beroep op politiek-economische theorieën van nieuwe media.

In het eerder genoemde *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, wordt vanuit politiek-economisch perspectief een model aangedragen om de interactie tussen digitale technologie, cultuur en marketing te begrijpen. Allereerst wordt deze interactie geplaatst binnen het overkoepelende *circuit of capital*: het proces waarbinnen

bedrijven waren produceren, waarvan de consumptie en aankoop winst genereert, waardoor de cyclus kan worden herhaald (Kline, Dyer-Witthof en De Peuter 2003, 50). Media kunnen in dit circuit worden gezien als koopwaren (bijvoorbeeld games), evenals middel om andere koopwaren aan te prijzen, zoals andere media: “[...] it is important to note that media often serve as the means for marketing other media commodities [...]” (Kline, Dyer-Witthof en De Peuter 2003, 50).

Binnen deze kapitaalcyclus worden drie *circuits of interactivity* onderscheiden: cultuur, technologie en marketing (Kline, Dyer-Witthof en De Peuter 2003, 50). Het culturele circuit behelst de circulatie van culturele betekenis door de productie en consumptie van mediateksten. Van hieruit kan LP beschouwd worden als de productie van een mediatekst die bepaalde betekenissen construeert. De positie van LP als door spelers gemaakte mediateksten in het culturele circuit zal in de volgende paragraaf terugkomen, met betrekking tot transformativiteit.

Het marketingcircuit betreft zich op marktonderzoek, advertenties en branding, bedoeld om producten te verkopen en winst te maken. Hier kan de creatie van een online persona als te verkopen merk in LPs onder worden verstaan, hetgeen is gesteld door Hale (2013, 53). Mogelijke commerciële aspecten van LP worden niet zozeer uitgediept in deze studie, maar kunnen in toekomstig onderzoek beslist nader worden geëxploreerd.

Tenslotte omvat het technologiecircuit de digitale artefacten waar het productieproces op berust, zoals computersoftware. Kennis over deze technologie geeft men een bepaalde machtspositie, namelijk door de mogelijkheid om media te produceren. Filosoof Walter Benjamin beschrijft een verschuiving in de machtsverhouding tussen producent en consument met betrekking tot technologie in zijn essay *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility*.

Benjamin, behorend tot de denkers van de Frankfurter Schule, spreekt kritisch over de relatie tussen cultuur en technologie in het licht van massale technologische reproductie. Benjamin betoogt onder meer dat technologische reproductie culturele producten dichterbij de massa brengt. Daarbij wordt kennis over het culturele productieproces, dat berust op technologie, eigendom van het grote publiek. Zodoende verandert volgens Benjamin de relatie tussen de auteur en het publiek in de context van technologische ontwikkeling:

The distinction between author and public is about to lose its fundamental character. [...] At any moment, the reader is ready to become a writer. As an expert – which he has had to become in any case in a highly specialized work process, even if only in some minor capacity – the reader gains access to authorship (Benjamin 2008, 26).

Hier stelt Benjamin dat, omdat expertise een gemeenschappelijk goed is geworden, de lezer toegang krijgt tot auteurschap. Het publiek dat kennis heeft over op technologie gebaseerde productie kunnen we in de context van gebruikersproducties zoals LPs plaatsen, met oog op toegankelijke computersoftware waarmee zij hun video's creëren.

Jenkins wijst in zijn boek *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* op de toegankelijkheid van digitale mediaproductie door verlaagde productie- en distributiekosten, wat ertoe leidt dat, “[...] consumers take media into their own hands” (2006, 132). Als voorbeeld beschrijft hij door fans gemaakte films van hoogstaande kwaliteit. Omdat digitale technologie laagdrempelig is en bereikbaar wordt voor de massa, kunnen we herkennen wat Henry Lowood identificeert als “[...] community-based tools and content development,” wanneer hij de modificatie en appropriatie van gamesoftware door spelers bekijkt (2006, 26). In de casusanalyses zal naar voren komen hoe toegankelijke computersoftware, als onderdeel van het technologiecircuit en fundering van culturele productie, wordt ingezet in de creatie van LP video's, bijvoorbeeld voor video-opname en videobewerking.

Met behulp van massaal toegankelijke digitale tools zijn amateurs in staat hun eigen verhalen te vertellen en te participeren in zogeheten *Digital Storytelling*, bijvoorbeeld in YouTube video's, volgens mediawetenschapper Knut Lundby: “Digital Storytelling is a bottom-up activity. It is a ‘user-generated’ media practice. Digital Storytelling is performed by amateurs and not by media professionals. So-called ‘ordinary people’ develop the necessary competences to tell their own stories with new digital tools” (2008, 4). De volgende paragraaf zal dieper ingaan op het transformatieve karakter van gebruikersproducties zoals LPs, als onderdeel van hun positie binnen het culturele circuit.

1.3 | *Let's Transform*

Videogame players will know well that to fully understand videogaming, one needs to appreciate not only what the game is as a formal structure or mechanism but also what happens to it, what can be made with it, in the playing – how it is made real, transformed, used and abused. As such, the transformative practices and performances of play are a vital element of any game studies (Newman 2008, 12).

Newman betoogt in zijn boek *Playing with Videogames* de inbedding van videogames binnen een sociale en culturele context, in tegenstelling tot het idee dat games slechts formele objecten zijn die in isolement worden geconsumeerd. Hij wijst op creatieve gebruikersactiviteiten die onderdeel uitmaken van de sociale en culturele context die videogames omringt, en beschrijft

deze als “[...] highly productive activity that surrounds and supports gameplay, and the often unexpected [...] creative work of modifying, transforming, adapting, making sense of and understanding videogames” (Newman 2008, 13). In deze praktijken wordt het spel niet als een restrictieve structuur gezien die spelers beperkingen oplegt, maar als materiaal voor nieuwe creaties.

