



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för Journalistik, Media och Kommunikation

Spela ni, så tittar vi

En studie om e-sportkonsumtion och
gemenskap

Författare: Simon Karlsson

Handledare: Malin Sveningsson

Masteruppsats

Abstract

Title	You play, we'll watch – a study about e-sport consumption and community
Author	Simon Karlsson
Semester	Spring 2012
Tutor	Malin Sveningsson
Number of pages	67 (1 appendix)
Aim	The study aims to explore the motivations and needs behind e-sport consumption and the possible identity construction it entails.
Method	Qualitative methods: interviews and participant observations.
Material	Ten interviews with individuals from the barcraft community in Gothenburg, Sweden. Ethnography studies from four locations in total for the e-sport tournament GBG E-sport Open: three from qualifiers and one from the finals.
Main results	E-sport consumption proved to fill a variety of needs. <i>Affective</i> : To be entertained and experience emotional satisfaction. <i>Social integrative</i> : to connect with friends and other viewers. This proved also to enhance the affective need. <i>Cognitive</i> : better understanding of the game, which then later can be used while playing to enhance ones rank within the ladder. <i>Tension release</i> : to relax from a stressful day. E-sport consumption is preferably done with friends. This consumption with others also leads to a sense of belonging and identity. Outsiders might have a negative opinion about e-sports which also binds the consumers closer together and forms a subculture.

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	3
Inledning	6
Syfte och frågeställning.....	7
Uppdragsgivare	7
Uppdraget och forskningsrelevans	7
Syfte och frågeställning.....	8
Forskningsfrågor:	9
Bakgrund.....	10
Vad är e-sport?	10
E-sportens definition	11
Definitionen av en sport.....	12
E-sportens spel	13
Organisation och turneringar.....	14
E-sportens medier.....	14
Datorspelskulturen	16
Tidigare forskning om e-sport.....	18
Är det en sport?	19
E-sportaren	20
Publiken.....	21
Teori.....	23
Vad motiverar sportkonsumenter?	23
Den behovsstyrda mediekonsumtionen.....	24
Användarens gratifikation	26
Subkultur och identitet	28
Subkultur inom dator- och rollspeladen	30
Identifikation	30
Metod	32

Etnografiska observationer.....	32
Plats	33
Den deltagande observatören	34
Observationernas fokus	35
Intervjuer	35
Informanterna.....	36
Intervjuguide	37
Genomförande av intervjuer.....	38
Datainsamling och bearbetning	39
Metoddiskussion	39
Etik	41
Resultat och analys.....	42
Förkunskap om informanterna	42
Första kontakten med e-sporten	43
Det egna spelandet	43
Motivationer för konsumtionen.....	46
Underhållning.....	46
Lärandet.....	48
Flykt kontra avkoppling	50
Vadslagning.....	51
Den sociala konsumtionen	51
Gemenskap.....	55
Analys	55
Subkulturen och majoritetskulturen	60
Gemenskapen och identiteten.....	60
Förhållandet till majoritetskulturen.....	62
Analys	65
Slutsatser	70
Vidare forskning.....	71

Källförteckning	72
Appendix 1: Intervjuguide	76

Inledning

Att se på någon som spelar ett datorspel kan tyckas en konstig aktivitet. Datorspel är en aktivitet som kräver interaktion, att spelaren tar kommando och ger liv till den värld och de karaktärer som finns. Det kräver en högst aktiv användare. Att då avkasta sig den rollen och bli betraktare är någon som även datorspelare själva förundras över. Det roliga är att spela själv menar de (Taylor, 2012).

Men den åsikten är det inte alla datorspelare som delar, och nu håller det som för många är lek på att utvecklas till sport. E-sport handlar om att träna och mäta sina förmågor i och genom datorspel. Det kan röra sig om olika typer av spel, som spelas på olika typer av plattformar och i olika sammanhang. E-sportens breda definition inbegriper: video-, arkad-, mobil- och PC/MAC-spel (Thiborg, 2011). Den första riktigt stora tävlingen i datorspel gick av stapeln 1980 i USA. Spelet var Space Invaders och evenemanget lockade totalt 10 000 åskådare till olika platser där turneringen ägde rum (Electronic games, 1982). Då kallades det inte e-sport, och sen dess har intresset vuxit enormt.

Sedan år 2000 har antalet träffar på sökordet ”e-sport” på Google ökat från 256 000 (Thiborg, 2011) till 3 miljarder träffar år 2012 (Google, 2012). Datorspelandet har utvecklats till en tävling mellan spelare med prispengar, sponsoravtal och ära i potten. För den som vill och är duktig nog så går det att livnära sig på e-sporten. Men för att e-sporten ska kunna leva och utvecklas så måste det finnas en publik, villig att konsumera.

World Cyber Games, en internationell e-sportturnering, hade 32 000 åskådare på plats och 38 miljoner tittare online då tävlingen ägde rum i Los Angeles år 2010 (WCG, 2012). E-sport SMs deltävling i Malmö år 2012 hade 110 000 svenska tittare online som såg på kvalet (Dagens Media, 2012). Det finns en intresserad publik och den växer i antal från år till år. Men hur kommer det sig att de vill se på när andra spelar istället för att göra det själva? Vad är det som motiverar e-sportkonsumtionen?

Syfte och frågeställning

Uppdragsgivare

Uppsatsen och dess undersökning görs på uppdrag av Göteborgs Universitet och är knutet till ett planerat forskningsprojekt på institutionen JMG. Projektet heter *Making fantasy real* och handlar om hur mediekonsumenter, i och med det nya medielandskapet, mer aktivt bidrar till att producera innehåll till den ursprungliga medieprodukten. Exempelvis kan det handla om fanarbete (fanfiction, fanfilm och fanart) eller cosplay (där deltagaren genom utklädnad ger liv till en medieberättelse). Mediekonsumenten ökar därmed populariteten i den ursprungliga medieprodukten och kan även bidra till att omkonstruera den. Syftet med projektet är att studera människors relation till populärkulturen och den förskjutning som skett från konsument till medproducent. Projektet är tänkt att bestå av tre delstudier som studerar olika former av mediepraktiker där en av dem utgör e-sport, vilket den här studien är en del av.

E-sporten har förflyttat spelande upp på storbildsskärmar framför publik. Arrangörerna till turneringar, spelare och åskådare är alla aktiva producenter av innehåll till e-sporten och dess spel (Rambush m.fl., 2007). Spelutvecklarna är därmed inte längre ensamma om att konstruera den medieprodukt som utgör spelet.

Uppdraget och forskningsrelevans

E-sporten är ett förhållandevis nytt fenomen, även om tävling i datorspel funnits sedan arkadhallarnas storhetstid på 80-talet så är begreppet nytt och organisationen håller på att utvecklas. Forskning inom området är därmed sparsam och studier av e-sportens publik begränsad.

Forskningen kring e-sport har till stor del fokuserat på fenomenet i sig och utövarna. Vilket är förståeligt då man vill undersöka om e-sport kan legitimeras som sport och i så fall vad för effekter det skulle föra med sig. Att erkänna sportstatus till en fysiskt inaktiv tävling som e-sport, i jämförelse med traditionell sport, kan innebära en stor förändring i synen på vad som är sport (Jonasson & Thiborg, 2011). Det handlar därmed till stor del om e-sportens framställning och legitimitet som sport samt hur den imiterar och tar efter modern sport. Det som saknas i e-sportforskningen är att studera betraktaren och dess mediekonsumtion.

Det nya digitala medielanskapet möjliggör till en helt annan konsumtion av sport än vi är vana vid, och en helt annan interaktivitet åskådare emellan. Internet är även en stor anledning till varför e-sporten fått en så explosionsartad spridning (Taylor, 2012). Men vad är det som motiverar till att ta sig an en förhållandevis passiv roll och bli åskådare till andras spelande, istället för att spela själv? Kunskapen saknas om vad det är som motiverar åskådarna konsumera e-sport. Datorspelandet bidrar även till gemenskap spelarna emellan. Finns liknande gemenskap även hos e-sportkonsumenter, och hur manifesterar sig den? Dessa luckor ämnar studien att fylla.

Syfte och frågeställning

Studien kommer undersöka betraktaren av e-sport. Vad är det som motiverar en individ till att konsumera e-sport. Troligen finns det flera olika behov som konsumenten ämnar fylla: underhållning, avkoppling eller gemenskap. Möjligen kan det även finnas en önskan eller en strävan hos betraktaren att bli professionell spelare, att denne konsumerar för att lära sig spelet och förbättra det egna spelandet.

Vinnare i e-sportturneringar, exempelvis Major League Gaming, får sponsoravtal med miljonkontrakt som sedan visas upp för e-sportens publik (Taylor, 2009). Det kan inspirera konsumenten att uppnå samma spelnivå och därmed få egna avtal och den status det medför.

Tävlingsmomentet i e-sporten ger konsumenten troligen emotionell respons, likt det som sker i det egna spelandet. Här kan det däremot se annorlunda ut. Istället för att leva dig in i en spelvärld eller spela mot en motståndare online får du gå in i rollen som betraktare. Vad är det då som motiverar? E-sporten har även flyttat ut från vardagsrummet och in på barer runt om i Sverige och finns nu i ett flertal större städer (TeamLiquid, 2012). Att träffa andra människor och tillsammans med dem dela upplevelsen kan även det vara en motivation. Det kan tänkas att behovet av gemenskap och socialisering är en drivkraft i konsumtionen. För att få svar på dessa frågor ställs därmed frågan: *Vad motiverar en individ att konsumera e-sport?*

E-sport kan även konsumeras i flera olika sammanhang, där konsumenten gör ett aktivt val och väljer ett sammanhang framför ett annat. Motivationen bakom de olika sammanhangen är troligen olika, men finns det ett sammanhang som konsumenten föredrar? För att komplettera första forskningsfrågan ställs följande frågeställning: *Hur föredrar individen att konsumera e-sport?*

Då datorspelare möts av en mytbild genom medier (Shaw, 2010) existerar troligen även en liknande mytbild om e-sportens åskådare. Här är jag intresserad av att se om aktiviteten binder konsumenterna samman och se hur den gemenskapen förhåller sig till utomstående, som kan ha en negativ åsikt om fritidsintresset. För att få svar på den frågan ställs en bredare frågeställning: *Finns det en upplevelse av gemenskap mellan e-sportkonsumenter och hur förhåller den sig till utomstående?*

Syftet med uppsatsen är att undersöka vad som motiverar individer att konsumera e-sport. Jag är också intresserad av frågor om gemenskap: om och hur konsumtionen av e-sport bidrar till känslor av gemenskap bland publiken.