Deze opvatting vindt aansluiting bij het concept *transformative play* door gamedesigner en academicus Katie Salen. Zij beschrijft transformatief spel als het hergebruiken en wijzigen van de formele gamestructuur voor creatieve doeleinden:

When given the right tools, players will transgress the frame of the game in pursuit of alternate forms of expression. [...] The idea of transformative play offers a rich model for a collaborative design practice between game and players, suggesting that the model of player-as-transformer changes the tired question of "who is the designer," to a glorious "who isn't?" (Salen 2002, onder “FPS Monster Movies”).

Hierbij overschrijden spelers de formele spelstructuur om alternatieve uitingen te creëren. Salen noemt als voorbeeld de creatie van films door spelers, waarbij de gamewereld wordt hervormd voor alternatieve doeleinden en daarmee tot een culturele productie wordt gemaakt. De notie van transformatief spel zien we terug in LP, door alternatief gebruik van de gamewereld, waarmee LP video's als culturele producten worden gecreëerd, hetgeen buiten de grenzen van de game als formeel object plaatsvindt.

Hervorming van bronmateriaal in door fans geproduceerde werken wordt uitgebreid besproken in het werk van Jenkins. Hij beschouwt gebruikers van digitale media als *textual poachers* die culturele producten actief tot zich nemen en op basis hiervan nieuwe mediateksten produceren (Jenkins 1992). Als voorbeeld noemt hij eigenzinnige producties vanuit een fancultuur, zoals fanart in tekst- en videovorm. Jenkins ziet deze niet alleen als interpretatieve werken, maar tevens als originele en artistieke culturele artefacten: “[...] fan-generated texts cannot simply be interpreted as the material traces of interpretive acts but need to be understood within their own terms as cultural artifacts” (1992, 223). Zodoende kan het eigen genres genereren, evenals alternatieve wijzen van productie en distributie. Van hieruit kan LP begrepen worden als uit bronmateriaal ontsprongen mediatekst en artistiek cultureel artefact.

Dergelijke mediateksten door gebruikers, zoals LPs, kunnen het bronmateriaal hervormen op discursief en narratief niveau. Allereerst vindt hervorming plaats op discursief niveau, door invloed uit te oefenen op een discours. Door middel van fan-geproduceerde teksten, die online op grote schaal toegankelijk zijn, wordt volgens Newman bijgedragen aan

een “[...] community-authored set of meanings, readings and interpretations [...]” (2008, 13). Naast alternatieve betekenissen en interpretaties, kunnen deze gebruikersproducties volgens Newman een publiekelijke evaluatie bevatten. Door dit waardeoordeel bestaat een potentiële machtsinvloed ten opzichte van de industrie. De auteur geeft als voorbeeld de manier waarop uitgebrachte games in leven worden gehouden en worden gekoesterd in fan-creaties, in tegenstelling tot de vooruitgangdrang van de industrie (Newman 2008, 57). De casussen zullen illustreren hoe LPs kritisch commentaar op de industrie bevatten, bijvoorbeeld door waardeoordelen in een recensie, en daarmee het discours beïnvloeden.

Naast kritische evaluatie en de hervorming van een discours, kunnen gebruikersproducties narratief hervormend zijn. Zowel Newman als Jenkins wijzen op narratieve hervorming in gebruikersproducties (Jenkins 1992; Newman 2005). “Sometimes, images are borrowed from their original narrative context and made to tell fundamentally different stories [...],” stelt Jenkins in het licht van door fans gemaakte videoclips, die bestaande beelden in een nieuwe context plaatsen (1992, 227). De hercontextualisering van bronmateriaal als narratieve hervorming vindt onder meer plaats door videobewerking. De eerder genoemde Lundby spreekt over amateurs die met digitale middelen eigen verhalen vertellen binnen een digitale remixcultuur, bijvoorbeeld in YouTube video’s (2008, 3). Michele Knobel en Colin Lankshear definiëren digitale remix als combinatie en manipulatie van bestaand materiaal in een nieuwe creatie: “[...] the practice of taking cultural artefacts and combining and manipulating them into a new kind of creative blend” (2008, 1). Lundby stelt dat een dergelijke creatie berust op digitale middelen en nieuwe betekenissen kan creëren, door semiotische en narratieve hervorming. Semiotische hervorming vindt hierbij plaats op micro-niveau, en narratieve hervorming op meso-niveau (Lundby 2008, 10). De analyse zal uitwijzen hoe LPs met behulp van videobewerking het oorspronkelijke materiaal transformeren, evenals hoe hervorming op semiotisch en narratief niveau plaatsvindt in LPs, bijvoorbeeld door een dramatisch verhaal komisch te maken.

2

Methode

Om kennis te nemen van de positie van de consument in het culturele productieproces met betrekking tot LPs, wordt een politiek-economisch perspectief gehanteerd. In zijn artikel “Political economy, power and new media” stelt Robin Mansell dat media bij kunnen dragen aan de reproductie van ongelijke sociale omstandigheden (2004, 4). Dit onderzoek betreft zich dan ook op de machtsverdeling in het culturele productieproces, ofwel “[...] [the] examination of the circumstances that give rise to any given distribution of power and of the consequences for consumers [...]” (Mansell 2004, 5).

De politiek-economische benadering is hoofdzakelijk gericht op de productiecontexten waarin mediateksten tot stand komen, waardoor tekstuele elementen van mediaproducties buiten beeld dreigen te vallen. Echter bevatten deze elementen eveneens politieke betekenis en diverse lagen van representatie die analyse behoeven: “[...] textual representations are never innocent; instead, they are very closely connected to systems of power in society” (Kline, Dyer-Witthford en De Peuter 2003, 43).

Tekstuele analyse beschouwt een mediatekst, zoals een LP video, als een constructie die betekenissen bevat in representaties. Mediateksten worden dan ook gekarakteriseerd als “[...] literary and visual constructs [...]” (Brennen 2013, 17). Door middel van tekstuele analyse wordt een dergelijke constructie van betekenis in mediateksten achterhaald door taal in geschreven, gesproken en visuele vorm te analyseren.

Dit onderzoek wil een brug slaan tussen politiek-economische en tekstuele analyse door uiting te geven aan hetgeen waartoe theoretici Marjorie Ferguson en Peter Golding oproepen in *Cultural Studies in Question*, namelijk om media niet enkel als representatie, maar ook als culturele praktijk te analyseren, die zich laat verbinden door tekstuele en politiek-economische factoren (1997). Door zowel inhoudelijke tekstuele aspecten als kenmerken van politiek-economische machtsinvloeden te overwegen, poogt dit onderzoek voorbij te gaan aan een vorm van economisch determinisme.

Deze studie hanteert een politiek-economisch perspectief in een tekstuele analyse, door te onderzoeken hoe de positie van de consument als producent tot uiting komt in de tekstuele elementen van LP video's. Er is hierbij aandacht voor transformatieve aspecten die het bronmateriaal hervormen. Er wordt bekeken hoe de bestaande mediatekst, de game die wordt gespeeld, in de video wordt gepositioneerd en geappropriëerd.

Er worden drie verschillende YouTube LPs bestudeerd, elk van een andere maker, te weten een video van ‘Pewdiepie’, ‘TotalBiscuit’ en ‘farfromsubtle’. ‘Pewdiepie’ is met meer

dan 40 miljoen abonnees momenteel het populairste YouTube-kanaal allertijden (VidStatsX). ‘TotalBiscuit’ kent eveneens een hoog aantal abonnees en beschikt daarmee over een plek in de top 100 meest geabonneerde kanalen in de categorie ‘Games and Gaming’ op YouTube (VidStatsX). Tevens is hij tot Trending Gamer 2014 uitgeroepen (Sarkar 2014). ‘farfromsubtle’ heeft relatief minder volgers, maar wordt daarentegen vermeld in de New York Times als representatief voor de geanticiperde opmars van online video (Hale 2011). De video’s zijn verkregen van de afzonderlijke YouTube-kanalen en overwogen op basis van actualiteit, namelijk geüpload in de afgelopen 3 jaar. De games die in de video’s voorkomen wogen hier niet in mee. De uiteenlopende benaderingen van de makers leiden tenslotte tot een breed begrip van het genre.

Bij wijze van tekstuele analyse worden transformatieve aspecten op tekstueel niveau in ogenschouw genomen. Met oog op de eerdere karakterisering van LP als mediatekst, wordt gelet op videobewerking en stijl. De video kan bijvoorbeeld een informatieve of humoristische stijl nastreven ter vermaak van de kijker. Tevens wordt aandacht besteed aan hercontextualisering van het bronmateriaal, die narratieve hervorming kan impliceren, bijvoorbeeld door videobewerking. Tenslotte wordt de hervorming van een discours overwogen, door eventueel impliciet of expliciet commentaar op het bronmateriaal in de LP. Zodoende zal worden onderzocht hoe de consument als producent van LP video’s uiting geeft aan gebruikersparticipatie bij wijze van transformatieve productie.

3

Let's Play als transformatieve gebruikersproductie

Wat volgt is de tekstuele analyse van drie verschillende LP video's door verschillende makers. Allereerst wordt een context geschetst door middel van een korte toelichting over de maker en de game die wordt gespeeld. Vervolgens wordt de LP video in kwestie uitgebreid besproken. Transformatieve elementen die voortkomen uit de gebruikersproductie worden belicht en verder theoretisch onderbouwd.

3.1 | Digitale remix en narratieve hervorming: Felix Kjellberg

LPer Felix Kjellberg beschikt onder zijn alias 'Pewdiepie' over het populairste YouTube-kanaal ooit met meer dan 40 miljoen abonnees in 2015 (VidStatsX). Zijn kanaal dateert uit 2010, waarvan het materiaal meer dan 10 miljard keer is bekeken (Pewdiepie). Zijn populariteit zorgt ervoor dat hij veel geld verdient aan zijn video's, te weten 7,4 miljoen dollar in 2014 (Miller 2015). Zijn video toont gameplay van *Fallout 4*, een open-world role-playing game door Bethesda Game Studios (Bakalar 2015). De speler moet overleven in een post-apocalyptisch universum, verwoest door een nucleaire oorlog, met een hoofdpersonage waarvan het uiterlijk en geslacht kunnen worden aangepast. Het verhaal kenmerkt zich door tragedie, waarin de speler huwelijkspartner en zoon verliest om vervolgens in een verwoest landschap terecht te komen.