Forskningsfrågor:

FF1: Vad motiverar en individ att konsumera e-sport?

FF2: Hur föredrar individen att konsumera e-sport?

FF3: Finns det en upplevelse av gemenskap mellan e-sportkonsumenter och hur förhåller den sig till utomstående?

Studien kommer studera ovan nämnda forskningsfrågor. Frågeställningarna har under uppsatsen gång behandlats olika. Frågeställning ett och två har på förhand grundats i teori, medan förhållningssättet till frågeställning tre var explorativt där lämplig teori framtogs efter att datainsamlingen var avklarad.

Bakgrund

Vad är e-sport?

Datorspelet har sedan dess inträde som underhållningsform fått en explosionsartad spridning och är numera en mångmiljardindustri (Danielsson, 2005). 81 procent av alla svenskar mellan 16 - 80 år spelar datorspel (Datorspelsbranchen, 2011). Från något som tidigare antogs vara unga pojkars tidsfördriv har det visat sig ha en mycket bredare publik, och trenden kan antas fortsätta. Men vad som för många ses som underhållning, ses av andra som en tävling, som sport. Hur e-sport ska definieras kan diskuteras. Det råder en konsensus inom e-sportkulturen att e-sport handlar om att träna och mäta sina förmågor i och genom datorspel. Men det kan sedan röra sig om olika typer av spel, som spelas på olika typer av plattformar i olika sammanhang. E-sportens breda definition inbegriper: video-, arkad-, mobil- och PC/MAC-spel (Thiborg, 2011). Många datorspel går ut på att två eller flera spelare strider mot varandra och det handlar om att vinna en kamp i ett digitalt medielandskap med fördefinierade regler. Tävlingar kan antingen spelas via internet eller genom lokala nätverk.

Den tidigaste turneringen inom vad som kan klassificeras som elektronisk sport hölls 1980 i USA. Spelet var Space Invaders och evenemanget lockade 10 000 åskådare från de olika städer där turneringen ägde rum (Electronic games, 1982). Sen dess har e-sporten vuxit enormt. World Cyber Games, WCG, är en nationell e-sporttävling som kan liknas vid Olympiska spelen. År 2010 firade tävlingen 10 års jubileum och hade 450 spelare från 58 länder, 392 journalister från 48 länder, 32 000 åskådare på plats och 38 miljoner tittare online (WCG, 2012). Även i Sverige har vi evenemang som lockar många åskådare till e-sporten. Dreamhack i Jönköping, som anses vara världens största digitala festival, har över 10 000 aktiva deltagare. Här visas e-sport upp på plats och sänds även för människor att se online. Finalerna i e-sport SM 2012 kommer även gå av stapeln på Dreamhack (Dreamhack, 2012). Både nationellt och internationellt verkar det finns det en stor uppskattning för e-sporten.

Deltagare på stora LAN¹-partyn och digitala festivaler som Dreamhack manifesterar att datorspel är en meningsfull fritidsaktivitet (Taylor & Witkowski, 2010). Att e-sporten nu även genomgår en sportifieringsprocess, från lek till sport, innebär ytterligare ett steg i att lägga meningsfullhet i spelandet, och möjligheten att livnära sig på det (Thiborg, 2011).

¹ LAN är en förkortning av ordet *local area network* och består av ett antal datorer som är sammankopplade i ett nätverk, med begränsad åtkomst till och från omvärlden. Datorspels-lan kan innebära att en grupp personer samlar sina datorer hos en individ för att med fysisk närvaro spela spel tillsammans.

E-sportens definition

E-sport har blivit en etablerad term som börjar få ökat intresse från flera delar av forskarvärlden (Hutchings, 2008; Hunh 2008; Thiborg, 2011; Taylor, 2012). Trots det finns det ingen vedertagen definition. Istället accepteras ett spel som e-sport när en större internationell turnering väljer ut det som tävlingsspel (Hutchins, 2008). Enligt Svenska E-sportföreningen definieras e-sport som:

”E-sport är en förkortning av ”elektronisk sport” och är ett samlingsnamn för alla tävlingar som är utförda med hjälp av datorer eller spelkonsol (SESF, 2012)”.

Som för svenska Riksidrottsförbundets definition av idrott (presenteras senare), är Svenska Esportföreningens definition av e-sport inkluderande. Det skulle enligt ovan definition exempelvis vara möjligt att ha en e-sporttävling i princip vilket spel som helst, så länge det finns ett tävlingsmoment. Det problematiska med en inkluderande definition är om mindre avancerade spel benämns som e-sport kan det komma att urholka statusen för de mer avancerade och krävande spelen. KeSPA, The Korean e-Sport Association, är Syd Koreas statliga organisation för hantering och utveckling av e-sport i landet. Deras definition är bredare och väljer att även innefatta e-sportens kultur:

”This is a term meaning a leisure activity done in an electronic virtual world, utilizing the spiritual and physical abilities to determine the win or loss. This includes at the place audience and broadcasting of competitions and matches. All the community activities and the cyber culture as a whole is included in e-Sports activities (KeSPA, 2012).”

KeSPA väljer att benämna e-sport som en fritidsaktivitet som det tävlas i. Inkluderat i begreppet finns även publiken och arrangörerna, samt den kultur som de båda bidrar till att konstruera. En intressant aspekt då fans, e-sport organisationer och turneringsarrangörer deltar i den professionalisering som sker av e-sport, och kan ställa krav på e-sporten som går emot de professionella spelarnas önsknings (Rambush m.fl., 2007). Columbia Broadcasting System valde exempelvis att exkludera spel som var för våldsamma i sin sändning av e-sport, och justerade regler i spelen så att de skulle bli mer tittarvänliga (Schiesel, 2007). Det är därmed inte enbart spelarna som påverkar e-sportens inriktning och framtid.

KeSPA är medlem i det Internationella E-sportsförbundet IeSF, som däremot saknar definition på sin hemsida, trots att de ämnar implementera en internationell standard för begreppet e-sport (IeSF, 2012). World Cyber Games, vilket kan beskrivas som e-sportens Olympiska spel

(Thiborg, 2011), saknar även de en definition av e-sport på sin hemsida. Inte heller Dreamhack har en definition av e-sporten presenterad på sin hemsida.

Här finns det ett gap, då flera stora aktörer eller turneringar inom e-sporten saknar eller har olika definitioner av e-sporten. Det behöver dock inte ses som ett problem, då e-sporten genomgår en sportifieringsprocess (utveckling från lek till sport). Det är naturligt att e-sportens organisation och struktur inte hunnit bearbeta alla aspekter av sporten och dess utformning (Thiborg, 2011). Samtidigt har inte heller modern sport en fullständig definition på plats, utan den varierar beroende på vald källa. E-sporten kommer kanske därför aldrig få en brett vedertagen definition, utan allt eftersom e-sporten breder ut sig kan det uppstå samma problematik som med definitionen för sport. För närvarande verkar det som om e-sporten vilar på en icke-definition: det som e-sportsamfundet anser är e-sport, är e-sport. Väljer en stor turnering att inkludera ett spel så är det e-sport, och för att ett spel ska väcka det intresset krävs en intresserad publik. Publiken har därmed en stor makt i vad för spel som kommer att definieras som e-sport.

Definitionen av en sport

E-sporten vill benämnas som sport, men att definiera sport och idrott är svårt. Definitionerna varierar beroende på vilken organisation, aktör eller forskare man vänder sig till. Mängden av definitioner försvårar därmed en god kategorisering och kan anses subjektiva och otillräckliga (Thomas, 1992). Enligt Riksidrottsförbundet (2009) så definieras idrott, vilket i vårt vardagsspråk är synonymt med sport (Thiborg, 2011), som:

”Idrott är fysisk aktivitet som vi utför för att kunna ha roligt, må bra och prestera mera. Idrott består av träning och lek, tävling och uppvisning. Idrotten ger fysisk, psykisk, social och kulturell utveckling.”

Definitionen ovan från Riksidrottsförbundet är bred och därmed inkluderande, vilket även återspeglas då de inkluderar dart och biljard som idrott. Det kan leda till att urvattna begreppet. En definition får inte vara allt för inkluderande, heller inte för exkluderande. En del forskare (Jönsson, 2007; Coakley 2007) anser att en icke-definition är att föredra – där idrottsvärlden aktörer kan definiera vad som anses vara idrott. Detta skulle dock kunna vara till e-sportens nackdel, om den vill inkluderas i ”sportfamiljen”. Men som nämndes tidigare är forskarvärlden inte i konsensus. Coakley (2009) hävdar att definitionen måste utgå ifrån vad samhällets olika grupperingar anser är sport, och vilka som är betydelsefulla utifrån de stöd och resurser de erhåller från staten. Enligt Guttmanns (2004) definition är den moderna sporten en organiserad, tävlingsinriktad och fysisk lek. Han beskriver också hur den moderna sporten genomgått en process, från lek till sport, som benämns som sportifiering. Thiborg (2011) har utifrån

definitioner av sport, idrott och processen sportifiering kunnat redogöra att det inom e-sport bedrivs sport, och att sportifieringsprocessen sker i rasande takt. Däremot benämner han inte e-sport som sport, utan som e-sport. Det finns stora likheter mellan den moderna sporten och e-sport, men samtidigt är det något mer än de begrepp som definierar den moderna sporten. Och den samhällseliga kontexten i vårt digitala samhälle behöver belysas för att bättre förstå sig på e-sporten som sport.