De video vangt aan met beelden van het hoofdpersonage, terwijl Kjellberg spreekt: “[...] legends told of a man so strong, so brave, so handsome, a man that changed the world” (Pewdiepie 2015). Het standaardpersonage dat in promotiemateriaal voor het spel is gebruikt, wordt getoond. “But this was not that man,” het beeld wordt zwart, waarna het gepersonaliseerde hoofdpersonage van Kjellberg verschijnt: “This was that man. His name was Arnold” (Pewdiepie 2015). Deze openingssequentie is toonaangevend voor de rest van de video, door het bronmateriaal te verwerpen en in plaats daarvan een creatieve adaptatie te tonen.

De linkerbovenhoek bevat een kader waarin Kjellberg zelf verschijnt, terwijl hij al spelend het woord voert. Dit staat bekend als een zogenaamde *scarecam*, “[...] a recording of the LPer's face to the videos so that the audience can see their live reactions to the game” (Hale 2013, 55). De kijker ziet hoe Kjellberg reageert op het spel en wordt daarin betrokken: “Jesus Christ, what was that?” (Pewdiepie 2015). Volgens Hale voegt dit persoonlijkheid aan de video toe, waarmee wordt bijgedragen aan het eerder genoemde online persona dat in moderne LPs

wordt gecultiveerd (2013, 53). Hierin zien we tevens terug hoe de video berust op de persoonlijke toevoeging van de LPer ter vermaak van de kijker, zoals gesteld door Smith, Obrist en Wright: “[...] it is the entertainment the player creates around the experience that draws interest” (2013, 133).

De LP bestaat uit gemonteerde beelden, in tegenstelling tot ruwe opnamen. De fragmenten zijn geknipt en aangepast, bijvoorbeeld door het beeld in te zoomen, te vertragen en zwart-wit te maken. Daarnaast zijn additionele beelden en audio toegevoegd, zoals afbeeldingen van Donald Trump en spannende muziek. De hoge mate van videobewerking maakt dat het originele bronmateriaal naar de achtergrond verdwijnt. Dit wijst op het professionele karakter van de video, zoals Hale heeft omschreven, in tegenstelling tot amateuristische, nauwelijks bewerkte LPs (2013). Tevens wordt hiermee een unieke stijl gehandhaafd, die naast de scarecom het door Hale verkondigde online persona representeert (2013, 53).

De manier waarop Kjellberg audiovisueel materiaal verwerkt in zijn video, bijvoorbeeld door additioneel geluid en beeld, illustreert het reeds besproken concept digitale remix: de combinatie en manipulatie van bestaand materiaal in een nieuwe creatie (Knobel en Lankshear 2008, 1). Lundby beschouwt digitale remix als de totstandkoming van een nieuw creatief product, waarvan de productie op toegankelijke digitale software stoelt, evenals de nodige technische kennis hierover (2008, 3). In zijn karakterisering van moderne tegenover vroegtijdige LPs, onderstreept Hale eveneens de benodigde professie en technische kennis. Hij verwijst naar een uitspraak op het oorspronkelijke LP-forum, die stelt dat het maken van LPs “[...] technical proficiency” vereist. (Hale 2013, 28). De consument betreedt als LPer dan ook het technologiecircuit bestaande uit digitale middelen, zoals geformuleerd in *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing* (Kline, Dyer-Witthof en De Peuter 2003, 50). De kennis van laagdrempelige softwaretechnologie biedt de mogelijkheid deel te nemen aan het culturele productieproces, zoals beschreven door Benjamin (2008, 26). De toegang tot en kennis van computersoftware stelt Kjellberg in staat bronmateriaal in digitale remix te hercontextualiseren en hervormen, en daarmee een op zichzelf staand cultureel product te creëren.

De bewerking in Kjellbergs video biedt een aanvullende betekenislaag: “Through the recombination, the remixing of material, elements from the source are transformed through an additional layer of meaning” (Loock en Verevis 2012, 223). De videobewerking staat in dienst van een door Kjellberg hervormd narratief. Na de eerder beschreven openingssequentie



Afbeelding 1. 'The Legend of Arnold'.

verschijnt een afbeelding van het spel met, in dezelfde stijl als het origineel, de titel 'The Legend of Arnold' (Afbeelding 1). Wanneer het hoofdpersonage de verwoeste spelwereld aanschouwt, vertelt Kjellberg verhalend: "When the world changed Arnold knew he had one purpose, to become the governor of California, and that's what he sought out to become" (Pewdiepie 2015). Hiermee wordt de originele hoofdpersoon, een inwoner van Boston die een nucleaire holocaust overleeft, tot Arnold Schwarzenegger gemaakt, met verwijzingen naar zijn carrière als gouverneur, acteur en bodybuilder. In beeld verschijnt dan ook meermaals een afbeelding van Schwarzenegger. Kjellberg creëert in de video een hervormd narratief, dat afwijkt van het bronmateriaal en nader vorm krijgt door de videobewerking.

Door transformatie op narratief niveau, toont de video gelijkenis met *machinima*: animatiefilms geproduceerd met computergamesoftware (Lowood 2006, 26). Hoewel *machinima* traditioneel in real-time worden gegenereerd door middel van softwarecodes, worden deze tegenwoordig gebruikelijker verspreid als videobestand onder een groot online publiek (Lowood 2006, Nitsche 2011). In *machinima*films wordt de spelwereld benut ten behoeve van een nieuw narratief, hetgeen we zien in Kjellbergs video. Daarentegen ziet Gabriel Menotti LPs als *non-narrative machinima*, omdat er niet zou worden gestreefd naar fictieve representaties (2014, 84). De video van Kjellberg illustreert dat LP wel degelijk een fictief verhaal kan nastreven. Daarbij dient opgemerkt te worden dat Kjellberg in reactie op het spel verhaalt, in tegenstelling tot gescipte *machinima*films: "Damn it, we ran out of power. That's OK, Arnold run[s] faster alone" (Pewdiepie 2015). Zodoende kan het worden opgevat als een vorm van "[...] narrative commentary on an experience as it is being experienced" (Smith, Obrist en Wright 2013, 133).

Kjellbergs video kent een transformatieve esthetiek door digitale remix, met additioneel beeld en geluid, waarmee een nieuwe creatie ontstaat. Het bronmateriaal wordt een hervormd verhaal toegekend, vergelijkbaar met *machinima*, in de vorm van narratief commentaar in reactie op het spel.

3.2 | *Recensie en publiekelijke evaluatie: John Bain*

John Bain, ofwel ‘TotalBiscuit’, behoort met meer dan 2 miljoen volgers tot de top 100 meest geabonneerde YouTube-kanalen in de categorie ‘Games and Gaming’ (VidStatsX). Zijn kanaal dateert uit 2006 en laat zich omschrijven als “YouTube’s #1 PC Gaming critic” (TotalBiscuit). In 2014 werd hij tot Trending Gamer uitgeroepen door de Game Awards (Samit 2014). Zijn video toont de open-world game *Watch Dogs* door Ubisoft, waar de speler als criminele hacker strijdt tegen corruptie in een futuristische stad (TotalBiscuit 2015).

De video begint met Bains logo en bijpassende muziek. Hale noemt een dergelijke opening een *title card*, die doorgaans het gepersonaliseerde logo van de LPer bevat, als onderdeel van de individuele stijl en het online persona (2013, 54). Dit vormt een herkenbare eigenschap van de moderne professionele LP die zich op online video sites bevindt, in tegenstelling tot de vroegtijdige amateuristische variant.

Afgezien van de opening is de video niet tot weinig bewerkt. In dit opzicht keert het terug naar de vroegtijdige LP als simplistische, onbewerkte speldocumentatie (Hale 2013). Er is dan ook geen sprake van de eerder besproken scarecam, de video toont enkel gameplay voorzien van commentaar. Desalniettemin is Bain luid boven de gedempte spelgeluiden te horen, waardoor zijn commentaar op de voorgrond treedt. Het commentaar is dan ook een belangrijk element van LP volgens Smith, Obrist en Wright: “The player/performer’s voice is very important; framing the action of the game in a certain light and acting as a driver of the content as well as reactionary to the content” (2013, 133).

De video dient als een uitvoerige recensie van het spel met zicht op de werking en mogelijkheden, terwijl Bain speelt: “How does it run? How does it play? We’ll find out” (TotalBiscuit 2015). Menotti stelt in zijn werk dat LP zich goed leent voor “[...] a kind of audiovisual review, which, instead of demonstrating a videogame working, analyses the way in which it works” (2014, 90). Hale benoemt een soortgelijke potentie, namelijk LPs ter kritische en geïnformeerde analyse (2013, 39). Bains video illustreert deze ideeën treffend door kritisch en beoordelend commentaar te leveren, terwijl hij verschillende spelfuncties overweegt en toelicht. In een interview wijst Bain op zijn informatieve en kritische benadering: “I view a review as a more formal – almost academic – piece of critique” (Calvin 2014).

De kritische benadering van de video kunnen we identificeren als hetgeen Newman publiekelijke evaluatie noemt (2008, 13). Door een expliciet en online breed toegankelijk waardeoordeel, wordt invloed uitgeoefend op een discours. Menotti benoemt een soortgelijke invloed van door spelers gemaakte video’s, die geen fictieve representatie willen

bewerkstelligen, maar in plaats daarvan het spel uitvoerig willen onderzoeken en kritisch analyseren (2014, 84). De betekenisgeving en evaluatie die hieruit voortkomt, opent volgens Menotti de dialoog tussen spelers en industrieën. Deze discursieve invloed herkennen we in Bains recensie, bijvoorbeeld wanneer hij kritisch is over de industrieretoriek omtrent ‘next generation’, waarmee wordt bedoeld op nieuwe mogelijkheden van een gamesysteem: “One of the first true next gen titles. [...] [The] question is, is it? Moral of the point, what does that even mean?” (TotalBiscuit 2015). De LPer stelt dat de veelgebruikte term niet zozeer van toepassing is op de PC: “[...] there is no such thing as a next generation PC, there is only PC” (TotalBiscuit 2015). Zijn kritiek geeft vorm aan een publiekelijke evaluatie, waardoor de video een discursieve invloed uitoefent.

Hoewel nauwelijks bewerkt, wijst de video wel degelijk op de technische kennis die eraan vooraf gaat. Zodoende bespreekt Bain de grafische limitaties van het spel, evenals de benodigde software om gameplay vast te leggen: “[...] this game can drop about 40 FPS. I’ve never had it drop down below that, unless I’m recording with FRAPS, which I have to do because for some reason DXTory doesn’t work with this game” (TotalBiscuit 2015). FRAPS en DXTory zijn gangbare softwaretoepassingen om gameplay vast te leggen. Wederom wijst dit op kennis van de consument over het technologiecircuit, bestaande uit digitale artefacten, zoals gesteld in *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing* (Kline, Dyer-Witthof en De Peuter 2003). Hiermee krijgt de consument toegang tot het productieproces, en daarmee de mogelijkheid om zelf culturele uitingen te creëren (Benjamin 2008). Bains kennis van deze digitale software stelt hem in staat LPs te produceren als zelfstandige creatie.