E-sportens spel

Genom att betrakta de stora e-sportturneringarna kan man sammanfatta att de stora spelen inom e-sporten är följande (kategori inom parentes):

- Starcraft 2 samt Broodwar, Dota, League of Legends (*Strategi*)
- Counter-Strike 1.6 (*First person shooter*)
- Tekken 6 (*Slagsmålsspel*)
- Fifa (*Sport*)

Det är endast spelen i sig som definieras som e-sport. Inom en given kategori kan det finnas en uppsjö av spel som skiljer sig markant från varandra. Det är först när en större internationell turnering väljer ut ett tävlingsspel som det får e-sportstatus (Hutchins, 2008). På Dreamhack (2012) och World Cyber Games (2012) tävlas det i spel från samtliga kategorier ovan. Men i andra evenemang är spelbredden snävare. IGN IPL (2012) har endast *strategispel* (Starcraft 2 och League of Legends) och Electronic Sports League (2012) som har spel inom *strategi* (Starcraft 2 och League of Legends) och *first person shooter* (Counter-Strike 1.6). Strategispelen dominerar e-sportvärlden och spel som Starcraft 2 har nationalsportstatus i både Kina och Syd Korea (Szablewicz, 2011).

E-sporten utvecklas ständigt, och vad för spel som inkluderas i definitionen varierar från år till år. World Computer Gaming gick exempelvis ut och informerade att de skulle slopa PC-spelen och istället fokusera helt på mobilspel (smartphones och läsplattor). Det genererade ett ramaskri hos flera svenska e-sportkonsumenter. De ansåg att det inte fanns en sportslig höjd i de spelen och WCG inte längre var värt deras intresse (Rakaka, 2012a). WCG tog senare tillbaka sitt uttalande och meddelade att PC-spelen fortfarande har en framstående plats i deras turnering (Rakaka, 2012b). Om det skett ett missförstånd eller om de insåg sitt misstag kan endast spekuleras i. Men det visar att e-sportens konsumenter är aktiva i konstruktionen av sporten och deltar i debatten om e-sportens framtid.

Organisation och turneringar

E-sporten består av en mängd olika turneringar och arrangörer. Dess organisation är därmed flyktig och det är inte ovanligt att se mindre turneringar samarbete med större internationella. Nya turneringar uppkommer ständigt och samtidigt går andra under på grund av ekonomiska problem. Att arrangera en turnering är en svår ekonomisk utmaning (Taylor, 2012).

Forskaren T.L Taylor (2012) redogör i boken *Raising the stakes* om de olika former av turneringar som finns inom e-sporten. Hon presenterar följande turneringar: *gräsrötter & regionala, LAN-hybriderna, mässor, utvecklar konferenser, nationella och internationella*.

Gräsrötters och de regionala är ofta turneringar på uppgång. De arrangeras lokalt med mindre erkända spelare. Antingen kan matcher spelas på lokala spelcaféer eller i inhyrda lokaler med provisoriskt infrastruktur. Publiken till dessa evenemang är relativt liten. Många ideella krafter står bakom och en förhoppning om att kunna utveckla turneringen till något mer gångbart i framtiden. Bland *LAN-hybriderna* är det mest erkända exemplet Dreamhack. Här kombinerar man ett stort lan-evenemang med e-sport. E-sporten blir en del i det utbud som evenemanget erbjuder besökarna. Infrastrukturen finns på plats och även den potentiella publiken. *Mässor* som E3, Games Con eller Cebit fokuserar på att marknadsföra spelindustrin. E-sportens närvaro i dessa sammanhang blir därför att visa upp sig. Matcher spelas utan prispengar och är endast till för att visa besökarna hur e-sporten kan se ut. De *nationella* turneringarna drar oftast inte till sig internationella spelare eller publik, men många viktiga och erkända turneringar hamnar i den här kategorin. Syd Korea har exempelvis omfattande nationella turneringar. De är också viktiga arenor för spelare att öva och spela upp sig. *Internationella* turneringar lockar de stora publiksiffrorna med evenemang som World Cyber Games, Intel Extreme Masters och numera Major League Gaming, som tidigare kunde definieras som nationell (Taylor, 2012). Intel Extreme Masters har under 2011 och 2012 delat ut 643 000 dollar i prispengar (IEM, 2012) och under 2012 hade World Cyber Games 38 miljoner tittare online (WCG, 2012). Men e-sportsarrangemang går en osäker framtid till mötes, då finansiering till stor del bygger på sponsoravtal (Taylor, 2012). Publiken är därmed nyckeln till att hålla igång ett evenemang.

E-sportens medier

Som e-sportkonsument har du flera valmöjligheter när det kommer till medier: turnering, tv eller internet. Sverige har till, skillnad från andra länder som USA, Syd Korea eller Kina, inte haft sändningar i tv-marknätet, men kommer att ha det inom en snar framtid. Dock gäller det endast slutmatcherna från finalen av e-sport SM som äger rum på Dreamhack (SVT, 2012). Detta kan ställas i kontrast till Syd Korea där det finns tv-kanaler som helt och håller ägnas åt e-sporten. E-sport kan även konsumeras på plats under en turnering, men det ställer krav på

närhet, utbud och ekonomi. Därför är internet uteslutande den viktigaste kanalen för e-sporten (Taylor, 2012). Nedan följer en redogörelse för olika mediekkanaler som står konsumenten tillhanda.

Streamad media

Den streamade mediet är en hörnsten i e-sportskonsumtionen. Konsumenten kan antingen se matcher i realtid via internet eller inspelningar uppladdade på sajter som youtube. Något som ger konsumenten en frihet att välja när en denne vill se en match.

Matcher från turneringar som sänds i realtid kan antingen vara kostnadsfri, reklamfinansierad/sponsrad eller kräva betalning från konsumenten. I dessa går det av naturliga skäl inte att pausa eller spola i sändningen. Antingen så har turneringen en egen utvecklad stream eller så använder de sig av externa sidors infrastruktur. Störst bland dessa aktörer är own3d.tv och twitch.tv som i sitt utbud även tillhandahåller e-sportproffsens, och mindre professionella spelares, ”privata” sändningar. Där kan man se dem öva sina färdigheter och spela träningsmatcher mot andra lag. Det kan även förekomma chatt till dessa sändningar vilket möjliggör interaktion.

En livesändning förutsätter dock att konsumenten kan se matchen när den sänds. För internationella turneringar innebär det ett problem, då tidsskillnaderna medför att en match för en individ kan visas sen kväll eller tidig morgon. Därför kan det finnas ett behov att se en match i efterhand. Antingen får konsumenten betala via video-on-demand tjänster eller så laddas den upp på sajter som Youtube eller de tidigare nämnda streamingsidorna. Den här typen av tjänster medför att en individ inte är bunden till specifika sändningstider, utan kan välja att se en match när det passar in i den enskildes schema. Spontaniteten ökar och tillåter e-sportpubliken med en flexibel konsumtion.

Replays

En replay är en kompillerad fil med information om hur en match utspelades, i sin helhet. Spelmotorn kan läsa av filen och återskapa matchen. Både amatörer och professionella spelare kan skapa replays och dessa kan sedan laddas upp på sidor dedikerade till ändamålet. Det här är en viktig komponent i datorspelskulturen och ger spelare en möjlighet att lära sig av sina egna eller andras misstag och triumfer (Taylor, 2012). Eftersom matchen återskapas i spelet ger det konsumenten full kontroll över uppspelningen av matchen. Kamera, enhetsinformation och uppspelningshastighet styrs av betraktaren. Däremot saknas sådant som är vanligt förekommande vid e-sportsändningar, exempelvis kommentatorer och spelarintervjuer.

E-sportbar

E-sportbarer är inte dedikerade på samma sätt som en vanlig sportsbar, utan hyr in sig alternativt får tillträde på en etablerad bar när speciella turneringar äger rum. Här sänds oftast live-streams från större turneringar. På grund av den rådande populariteten för Starcraft 2 är det nästan uteslutande turneringar i det spelet som visas. Här i Sverige har det etablerats ett evenemang som heter Barcraft. Namnet är en sammanslagning av ordet bar och spelnamnet Starcraft. Detta är dock begränsat till större städer som Stockholm, Norrköping, Göteborg, Uppsala, Malmö, Lund och Halmstad (TeamLiquid, 2012).

Turnering

Turneringar kan förekomma endast online: där spelare, arrangör och publik aldrig möts fysiskt. Något som kan vara fallet vid turneringar som arrangeras av mindre spelsidor eller communityn inom e-sporten. Vid större turneringar, nationella eller internationella, genomförs evenemanget på en specifik plats. Exempelvis har World Cyber Games arrangerats i Los Angeles, Chengdu och Köln.

De tävlande är placerade på en scen med varsin spelstation, publiken är belägen framför scenen och kan se matchen på storbildsskärm, samtidigt som de kan se spelarna. Evenemanget har värdar och kommentatorer som presenterar och intervjuar spelare samt kommenterar matcherna. Det liknar till stor del ett vanligt traditionellt sportevenemang. En vidare redogörelse för olika turneringsformer går att hitta under *organisation och turneringar* på sida 12.

Datorspelskulturen

Datorspel är något som spelas av i stort sett alla åldrar, kön, sexualiteter, etniciteter, religioner och nationaliteter. Spelandet engagerar oss, får oss att tänka, tvingar oss att vara aktiva, är sociala och stimulerar kroppen. Men effekterna stannar inte där, utan det formar även en kultur som datorspelarna konsumerar och även bidrar även till forma (Shaw, 2010). Då e-sportkonsumtion kräver en vidare förståelse av spelet som betraktas, som enklast fås genom att spela spelet själv (Thiborg, 2011), kan det antas att e-sportkonsumenten även är en spelare själv och därmed en del av datorspelskulturen. En förståelse av hur individen påverkas av kulturen, och hur individen i sin tur påverkar kulturen, ger oss en bättre kunskap att förstå dess e-sportkonsumtion. För datorspelskulturen anses vara separat från mainstream kulturen, som en ny och annorlunda form av kultur som går att definiera (Shaw, 2010).