De video is vrijwel onbewerkt maar draait om het commentaar, en fungeert als kritische en informatieve recensie door een publiekelijke evaluatie van het spel. Met dit waardeoordeel wordt invloed uitgeoefend op een discours, bijvoorbeeld door kritiek op de industrie. Daarbij wordt in de video gewezen op technische kennis van de LPer, die hem de mogelijkheid biedt het culturele productieproces te betreden.

3.3 | *Hypermediacy in een hybridevorm: Fraser Agar*

Het YouTube-kanaal ‘farfromsubtle’ dateert uit 2006, kent meer dan honderdduizend volgers en is eigendom van Fraser Agar, producent van ‘Video Games Awesome’ of ‘VGA’ (Farfromsubtle). In VGA worden verschillende games gespeeld door een aantal personen, waaronder Agar. VGA wordt in de eerste instantie live uitgezonden via internet en vervolgens in videovorm geplaatst. De productie wordt genoemd in het New York Times artikel “All Those Online Videos, Still Chasing an Audience” als representatief voor de geanticiperde opkomst van online video (Hale 2011). In de video speelt Agar *Beyond: Two Souls* door Quantic Dream, een psychologische actiethriller die hoofdpersonage Jodie Holmes volgt in haar leven, waarin zij vergezeld wordt door een mysterieuze geest genaamd Aiden (Williamson 2013).

“Hello everybody, welcome to Video Games Awesome Live [...],” spreekt Agar enthousiast (Farfromsubtle 2013). Hij bevindt zich met twee andere groepsleden op de voorgrond, verkleed als personages uit het spel. De groep wordt omringd door een achtergrond met de titel van het spel, een venster waarbinnen gameplay is te zien en een kader waarin kijkers live hebben kunnen meepraten (Afbeelding 2). Het samengestelde beeld is vergelijkbaar met het concept *hypermediacy*, origineel afkomstig van David Bolter en Richard Grusin als een vorm van mediarepresentatie: “[...] hypermediacy offers a heterogeneous space, in which representation is conceived of not as a window on to the world, but rather as ‘windowed’ itself – with windows that open to other representations or other media” (1999, 33-34). Hypermediacy wijst dan ook op een indirecte vorm van representatie die de aanwezigheid van het medium benadrukt. Bolter en Grusin noemen als voorbeeld gebruikersinterfaces die uit verschillende kaders en representaties bestaan, zoals tekst, graphics en video (1999, 32). In VGA zien we een dergelijke gekunstelde constructie van kaders en mediarepresentaties, zoals een venster met gameplay en een chatvenster, die de aanwezigheid van het medium benadrukken. Afgezien van het samengestelde beeld is de video niet gemonteerd, maar een volledige speelsessie zonder videobewerking. Evenals Bains video, grijpt dit terug op onbewerkte speldocumentatie in vroegtijdige LPs (Hale 2013). Daar staat tegenover dat bewerking met name uiting vindt in de kunstmatig samengestelde beeldconstructie, waarbinnen het bronmateriaal centraal staat maar tevens slechts onderdeel uitmaakt van de creatie.



Afbeelding 2. Een samengestelde beeldconstructie.

De LP door Agar kan beschouwd worden als een hybridevorm van narratieve hervorming en kritisch commentaar. Narratieve transformatie vindt plaats op kleine schaal en fungeert als impliciet commentaar op het bronmateriaal, evenals vorm van vermaak. Het betreft dan ook een vorm van parodie, hetgeen volgens Kathleen Look en Constantine Verevis als doel heeft “[...] to establish humorous references to the media text they remake and remodel” (2012, 241). Dit gebeurt bijvoorbeeld door personages in het verhaal aan te passen, zoals door het personage Aiden als geest van een kat in plaats van een persoon te verbeelden. Agar noemt het zelf ook een vorm van parodie: “[...] we are playing through this [...] with full parody mode on [...]. You should have realized it was time to tune out, ‘cause I’m not gonna get the full *Beyond: Two Souls* experience, that’s what the retail copy is for” (farfromsubtle 2014). Hier benadrukt hij tevens de appropriatie en afwijking van het originele spel bij wijze van parodie.

Door op kleine schaal personages en situaties op humoristische wijze te parodiëren, verandert op grote schaal de toon en intentie van het bronmateriaal. Zodoende wordt de dramatische en serieuze verhaallijn van het spel komisch gemaakt. Volgens de eerder besproken Lundby kan transformatie op verschillende niveaus plaatsvinden, namelijk semiotische hervorming op micro-niveau en narratieve hervorming op meso-niveau (2008, 10). Zodoende kan de appropriatie van personages beschouwd worden als hervorming op micro-niveau, waardoor de wijziging van de dramatische verhaallijn een hervorming op meso-niveau betreft.

Naast impliciet commentaar in de vorm van humoristische parodie, levert Agar met zijn groepsleden expliciet commentaar ter evaluatie van het spel. Hij bekritiseert bijvoorbeeld de beperkte keuzes in het spel: “The true illusion of choice, never before has there ever been any more lack of choice in a [...] game than this” (farfromsubtle 2013). Evenals Bains video, impliceert dit commentaar een publiekelijke evaluatie (Newman 2008, 13). Daarbij kunnen we herkennen wat Jenkins *consumer activism* noemt, namelijk commentaar en kritiek op de

industrie, verwerkt in door fans gecreëerde werken (1992, 278-279). Op deze manier geeft Agar uiting aan een waardeoordeel, die gepaard gaat met betekenisgeving en invloed heeft op het discours.

Agars video neemt een hybridevorm aan, door narratieve transformatie te combineren met expliciet kritisch commentaar. Door het bronmateriaal te parodiëren vindt op kleine schaal semiotische hervorming en op grote schaal narratieve hervorming plaats, waardoor een dramatisch verhaal komisch wordt gemaakt. Daarnaast wordt kritisch commentaar ter evaluatie geuit, met invloed op het discours. Dit alles gebeurt in een geconstrueerd beeld, bestaande uit diverse mediarepresentaties, waarvan de gameplay slechts een onderdeel is.

4

Conclusie

In deze studie is de positie van de consument binnen het culturele productieproces te midden van een digitaal medialandschap geëxploreerd, door een antwoord te vinden op de vraag hoe LP video's beschouwd kunnen worden als transformatieve gebruikersproductie. De casusanalyses tonen hoe LPs het bronmateriaal op een eigenzinnige manier incorporeren in een zelfstandige creatieve productie.

De video van bekende LPer Kjellberg kent een transformatieve esthetiek door digitale remix, die berust op technische kennis, waarmee een nieuw product ontstaat. Het originele verhaal wordt hervormd door narratief commentaar, dat kracht wordt bijgezet door videobewerking. Bains video toont een kritische analyse ter publiekelijke evaluatie, waarvan het waardeoordeel een discursieve invloed heeft. In Agars video zien we een hybridevorm van narratieve transformatie door humoristische parodie, in combinatie met kritische evaluatie door expliciet commentaar. Semiotische hervorming op kleine schaal resulteert in narratieve hervorming op grote schaal, waardoor een dramatisch verhaal komisch wordt gemaakt. Dit gebeurt in een geconstrueerd beeld, waarvan de gameplay slechts een onderdeel is. De LPers treden zodoende op de voorgrond als kritische commentator of humoristische verteller in een geconstrueerd of gemonteerd beeld, waardoor het originele bronmateriaal naar de achtergrond verdwijnt.

De onderzochte casussen illustreren hoe consumenten toetreden tot het technologische en culturele circuit van mediaproductie. Zodoende zijn LPers bedreven in softwaretoepassingen binnen het technologicircuit, bijvoorbeeld ter opname in Bains video en bewerking in Kjellbergs video, waarmee zij hun producties creëren. Door kennis van het technologicircuit, in de vorm van digitale software, hebben zij toegang tot het culturele productieproces.

Tevens betreden LPers het culturele circuit, waarbinnen culturele betekenis circuleert. Bij wijze van narratief commentaar door Kjellberg en komische parodie door Agar, vindt hercontextualisering en hervorming van het bronmateriaal plaats. Hierbij wordt het narratief getransformeerd en een nieuw verhaal verteld. Daarnaast heeft het expliciete waardeoordeel van Bain en Agar, ter publiekelijke evaluatie van de gametekst, een discursieve invloed binnen het culturele circuit.

Door de tekstuele analyse van transformatieve mediaproducties als uiting van online gebruikersparticipatie, heeft dit onderzoek een facet van de hedendaagse verhouding tussen producent en consument uiteengezet. Echter is deze verhouding complex en meerzijdig.

Zodoende zijn eventuele invloeden van een faciliterend platform, zoals YouTube, in deze studie buiten beschouwing gelaten. Een vervolgonderzoek zou hier verheldering in kunnen bieden en een completer beeld kunnen schetsen van de positie van de gebruiker en opzichte van de industrie. Daarbij zou een vervolgstudie met juridische insteek de kwestie van LP als gebruik van auteursrechtelijk materiaal in een online omgeving nader kunnen omlijnen. Desalniettemin heeft deze studie licht kunnen schijnen op de transformativiteit van LP als creatieve productie ter uiting van actieve gebruikersparticipatie online.