Datorspelande kan vara en aktivitet som görs i ensamhet eller med andra, online eller offline. Båda aktiviteterna, även den i ensamhet, bidrar till individens sociala liv. Då upplevelsen och de

erfarenheter som individen får kan delas med andra i sociala sammanhang – med vänner, bekantar eller i spelcommunityn. Spelandet blir en identitetskapande aktivitet som kan stärka band med andra individer (Shaw, 2010). Exempelvis delar individer i datorspelskulturen en språklig jargong och en känsla av solidaritet, även klädstil (Winkler, 2006).

I en studie av konsolspelande visade det sig att spelandet fungerade som en social kontakt, ett sätt att knyta bekantskaper och nätverka. Spelets främsta syfte kunde även, i vissa sammanhang, vara att socialisera. I samma studie framkom även vikten av status i spelsammanhang. En spelare vill vara duktig och visa det för andra spelare, och förlorade någon skyllde denne på externa faktorer för att inte skada sitt eget ego. Social status är viktig och den ska manifesteras genom kunskap om spelet och i det faktiska spelandet. Spelet är därmed mer än bara spelandet: genom spelande ökar man sitt sociala och kulturella kapital, samt stärker sin egen självbild (Conway, 2010). Spelare är även måna om den bild majoritetskulturen har om deras spelande. Därför tar spelare en aktiv roll i konstruktionen av spelet sociala kontexter och engagerar sig i majoritetskulturens diskurs (om spelande) i ett försök att förklara och rättfärdiga sitt eget spelande (Szablewicz, 2011). Även om studier visar på att den stereotypiska datorspelaren – asocial och otränad – är en myt (Shaw, 2010; Djerf-Pierre, 2007; Taylor, 2006) så utgår medierna ifrån att bilden av den stereotypiske datorspelaren stämmer men att den håller på att förändras, inte att originalbilden av datorspelaren är felaktig (Shaw, 2010). Det kan få datorspelare att vilja motarbeta fortsatt spridning av en sådan myt, då åsikter hos icke-spelare kan ta tid att förändra. Det kan tänkas att denna myt överförs på e-sporten och att dess intressenter då står inför samma dilemma.

Spelarna och publiken till e-sporten ser ett tävlingsmoment där det krävs sofistikerade strategier och snabb reaktionstid, vilket gör att det blir lika underhållande som traditionell sport. De vill även till viss del hävda en skillnad mellan e-sport och övriga datorspel, som de kan anse vara ett njutningslystet tidsfördriv, och att majoritetskulturen blandar ihop de två. En åsikt som e-sportkonsumenterna och dess spelare försöker motarbeta. I Kina har även e-sport en positiv konnotation i samhället och de professionella spelarna ses som föredömen för unga. Däremot har onlinespel av typen MMOS (massive multiplayer online games) en negativ innebörd då det anses vara ett beroendeframkallande tidsfördriv. Möjligen en effekt av den ”folkbildning” som den Kinesiska staten bedriver där de hyllar e-sporten men fördömer MMOS² (Szablewicz, 2011).

En av de tydligare distinktionerna inom spelarkulturen är den mellan hardcore och casual spelare. Taylor (2006) skrev i *Play Between Worlds* om just den separationen inom

² MMO är en förkortning av begreppet massive multiplayer online och syftar till en datorrollspelsgenre där ett stort antal spelare interagerar med varandra i en virtuell värld. Spelaren skapar en fiktiv karaktär som denne tar kontroll över och som bidrar till spelvärlden. Världen existerar och fortsätter att utvecklas även om användaren inte är inloggad.

spelarkulturen. ”Power gamers” ansåg att det fanns mer motiverade spelare. Hardcore spelaren vet vad han/hon ska göra när denne loggar in. Personen har ett tydligt mål och effektiviserar sitt spelande. För hardcore spelaren handlar det om att nå högsta nivån snabbt, få gå med i den bästa gilden eller att förbättra sitt spelande. Målsättningen beror helt på spelaren. Casual spelaren däremot ”ödslar” tid på saker som för hardcorespelaren inte är av vikt, som att utforska, och behandlar spelet mer som lek eller ett tidsfördriv. Hardcorespelare lägger vanligtvis även mer tid på sitt spelande, men så behöver det inte vara, utan främst handlar det om att spela tidseffektivt. Hardcorespelaren tar även med sig sin kunskap från ett spel till ett annat, och utnyttjar den i den nya miljön (Taylor, 2006). Det kan antas att en hardcore-spelare är mer intresserad av e-sport, då ett effektivt sätt att förbättra sitt eget spelande är att se andra spela (Rambush m.fl., 2007).

Datorspelscommunityn kan bygga en stark känsla av grupptillhörighet. Lowoods (2008) studie om spelare i Quake-klaner visade på ett stort engagemang inom communityt. Spelarna ville bidra till att öka kunskapen och sprida den till samtliga medlemmar i communityt. De kunde utveckla mjukvaruhjälpmiddel för spelare att använda sig av, visa upp tips och tricks genom videos eller sprida kunskap om spelet i diverse forum. Drivkraften att dela med sig till övriga spelare inom samma community har länge präglat spelcommunityn. Det kan vara ett behov att ge tillbaka eller hjälpa till, men det kan även ha att göra med det faktum att en spelare vill visa upp sin stora kunskap om spelet. En spelare kan tillhöra flera communities och byta från ett till ett annat när intressen skiftar. Gemenskapen och kunskapsöverföringen är densamma (Lowood, 2008). Som Taylor (2006) påvisat är datorspelarkulturen hos onlinespelare social. Tillsammans delar de community och formar en gemensam identitet.

Tidigare forskning om e-sport

Inom datorspelsforskningen har det visats lite intresse för e-sporten och speciellt när det kommer till att undersöka dess publik (Rambush m.fl., 2007). Datorspelsforskningen har fokuserat på interaktionen mellan spelare och medium (Taylor, 2012). I andra former av mediekonsumtion, som film eller litteratur, betraktas konsumenten som mer passiv. I datorspel krävs en annan form av engagemang av spelaren, att ge liv till den värld som ska upplevas. Spelaren tar kontroll över en karaktär, eller flera, och bestämmer vad som ska hända och när. Nu ser vi däremot en annan sida av spelandet, där man tar en mer passiv roll och betraktar när någon annan spelar. Vi låter en annan spelare styra de enheter eller den karaktär vi skulle kunna styra, och de gör de i ett tävlingsmoment mot en annan spelare. De studier om e-sport som genomförts har framför allt handlat om att klassificera e-sport (Thiborg, 2011), om de

professionella spelarna (Rambush m.fl., 2007; Reeves m.fl., 2009) och även i viss mån publiken (Newman, 2004; Taylor & Witkowski, 2010).

Är det en sport?

I en vetenskaplig artikel av Kalle Jonasson och Jesper Thiborg (2010) undersökte de om Guttmanns (2004) definition av sport kunde uppfyllas av e-sporten. Resultaten visade att e-sporten tycktes uppfylla kraven, och att den sportifiering som sker inom e-sporten går i rask takt. Sportifiering är ett analytiskt verktyg som kan användas för att beskriva en sports framväxt och utveckling. Trots att e-sporten växer explosionsartat så har den nyligen påbörjat sin sportifiering och är inte accepterad som en tävlingsidrott i stora delar av världen (Danielsson, 2005). E-sporten har tagit egna steg framåt för att erkännas som sport. Tävlingar i e-sport organiseras på likartade sätt som tävlingar i den traditionella sporten, och den internationella organisatoriska strukturen håller på att växa fram. Även myntandet av begreppet e-sport och dess breda acceptans hos externa aktörer – företag, journalister och forskare – är ett stort steg i dess utveckling. År 2000 gav en sökning på Google av ordet ”e-sports” 256 000 träffar (Thiborg, 2011), år 2012 gav samma sökning 3 010 000 000 träffar (Google, 2012). Fortsatt sportifiering kan leda till att acceptansen förändras och att e-sporten betraktas som en tävlingsidrott.

Thiborg och Jonasson (2011) påpekar att om sportifieringsprocessen fortsätter, vilket den förmodas göra, så kan e-sporten komma att påverka framtidens sport genom tre möjliga scenarion. Den ena (1) är att e-sporten blir ett alternativ till sport eller en motkultur, en annan (2) är att e-sporten blir en del av den ”moderna sporten” och ses som likvärdig. Det sista (3) scenariot är att e-sporten blir den framtida sporten. Det sista scenariot är högst spekulativt, enligt artikelförfattarna, medan de två tidigare är tendenser som redan nu kan ses (Jonasson & Thiborg, 2010). En intressant aspekt att ta hänsyn till, när man betraktar e-sportens framtid, är analysen att den moderna sporten har vuxit fram i samspel med industrisamhällets framväxt. Sport med fokus på muskelkraft och fysisk uthållighet. E-sporten har i vissa delar av världen gjort samma symbiotiska resa i samhället som gått från industri till informations- och kommunikationsamhälle, där kunskap och intellekt värdesätts allt mer. E-sporten skulle därmed kunna ses som en sport av sin tid (Thiborg, 2011).

Även namnet e-sport i sig har studerats och varför e-sport används som namn för att förklara tävling i datorspel. Jesper Thiborg (2011) menar på att det finns tre anledningar till varför namnet e-sport använts: (1) legitimitet, (2) socialt erkännande och (3) autonomitet. Som spelare, konsument och arrangör av e-sport vill du att kulturen ska tas på allvar. Att det handlar om en seriös utövning av sport och att det inte är en lek. Men han är samtidigt försiktig med att

benämna e-sport som en sport: e-sport är e-sport. Samtidigt frågar han sig om e-sportens sportifiering kan vara ett exempel på en generell sportifiering i samhälle, som vi ser i TV-serier som Idol, Top Model eller liknande.

E-sportaren

Spelarna, även kallade pro gamers, är e-sportens atleter och är det område inom e-sport som fått mest uppmärksamhet från forskarvärlden. I en studie av Stuart Reeves m.fl. (2009) undersöktes hur Counter-Strike spelare grundade sina val allt eftersom spelet pågick: varför en väg valdes framför en annan och hur såg de på spelplanen. Upptäckten blev att spelplanen var under ständig förändring och olika platser på kartan fick ändrad betydelse beroende på tid och situation i spelet. Det är inte en statisk miljö som spelaren vistas i, utan den förändras på grund av motståndarens handlande. En spelare måste ständigt vara beredd att ändra sin strategi, att tänka om och analysera vad motspelaren planerar närmast. Även Rambush m.fl. (2007) undersökte de professionella Counterstrike-spelarnas upplevelser. Snabba reflexer, fingerfärdighet och goda hand-öga-koordination var viktiga aspekter av vad som utgjorde en bra spelare. I samma studie framkom det att e-sportkonsumtionen är en viktig del i utvecklandet av det egna spelandet. En spelare lär sig inte endast av att spela med andra spelare, utan genom att se andra spela. Genom att observera de professionella spelarna och lagen kan man lära sig ny kunskap om hur du som spelare kan ta det egna spelet till nästa nivå. E-sportevenemang som World Cyber Games anses därför som ett bra tillfälle att lära sig från bättre spelare.

För att en e-sportare ska göra bra ifrån sig i turneringar krävs det inte endast goda reflexer och ett strategiskt tänkande. Att inför en stor skara människor visa upp sina förmågor kan för många vara en påfrestande situation. Vad som i vanliga fall kanske sker i goda vänners sällskap visas istället upp inför tusentals åskådare. Ditt agerande blir kritiserat och analyserat av åskådare världen över, vilket sätter en stor psykisk press på e-sportaren. Forskare har därmed ställt sig frågan om spelare är redo att sättas under luppen, då speciellt lagsporter ofta kan leda till utpekande av skuld och intriger. Trots det såg forskarna att spelarna vara mer än villiga att fortsätta när det går snett och låter inte stora misstag hindra dem från att fortsätta (Taylor & Witkowski, 2010).

Att tävla i e-sport kan för en del spelare handla om att livnära sig på det. E-sportarna är därför väl insatta i hur långt deras egna land kommit i utvecklingen av e-sportscenen. Eftersom de vill leva på sporten så bevakar de hemlandets utveckling med hopp om att en dag kunna livnära sig där. Då det för många inte är möjligt i dagens läge drömmer de istället om en karriär utomlands där de kan förverkliga sina drömmar (Rambush m.fl., 2007). Professionaliseringen av spelandet leder till att det blir arbete istället för underhållning, vilket för vissa forskare betonas negativt då

det berövar nöjesvärdet i spelet (Taylor, 2006) medan andra ser arbete som en positiv effekt eftersom atleten får möjlighet att livnära sig på sin talang (Rambush m.fl., 2007).

I en studie av kinesiska studenters förhållningssätt till e-sport visade det sig att e-sportare är människor man ser upp till. Det är personer som är väldigt framgångsrika, inte bara inom spelens värld utan även i andra aspekter av livet. Genom sina karriärer får de sponsoravtal och förhöjd status i samhället som förenklar en karriär inom andra sektorer. En e-sportare förtjänar beröm anser de. Det tycks därför inte underligt att kinesiska studenter gärna hade gjort en karriär som e-sportare. I Kina har även e-sporten utnämnts till nationalsport och erhållit mycket positivt erkännande från staten, likt det i Syd Korea (Szablewicz, 2011).

Publiken

Datorspelsforskningen har hittills lagt relativt lite fokus på åskådarrollen (Taylor & Witkowski, 2010). Forskare belyser vikten att ta in ett bredare spektrum av datorspelet, som inte endast är en interaktion mellan spelare och medium. En datorspelare, trots att han är den som styr upplevelsen genom sitt agerande, skapar händelser som han själv blir åskådare till och som lever bortom skärmen (Crawford & Gosling, 2009). Upplevelsen av ett datorspel kan därmed delas av en grupp individer: det kan vara hemma i någons soffa framför en tv, på ett LAN där någon ser över den spelandes axel eller i en arkadhall där andra på avstånd betraktar när någon eller några spelar (Newman, 2004). Att spela datorspel behöver därför inte endast vara en interaktion mellan användare och medium, utan delas även av åskådare: en publik runt den spelande. Konsumtionen av datorspel hjälper även till att forma den sociala och kulturella identitet en person har (Crawford & Gosling, 2009), vilket sedan kan delas av åskådare medan någon spelar eller vid andra sociala tillställningar. Så för att förstå spelet, och för att förstå e-sporten, måste man förstå sig på dess intresser: åskådarna (Rambush m.fl., 2007). De communities och de ligor som bildas bidrar till konstruktionen av den identitet som spelarna och dess åskådare även konstruerar och konsumerar. Som åskådare så stärker vi inte endast våra sociala band med vänner, utan formar nya med främlingar (Taylor & Witkowski, 2010).

Att konsumera e-sport bidrar även till en förlängning av det egna spelet. Genom att se andra spela ett spel du är bekant med, så upplever du genom någon annans spelande ditt eget spelande. Du ifrågasätter deras handlande och kommer med egna idéer för hur en strategi skulle kunna genomföras och ser andra valmöjligheter. Att betrakta någon annan spela triggar också intresset att återuppleva spelvärlden. När du väl återbesöker den har du även vunnit ny kunskap, genom att observera någon annans spelsätt (Taylor & Witkowski, 2010).

E-sporten ger datorspelare, som har en stor passion för datorspel, möjligheten att utveckla och bygga vidare på sin passion, genom att kunna följa specifika spelare, lag och datorspel. Spelare kan lära sig av de professionella spelarna och förbättra sitt eget spel. Men inom e-sporten är det inte bara fans som följer matcherna, även de professionella spelarna ser på matcher och laddar ner replays, för att kunna utveckla strategier (Taylor, Witkowski, 2010). De professionella spelarna och ”hobbyspelarna” delar samma sfär, de lever i samma community. En stor del av spelarcommunityn är därför att se på andra spela, diskutera strategier och därigenom utveckla det egna spelandet.

Teori

Vad motiverar sportkonsumenter?

De senaste 20 år har sportforskare inom flera olika ämnesområden intresserat sig för att studera vad det är som motiverar individer att konsumera sport. Forskarna har funnit åtta karakteristiska motiv som är återkommande hos sportfans: *flykt, ekonomi, dramatik/spänning, grupptillhörighet, underhållning, självförtroende, familj och estetik* (Wann m.fl., 2008).

Flyktmotivet är att använda sig av sporten som en diversion från sitt vardagsliv. En person som är missnöjd med sitt liv eller som upplever en jobbig alternativt stressande tid kan fly det för en stund genom att konsumera sport. Det ekonomiska motivet är personer som ser på sport för att genom vadslagning tjäna pengar. Vissa forskare påpekar däremot att en "äkta" supporter av en sport inte låter sig motiveras av ekonomiska behov. Det tredje motivet, dramatik och spänning, innebär att konsumenten vill bli exalterad och stimulerad av sport. Grupptillhörighet, det fjärde motivet, bygger på att sport konsumeras som en grupp. Konsumenten delar erfarenheten med andra konsumenter vilket skapar tillhörighet och gemenskap. Vissa konsumenter ser det som den främsta drivkraften, att träffa vänner och då konsumera sport. Underhållning är ett annat motiv som är av stor vikt. Precis som det är underhållande att spela datorspel, se på film eller läsa tv-serier så är det underhållande att konsumera sport. Familjemotivet är att man genom sport får möjlighet att spendera tid med familjen, att man stärker band inom den. Av naturliga skäl är det här ett motiv som är starkt bland de som har barn och/eller är gifta/sambos. Det sista motivet är det estetiska motivet. Någon väljer att konsumera sport på grund av den artistiska skönhet och stil som sporten erbjuder, exempel gymnastik eller konståkning, men det begränsar sig inte endast till sporter som kan betraktas som estetiska. Det ligger i betraktarens öga. Inom de här grupperna har det visat sig att kvinnor och män drivs olika mycket av olika motiv. Män sägs motiveras i högre utsträckning av dramatik, ekonomi, självkänsla och estetik, medan kvinnor motiveras i större utsträckning av familjebehovet (Wann m.fl., 2008).

Vad som motiverar människor skiljer sig även markant beroende på vad det är för sport. I Daniel Wann m.fl. (2008) studie kategoriserar de sport i individuell kontra lagsport, aggressiv kontra icke aggressiv (ex: boxning kontra golf) och stilistisk kontra icke stilistisk sport (ex: formel 1 kontra hockey). Inom lagsporten är det dramatik, självkänsla, grupptillhörighet, underhållning och familj som dominerar motivationen bakom konsumtionen. I individuell sport, exempelvis golf eller konståkning, är det den estetiska motivationen som lockar mest.

Detsamma gäller för icke aggressiv sport. Den aggressiva sporten domineras istället av ekonomi, dramatik, grupptillhörighet och underhållning, men de fann även en estetisk motivation. Inom stilistisk sport, vilket ej är förvånande, så ansåg konsumenter den estetiska motivationen i högre grad vara uppfylldes. För den icke stilistiska sporten var det övriga kategorier som dominerade istället. Men bara för att stilistisk sport i högre grad uppfyllde den estetiska motivationen så fanns det andra motivationer bakom konsumtionen, som exempelvis dramatik. Däremot tillåter sporter som inte är estetiska till ”utsvängt beteende” som uppmuntrar uppståndelse och en högljudd publik, vilket leder till att det blir en större motivator hos dess konsumenter (Wann m.fl., 2008).