Bibliografie

- Bakalar, Jeff. "Fallout 4 review: A welcome armageddon." *Cnet*. November 9, 2015. <http://www.cnet.com/products/fallout-4/>.
- Benjamin, Walter, *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility*. Translated by J.A. Underwood. London: Penguin Books, 2008.
- Bolter, Jay en Richard Grusin. 2000. *Remediation: Understanding New Media*. London: MIT Press.
- Brennen, Bonnie. 2013. *Qualitative Research Methods for Media Studies*. New York: Routledge.
- Bruns, Axel. "Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation." Queensland: Queensland University of Technology, 2007.
- Buckingham, David. "Skate perception: self-representation, identity and visual style in a youth Subculture." In *Video Cultures: Media Technology and Everyday Creativity*, edited by David Buckingham en Rebekah Willet. London: Palgrave 2009.
- Calvin, Alex. "WTF is... TotalBiscuit?" *MCV*. May 6, 2014. <http://www.mcvuk.com/news/read/wtf-is-totalbiscuit/0131995>.
- Farfromsubtle. "Farfromsubtle." Youtube.com. Accessed November 26. <https://www.youtube.com/user/farfromsubtle>.
- Farfromsubtle. "Beyond: Two Souls is AWESOME!", YouTube video, 22:27, posted by "farfromsubtle", October 9 2013, https://www.youtube.com/watch?v=C6-I6irwk-o&index=2&list=PLGxCL8JAojAMEoRnRRGFo-1MxjX_H7WBy.
- Farfromsubtle, "Grandma's Quilt! - Beyond: Two Souls is AWESOME! – Part 16", YouTube video, 34:21, posted by "farfromsubtle", November 2 2013, https://www.youtube.com/watch?v=oEjCL_1LwuE&index=17&list=PLGxCL8JAojAMEoRnRRGFo-1MxjX_H7WBy.
- Farfromsubtle. "Master of Disguise! – Beyond: Two Souls is AWESOME! – Part 24", YouTube video, 17:47, posted by "farfromsubtle, January 13 2014, https://www.youtube.com/watch?v=Xy57_xAWGlc&index=25&list=PLGxCL8JAojAMEoRnRRGFo-1MxjX_H7WBy.
- Ferguson, Marjorie en Peter Golding. 1997. *Cultural Studies in Question*. London: Sage Publications.
- Hale, Mike. 2011. "All Those Online Videos, Still Chasing an Audience." *New York Times*, June 17. http://www.nytimes.com/2011/06/19/arts/television/original-online-video-is-still-talked-about-more-than-viewed.html?_r=0.
- Hale, Thomas. "From Jackasses to Superstars: A Case for the Study of 'Let's Play'." Roehampton: University of Roehampton, 2013.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Kline, Stephen, Nick Dyer-Witheford en Greig De Peuter. 2003. *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Knobel, Michele en Colin Lankshear. 2008. "Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization." *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52(1): 22-33.
- Let's Play Archive. 2015. "Frequently Asked Questions." Accessed November 26. <http://lparchive.org/faq>.
- Ligman, Kris. 2011. "Let's Play Super Rutgers RPG: Interactivity by Proxy in an Online Gaming Culture" PhD diss., University of Southern California.
- Lohmann, Rens. 2014. "Shared Play with the Push of a Button: a Mixed-Method Analysis of Sony PlayStation 4's Share-Platform." Diss., Utrecht University.
- Loock, Kathlene and Constantine Verevis. 2012. *Film Remakes, Adaptations and Fan Productions: Remake/Remodel*. New York: Palgrave.
- Lowood, Henry. 2006. "High-performance play: The making of machinima." *Journal of Media Practice* 7 (1): 25-42.
- Lundby, Knut. 2008. *Digital Storytelling, Mediatized Stories. Self-representations in New Media*. New York: Peter Lang Publishing.
- MacCallum-Stewart, Esther. 2014. *Online Games, Social Narratives*. New York: Routledge.
- Mansell, Robin. 2004. "Political economy, power and new media." *New Media and Society* 6(1): 74-83.
- Mejia, Sebastian. 2015. "Fair Play: Copyright Issues and Fair Use in YouTube 'Let's Plays' and Videogame Livestreams." SSRN (2368615-1). Accessed November 26. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2368615.
- Menotti, Gabriel. 2014. "Vidorec as gameplay: Recording playthroughs and video game engagement." *Game Journal* 3: 81-94.
- Miller, Ross. "PewDiePie's response to making \$7.4 million is exactly why he's so successful." *The Verge*. July 7, 2015. <http://www.theverge.com/2015/7/7/8909553/pewdiepie-7-4-million-response-felix-kjellberg-youtube>.
- Newman, James. (2004) 2013. *Videogames*. Abingdon: Routledge.
- Newman, James. 2005. "Playing (with) Videogames." *Convergence* 11(1): 48-67.
- Newman, James. 2008. *Playing with Videogames*. New York: Routledge.
- Nitsche, Michael. "Machinima as media." In *The Machinima Reader*, edited by Henry Lowood and Michael Nitsche. Cambridge: The MIT Press 2011. 113-126.
- Pewdiepie. "Pewdiepie." Youtube.com. Accessed November 26. <https://www.youtube.com/user/pewdiepie>.

- Pewdiepie. "FALLOUT 4: LEGEND OF ARNOLD – (Part 1 of 200)," YouTube video, 7:11, posted by "pewdiepie", November 14 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=iChrCvUpBM0>.
- Salen, Katie. "Quake! Doom! Sims! Transforming Play: Family Albums and Monster Movies." Presentation, DIG.IT, Minneapolis, October 19 2002.
- Sarkar, Samit. "Here are the winners of The Game Awards 2014." *Polygon*. December 5, 2014. <http://www.polygon.com/2014/12/5/7343105/the-game-awards-2014-winners>.
- Schäfer, Mirko. 2011. *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Smith, Thomas, Marianna Obrist en Peter Wright. "Live-Streaming Changes the (Video) Game." Newcastle: Newcastle University, 2013.
- The Game Awards. 2015a. "Nominees." *The Game Awards*. Accessed November 26. <http://www.thegameawards.com/nominees/>.
- The Game Awards. "The Game Awards 2015 - Trending Gamer Winner," YouTube video, 3:48, posted by "thegameawards", December 3 2015b, <https://www.youtube.com/watch?v=OzpTkDPF-oU>.
- Toffler, A. 1980. *The Third Wave*. New York: W. Morrow.
- TotalBiscuit. "TotalBiscuit, The Cynical Brit." Youtube.com. Accesed November 26. <https://www.youtube.com/user/totalhalibut>.
- TotalBiscuit. "WTF Is... - Watch Dogs ?," YouTube video, 57:50, posted by "totalhalibut", May 27 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=IBb2BIVrV7M>.
- Van Dijck, José. 2009. "Users like you? Theorizing agency in user-generated content." *Media, Culture & Society* 31 (1): 41-58.
- VidStatsX. "YouTube Top 100 Most Subscribed Channels List – Top by Subscribers." *VidstatsX*. Accessed November 26. <http://vidstatsx.com/youtube-top-100-most-subscribed-channels>.
- Williamson, Steven. "Beyond: Two Souls review: an interactive experience you won't want to miss." *PSU*. October 8 2013. <http://www.psu.com/review/21256/Beyond--Two-Souls-review--an-interactive-experience-you-wont-want-to-miss/>.