Den behovsstyrda mediekonsumtionen

E-sporten kan ses i hemmet, på en bar eller live på en turnering. En individ har flera valmöjligheter till var han eller hon ska betrakta e-sporten. Platser har olika för- och nackdelar, och konsumenten måste välja en plats och medium för sin e-sportkonsumtion. Valen styrs då av olika motivationer, men vilka kan dessa vara? Och vad är det för mediekonsument vi har att göra med?

Synen på mediekonsumenten har inte alltid varit densamma. Inom *Mass Society* teorin, som uppkom på 1920-talet, ansåg det att konsumenten var hjälplös emot mediernas kraftfulla budskap. Det som basunerades ut genom tv, radio och tidningar kunde inte individen avskärma sig ifrån. Allt som konsumenten kom i kontakt med påverkade denne. Den här teorin kom senare att bytas ut mot *Limited Effects* teorin, där mediernas inflytande på individen påverkades av dess personlighet och umgänge. Inom den teorin gjordes två antaganden. (1) Intelligens och självkänsla avgör hur stark påverkan ett medium har. Smarta och självsäkra individer var därmed bättre skyddade mot mediernas påverkan, och vice versa. (2) Mediernas påverkan begränsas av de gemenskaper individen har med olika grupper. Tolkningen av budskap kan därmed filtreras genom gruppen. Exempelvis kan en person som tillhör en politisk organisation få mediernas budskap omtolkade så att de stämmer in med den världsbild som deras politik förespråkar (West & Turner, 2010). Effektforskningen inom medie- och kommunikationsvetenskapen, sprunget ur den moralpanik som uppstod kring uppkomsten av nya medium, hävdar att människan påverkas av ett medium. Graden och vidden av påverkan har diskuterats, men synen på individen var att den var en passiv mottagare av information. Konsumenten är inte stark eller intelligent nog att stå emot mediernas budskap (Jensen & Rosengren, 1990).

Effektforskningens syn på konsumenten som en passiv mottagare av budskap, med begränsad möjlighet att tolka och förstå bredden av påverkan dessa budskap har på dem, kom senare att förändras. *Uses and Gratification* teorin utvecklades, där man istället för att fråga vad mediet gjorde med individen frågade sig vad individen gjorde med mediet (Jensen & Rosengren, 1990). Man menade att en individ konsumerar ett visst medium på basis av att denne vill få ut något av konsumtionen, användaren söker en belöning (gratifikation). Konsumenten har därmed ett aktivt förhållningsätt till de olika medium som existerar och bedömer vilket som bäst fyller dennes behov. *Uses and gratification* perspektivet grundar sig på att användaren väger den belöning ett visst medium ger mot den ansträngning det kostar. Genom att ställa dessa två mot varandra får konsumenten ett mått på belöning kontra ansträngning, och kan lättare göra ett rationellt val (West & Turner, 2010). Det har skett ett skifte inom medieforskningen där fokus gått från vad mediet gör med användaren till att undersöka vad användaren gör med mediet. Om effekter uppstår, positiva eller negativa, beror det på att konsumenten vill eller tillåter dem att hända (Ibid.). Kritiker menar dock att mediet påverkar konsumenten på sätt som denne inte kan vara medveten om, trots att den medvetet väljer ett medium med en viss motivation. Det uppstår därmed effekter som användaren inte var medveten om eller sökte att få till stånd. Det har lett till formandet av en ny inriktning, *Uses and Effects* teorin, som dock ännu inte kommit att ersätta *Uses and Gratification* teorin. Det är även svårt att undersöka dessa önskade effekter (Jensen & Rosengren, 1990). Det finns fem grundantaganden gällande *Uses and Gratification* teorin som lades fram av Katz, Blumler och Gurevitch (1974):

1. Publiken är aktiv och målinriktad med sitt medieanvändande.
2. Valet och initiativet att konsumera ett medium och dess koppling till tillfredställelsen vilar hos användaren.
3. Medievalet tävlar med andra mediekällor i användarens behov av information.
4. Publiken, användarna, har tillräcklig insikt om sitt medieval, sina intressen och motiv att de kan bidra forskaren med en rättfärdig bild av detta användande. Eller att i alla fall kunna känna igen dem, när de presenteras på ett begripligt sätt.
5. Endast användaren kan värdesätta sitt eget medieanvändande. Forskaren ska inte lägga in värderingar i dess val av medium.

Dessa antaganden tillhandahåller ett förhållningsätt till publiken, som forskaren måste ta hänsyn till i undersökandet av behov och motivationer. Användaren kan göra aktiva medieval, och att valen styrs på basis av vad användaren vill få ut (West & Turner, 2010). Konsumenten är inte passiv, utan en aktiv producent och aktör som genom massmediet bygger och utvecklar sin sociala identitet (Crawford och Gosling, 2009). Exempelvis har datorspelsforskningen utgått ifrån en aktiv publik, eftersom individen i sitt spelande måste reagera på den handling som utspelas och göra aktiva val. Där visas en mer fysiskt aktiv användare, som genom kroppen och

tanken tar kontroll över mediet (Shaw, 2010). Teorin ger mig även namn på drivkrafter för att undersöka vad för behov och tillfredsställelse som e-sportkonsumtionen ger användaren.

Användarens gratifikation

En mediekonsument har ett motiv med medieanvändningen. McQuail m.fl. tog 1972 fram genom sin studie av tv-konsumtion en lista på behov: *diversion*, som innebär att användaren vill fly från vardagens måsten eller koppla av från dem; *stärkandet av relationer*, där användaren genom mediet knyter vänskapsband eller bygger en gruppstillhörighet; *självbilden*, att genom mediekonsumtion förstärka och konstruera uppfattningen av jaget; *omvärldsbevakning*, där användaren inhämtar information för ett givet syfte, exempelvis att bli politiskt kunnig. Att se på hemsnickarprogram är ett annat exempel på hur användaren vill hämta information för att kunna bygga om hemma. Att gå på bio är ett exempel på diversion, där konsumenten vill bli underhållen och fly från en stressad vardag. Behoven kan se olika ut beroende på individ. Alla har inte samma syfte till grund för en mediekonsumtion (West & Turner, 2010). Ovan nämnd lista på behov har sedan utvecklats av Katz m.fl (1973) som presenterade fram en kategorisering baserad på sociala och psykologiska funktioner av massmedia. 35 behov identifierades och utifrån dem formades 5 kategorier för att klassificera behoven:

- **Kognitiva behov:** Att hämta information, kunskap och förståelse om sin omvärld.
- **Affektiva behov:** Få känslomässiga upplevelser, glädjande eller någon form av emotionell effekt.
- **Personlighetsstärkande behov:** Att öka sitt självförtroende, status och trovärdighet.
- **Socialt integrerande behov:** Att knyta bättre relationer med vänner, familj och andra.
- **Avkoppling:** Uppnå verklighetsflykt eller förströelse.

Gratifikationen är inte begränsad till en kategori, utan kan vara flera, men det finns oftast en som är mer framstående än de övriga (Katz m.fl. 1973). Valet av medium när någon exempelvis vill uppnå avkoppling kan vara film, och för kognitiva behov en dagstidning. Men samtidigt som filmen ger avkoppling så kan betraktaren lära sig något, det kan var en dokumentär eller historisk film, samtidigt som att läsa dagstidning kan innebära avkoppling för en läsare.

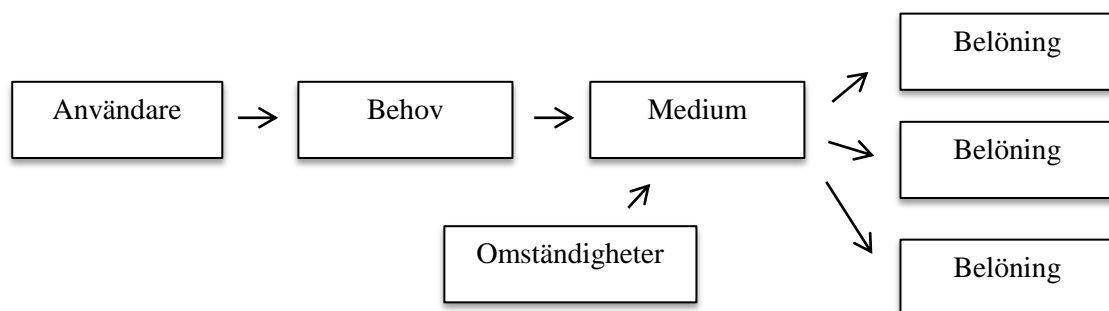
Tidigare gick jag igenom de åtta främsta motivationerna bakom sportkonsumtion. Dessa behov kan placeras in i Uses and Gratification klassificeringen enligt Katz m.fl.: *avkoppling*: flykt; *personlighetsstärkande*: självförtroende, ekonomi; *affektivt*: dramatik/spänning, underhållning, estetik; *socialt integrerande*: gruppstillhörighet, familj. Det ekonomiska motivet placeras inte med självklarhet under det socialt integrerande behovet, det kan även anses som ett affektivt behov då det ökar spänning och underhållningsvärde. Men införskaffandet av materiella ting,

vilket kan antas vara en anledning till ökat ekonomiskt kapital, borde anses personlighetsstärkande.

Genom den här jämförelsen visar det sig att forskning om motivationen bakom sportkonsumtion kan appliceras inom kategoriseringen av behov för Uses and Gratification. Teorin ger mig ett öppet förhållningsätt, med breda definitioner, men som inkluderar de åtta motivationerna som framkommit i sportforskningen.

Min syn på e-sportkonsumenten blir därmed en aktiv användare, som gör medvetna medieval. Dessa val grundar sig på behov, som styr valet av medium, och som genom medieanvändningen får ut en viss belöning. Konsumenten väger också den ansträngning mediekonsumtionen kräver mot den belöning som ges, d.v.s. de omständigheter som existerar och vad för hinder användaren måste överkomma för att konsumera mediet. Så kommer e-sportkonsumenten att behandlas i studien. En förklarande modell ses i *figur 1* nedan:

Figur 1: en modell över den behovsstyrda mediekonsumtionen



Subkultur och identitet

Williams (1958) beskrev kulturen som hela vårt levnadssätt. Men vad är då en subkultur, är den en del av vårt levnadssätt? Synen på subkulturer och vad som definierar dem har inte alltid varit densamma, och teorierna om dem har genomgått en omfattande utveckling.

Birmingham-skolan lade mycket av grunden för forskning och teoretisering av subkulturen. Fokus låg på arbetarklassens ungdomar och deras livsstilar. Deras innovation var att försöka att analysera subkulturella uttryck i termer av makt- och klasserfarenhet. Det gjordes genom att studera symboler och uttryck inom kulturen. Birmingham-skolans definition av subkultur är att dess form och struktur går att urskiljas från samhällsnormen, eller som jag kommer att kalla den: majoritetskulturen. Subkulturen i sig bygger på intressen och aktiviteter som inte tillhör den rådande normen. Antingen kan de vara märkbara skillnader eller knappt urskiljbara. Det beror på subkulturens utformning och innehåll. Men subkulturen är samtidigt en del av majoritetskulturen: genom att dess medlemmar delar exempelvis stad, skola och klass. Det finns även identiteter inom samhällsnormen som subkulturens medlemmar kan ha: förälder, lärare eller liknande. Vad subkulturen inte accepterar är den plats i hierarkin de blivit tilldelade och skapar genom sin tillhörighet i subkulturen ett alternativt förhållningssätt, en egen ”lösning”. Tillsammans delar man ett missnöje mot samhällets rådande normer, värderingar och samhällsstruktur (Clarke, 1997). En av de mest framstående forskarna Dick Hebdige (1979) hävdade att en subkultur är ett avståndstagande till det normala. Han menade att subkulturer kan uppfattas som något negativt på grund av sin kritik till den samhällsdominerande normen. Hebdige hävdade att subkulturer sammanför likasinnade individer som känner sig försummade av samhällsnormen och ge dem möjlighet att utveckla en känsla av identitet.

Närmare in på 1990-talet fick subkulturen en ny våg av forskning och teoretisering, även denna gång i England, som kom att kallas post-subkulturell teori. Här frångick man subkulturens definition som något begränsat till medelklassens ungdomar och ett uppror mot samhällets normer. Istället ansåg man att unga valde stil och subkultur i en ständigt pågående process att skapa och forma sin identitet. Konsumtionen spelade här en viktig roll i den processen, samt lyssnandet på musik. Birmingham-skolans syn på subkulturen som ett mindre samhälle inom samhället, med fasta identiteter som återspeglas i dess medlemmas val av stil, byttes ut mot mer flyktiga och mer flytande kulturella formationer där identiteten var mindre permanent (Gelder, 2007).

Clarke (1997) riktade kritik mot Hebdige och menade att subkulturer inte alls måste ”försvara sig mot samhällets vulgära normer”, utan kan istället acceptera dess värderingar. Han menar också på att subkulturen och majoritetskulturens uttryck och stil är insnärjda i varandra. Det är inte alltid tydliga skillnader som avgör dem. Andra forskare menade även att tidigare forskning

inte tagit hänsyn till att ungdomar kan delta i subkulturer för att det är skoj, för att det ger dem en annan roll att agera i samhället (Bennett & Harris-Kahn, 2004). Birmingham-skolan definition tillskriver subkulturen ett för oppositionellt förhållande till majoritetskulturen. Exempelvis ansåg Thornton (1995), en av de mer framstående post-subkulturella forskarna, att subkulturer hade beskrivits som allt för politiska. Medlemmarna inom kulturen behöver inte ha det stora politiska engagemanget som de blivit tilldelade. Istället påpekade Thornton att det istället hade att göra med distinktion och verklighetsflykt. Viljan att tillhöra en subkultur kunde grundas i att man vill särskilja sig från majoritetskulturen, och att det innebär något positivt för individen. Deltagandet i subkulturen ger även ett kulturellt kapital, som till viss del kan användas inom majoritetskulturen. Straw (1991) påpekade även han att politik inte behövde vara en hörnsten i olika subkulturer som definierades av musik, inte heller är de begränsade till geografisk plats utan kan delas med personer på olika delar av världen som aldrig haft kontakt med varandra. Det som band dem samman var sökandet efter något nytt att identifiera sig med istället för det lokalt djupt rotade arvet. Musiken kunde exempelvis vara den identifikationen. Även Thomas Ziehe (2003) menar att subkulturer lämnat de politiskt definierande aspekterna bakom sig och är nu istället ett uttryck för en kulturell och psykisk längtan efter identifikation. Vi vill känna tillhörighet och definiera vår plats i samhället.

Begreppet subkultur kom senare att vidareutvecklas av Kenneth Gelder (2007). Han menade att subkultur inte får blandas ihop med en motkultur: en grupp som motsätter sig majoritetskulturens normer och värderingar. Han presenterade sex olika former av subkulturer som är identifierbara:

1. Negativ inställning till arbete.
2. Negativ eller ambivalent inställning till klass.
3. Association till territorium, istället för egendom (exempelvis klubb eller gatugäng).
4. Gemenskap i andra former än den av familjen
5. Stilrelaterad gemenskap, baserad på extremitet och/eller överdrift.
6. Motstånd till det vardagliga livet och att anpassa sig.

Gelder hämtade dessa genom en omfattande genomgång av den teoretisering som gjorts av subkulturer. Hans inkluderande identifiering av subkulturer grundar sig i att både Birmingham-skolan och den post-subkulturell teoretiseringen har varit otillfredsställande. Han delar kritiken från post-subkulturteoretikerna, men menar att deras syn riskerar att omöjliggöra analys av subkulturens skillnader gentemot samhällsnormen (Gelder, 2007).

Subkultur inom dator- och rollspeladen

Subkulturer har, som det visat sig ovan, en bred definition och kan även appliceras till dator och rollspelade. Inom sociologin är det vedertaget att inom spelstudier prata om communities, där man ser spelandet som en social aktivitet som skapar gemenskap. Genom exempelvis MMORPG spelandet så kunde spelarna utveckla starka band till sina guilds/klaner och utveckla känsla av lojalitet. Anledningen till att mmorpg spelare kan forma dessa sociala nätverk, och communities, är för att de tillsammans upplever och delar erfarenheter. De formar ritualer och utveckla sitt eget språk: slang och förkortningar (Gelder, 2007).

MMORPG spelen får däremot den utomstående, majoritetskulturen kring den, att uppleva något sorts moralpanik: föräldrar bannlyser barnen från att spela dem, lagar införs för att begränsa dem, man talar om datorspelberoende och det bildas en anti-spel attityd i samhället. Att spela dessa spel är inte förenligt i ett samhälle där individen ska vara hårt arbetande, då de låter sig slukas av en fantasivärld flera timmar om dagen. I det kapitalistiska samhället uppnås självförverkligande genom arbete och förvänskande av materiella ting. Majoritetskulturen tror därmed att spelaren inte vill vara en del av samhället och försöker frångå den genom att gå in i en annan värld och anta en annan personlighet (Gelder, 2007).

MMORPG spelarna kan ses som del i både en subkultur och masskultur. Masskultur genom att det är en global nöjesindustri som vem som helst världen över kan bli del av, och som har en enormt stor spelarbas. Samtidigt är det en subkultur för att de tillhandahåller möjligheten för spelare att mötas och genom den delade upplevelsen knyta starkare band – främlingar blir vänner – och identifikation dem emellan. Deras spelande är en avvikelse från samhällsnormen och varje akt av spelande blir ett uppror. Denna gemenskap i opposition till samhällsnormen blir essensen av deras subkultur (Gelder, 2007). Jag anser att även andra former av spel kan tillskrivas den här avvikelsen, inte bara MMORPG. Utomstående ser troligen inte själva spelet i sig som den största motsättningen utan det är mängden tid som spenderas och den påverkan de tror den har. Där finns det ingen större skillnad mellan e-sportens spel och MMORPGs.

Identifikation

Att en individ identifierar sig med en viss subkultur innebär inte att den personen inte har andra identiteter och andra subkulturer den tillhör. En individ är inte bunden till en viss identitet och en viss kultur, utan kan identifiera sig med flera olika kulturer. Det är situationsbundet. En människa kan i olika situationer identifiera sig med olika subkulturer. Även om identifikation är en viktig aspekt av subkulturer, så innebär det därmed att en viss subkultur inte utgör en människas hela identitet. Graden av identifikation kan mätas i hur stor utstäckning som en individ bebländar sig med populationen av en given subkultur och hur ofta individen väljer att

identifiera sig med subkulturen i olika givna situationer. En identitet kan vara latent, för att vid ett givet tillfälle manifesteras sig själv, då exempelvis en individ interagerar med någon från subkulturen. Det är därmed upp till individen att välja när hon vill identifiera sig med en viss subkultur och för vem (Fine & Kleinman, 1979).

En individ kan identifiera sig med flera olika segment i samhället, där vissa har ett starkt politiskt och beteendemässigt uttryck medan andra har mer subtila distinktioner från samhällsnormen. Det är viktigt att påpeka att en individ endast kan identifieras med en viss subkultur om denne kan interagera med andra individer inom den givna populationen (för kulturen) och genom dem få kulturell kunskap (Fine & Kleinman, 1979).

Vad som definierar en subkultur kan vara olika, från ett samhällsmotstånd till en stilistisk särprägel. Människor som identifierar sig med en subkultur är heller inte ”bundna” till den utan kan vara del av flera andra subkulturer. En individ definieras heller inte endast av en subkultur, utan identitet byggs av flera olika tillhörigheter och denne väljer när den vill identifiera sig med en viss subkultur.

Metod

Syftet med uppsatsen är att undersöka vad som motiverar individer att konsumera e-sport. Jag är också intresserad av frågor om gemenskap: om och hur konsumtionen av e-sport bidrar till känslor av gemenskap bland publiken. För att besvara mina forskningsfrågor intervjuas e-sportkonsumenter vilket kombineras med observationer från tävlingsevenemang inom e-sport. Intervjuerna är till för att undersöka motivationen bakom konsumtionen och hur publiken resonerar kring frågor om identifikation och gemenskap med andra e-sportkonsumenter. Observationer användes för att innan intervjuerna få en förståelse för hur konsumtionen går till och för att studera interaktionen mellan åskådarna, på offentliga e-sportevenemang.

Studien har följt en utvecklad tidsplan där datainsamling, transkribering, resultat och analys planerats in. Det har bidragit till en övergripande bild av processen och förenklat beslut under uppsatsen gång. Metodinsamlingen började med observationer på e-sportevenemang i Göteborg och följdes upp med semi-strukturerade intervjuer av e-sportkonsumenter.

Etnografiska observationer

Tidigare datorspelsforskning (Harper, 2007; Walkerdine, 2006) har påvisat att observationer är användbara för att undersöka spelande, medan det händer. Som forskare påverkar du inte den som spelar, då den är så involverad i spelvärlden, vilket tillåter för en god observation av spelarens handling och det som händer kring. I den här studien kommer inte spelaren studeras, utan åskådarna till den som spelar. Men Harper (2010) påpekar att observationer även lämpar sig till spelevenemang: då publiken till andras spelande även de blir engagerade och därmed minskar den påverkan som forskarens närvaro innebär.

Observationer lämpar sig till att undersöka utforskat område och pröva teorier. Bristfällig forskning är också en god anledning att använda sig av etnografiska observationer, för att skapa en forskningsgrund som annan metodologisk forskning kan byggare vidare på. Genom observationerna får jag även möjlighet att sätta mina forskningsfrågor i ett sammanhang, och kan utvärdera om de behöver utvecklas eller bytas ut. De ger också kunskap som jag kan använda i teoretiseringen inför mina intervjuer.

Etnografi tillåter ett flexibelt förhållningssätt och det är sällan att frågeställningarna och forskningsproblemet är färdig definierat innan forskaren ger sig ut på fältet (Hammersley &

Atkinson, 2007). Så var även fallet med mina frågeställningar, som kom att förfinas efter mina observationer och därmed bidrog till ett tydligare fokus i mina intervjuer.

Plats

I samband med att min studie skulle påbörjas startade även en ny e-sportturnering i Göteborg: GBG Esport Open. Lokala e-sporttalanger kom att tävla om titeln som Göteborgs bästa Starcraft 2-spelare. Turneringen bestod av fyra kval, på spelcaféer runt om i Göteborg, och slutligen en final, på Svenska Mässan under Mediedagarna. Kvalen ägde rum på internet- och spelcaféerna: *Vasagaming*, *Spelpunkten* (Lerum), *Gameonline* och *Game-zone*. Jag genomförde observationer på finalen och alla kval utom Spelpunkten, då det inte förväntades komma någon publik (vilket även stämde). Det här gav mig ett tillfälle att studera den mer inbitna e-sportkonsumenten i interaktion med andra konsumenter. Platserna för kvalen var öppna för alla som ville delta, och innebar att jag inte behövde förhandla om tillträde med arrangör. Detta gör det betydligt enklare för mig som utomstående observatör att bedriva forskning (Hammersley & Atkinson, 2007). Trots det frågades om tillträde för att underlätta studiens genomförande. Kontakten med arrangörerna formades innan studiens påbörjan, då jag vände mig till en bredd av olika e-sportaktörer för att höra vad för studie som kunde vara relevant för dem. Av ren händelse kom jag i kontakt med en person som precis var i uppstarten av att ordna en turnering i Göteborg. Det visade sig då att de behövde hjälp med pressarbete och kommunikation. Jag ställde upp med min lediga tid och kunde därmed få en god ingång i fältet och även ett bra informationsutbyte. Det här gav mig en insikt i hur arrangemanget arrangerades, varifrån man lockade publik och hur. Samtidigt fick jag en nära kontakt med arrangören vilket underlättade forskningsprocessen, då en god relation kan förhindra att arrangören fråntar mig tillträde eller vill komma att påverka observationerna (Hammersley & Atkinson, 2007). Genom min kontakt med arrangör fick jag även kunskap om det community han varit med och skapat: Barcraft. Från det communityt fick GBG Esport Open i stort sett alla sin publik. Därför föll det även naturligt att vända mig till den communityn när jag skulle söka intervjupersoner.

Antalet turneringstillfällen gjorde det möjligt att utvärdera, efter första besöket, om platserna lämpade sig för etnografiska observationer, vilket kan vara av värde för att säkerställa att det går att bedriva forskning på de valda platserna (Hammersley & Atkinson, 2007). Kriteriet för studien var att det fanns en publik, och i relativt god omfattning, så att det gick att studera åskådarnas interaktion. Helst skulle publiken bestå av olika kompisgrupper för att se om man socialiserade med okända, och hur det gick till. På plats under de olika kvalen fanns det från 3-12 åskådare, under olika tidpunkter, medan det på finalen fanns en publik på runt 100 individer. Det mindre antalet under kvalet gjorde det möjligt att komma närmare individerna och höra

deras diskussioner, vilket var svårare under finalen då publikens samtal konkurrerade med varandra och även med ljudet från högtalarsystemet.

Den deltagande observatören

Då kvalen är en öppen plats, tillgänglig för allmänheten, såg jag ingen anledning att avslöja min identitet för publiken. Min roll blev den av en dold observatör. Arrangören var medveten om min roll och att jag observerade deltagarna, men deltagarna i sig hade ingen vetskap om det. Då det är öppna evenemang dit människor kommer för att betrakta en sport, eller delta i den, så kan jag anta att människor kommer utgå ifrån att jag är en av åskådarna. De utgår istället ifrån att jag är en av dem, även kallat en *fullständig deltagare* (Bryman, 2011). Röjer jag däremot min identitet, om någon frågar, så blir jag däremot *deltagare-som-observatör*, då deltagaren blir medveten om min forskarroll. Det kan komma att påverka hur publiken förhåller sig till mig och hur de beter sig. Däremot har tidigare etnografiska observationer pekat på att så inte blir fallet, då åskådarna involveras tillräckligt i spelet (Harper, 2010). Jag såg inget problem med att förklara min forskarroll om frågan skulle komma på tal, men det gjorde den aldrig. Något som förvånade mig då jag öppet visade mitt anteckningsblock. Detta var ett medvetet val då jag ville få så goda redogörelser som möjligt av det jag observerat. Därför hade jag ständigt mitt anteckningsblock tillgänglig och skrev ner anteckningar så fort som något observerades.

I sammanhanget har min ålder, kön och intresse för datorspel säkerligen underlättat observationerna. Då merparten av dem jag undersökte var unga män med ett stort datorintresse avvikte jag inte från populationen. Jag blev därför inte en malplacerad utomstående, som säkert hade väckt frågor och stört den ”naturliga balansen”. Sådana aspekter kan spela en stor roll i etnografiska observationer. Det hade kunnat leda till att deras beteende påverkas av min närvaro (Hammersley & Atkinson, 2007).

För en etnograf kan det vara svårt att veta när en studie ska avslutas, då observationer genomförs utan definitiva tidsramar (Bryman, 2011). Då händelserna jag ska observera har en tydlig början och slut, så förenklar det till viss mån mitt val när jag ska avsluta den etnografiska observationen. Då jag ska studera betraktarna av e-sporten, inte dess utövare och arrangörer, så påbörjar jag mina observationer när evenemanget väl börjat och åskådarna kommit på plats. När väl turneringen avslutas så avslutar jag även mina observationer, eller när jag känner att det finns en mättnad i det jag observerat åskådarna emellan.

Observationernas fokus

I samtliga observationer har publiken varit i fokus. Jag valde att till stor del bortse från miljön, då den endast är kulisser i den sociala interaktionen och påverkar inte, i tillräckligt stor grad, det beteende jag vill studera. Även om miljön sätter stämning, så har inte publiken valt miljön utan deras intresse sammanfaller med platsen (Hammersley & Atkinson, 2007). Att lägga stort fokus på vissa aspekter av miljön känns därför oväsentligt. Jag har valt att se till publikens agerande, deras interaktion och deras relation till mediet. Däremot är det av intresse hur publiken sitter i relation till varandra, hur åskådarplatserna arrangerats och på vilket sätt objektet för mediekonsumtionen framställs. Men relevansen ska ligga i konsumtionen och interaktionen.

Det som observerades under kvalen var hur deltagarna interagerade med varandra: kom de med vänner, vad pratade de om, sökte de kontakt med okända och i så fall varför? Eftersom de väljer att komma till en offentlig plats där konsumtionen sker tillsammans med andra var det av intresse att se hur det påverkade konsumtionen. Vad hade de andra i publiken för roll för konsumenten? Observationernas fokus låg därmed på ovan nämnda, och i direkta anteckningen skrevs relevanta observationer ner för att de skulle vara så beskrivande som möjligt över de händelseförlopp som ägde rum. Anledningen till att observationerna fick ett sådant fokus är för att jag som observatör är begränsad till vad för kunskap jag kan få ut, och det kan endast besvara en del av det jag ämnar studera. Att genom observationer få ut samtliga motivationer bakom e-sportkonsumtionen är inte möjligt, istället har jag valt att se till dem jag anser möjligt att genom etnografiska observationer kunna få fram. Resterande motivationer och frågeställningar söker jag besvara genom intervjuer.

Intervjuer

Intervjuer ger mig tillfälle att vidare undersöka det som framkommit i mina observationer, på samma sätt som Harper (2010) gjorde i sin studie om spelande av fightingspel. Han observerade det beteende som uppkom när någon spelade och kunde sedan i intervjuer vidare undersöka beteendet. Det må heller inte vara önskvärt att avbryta en persons spelande eller åskådande för att ställa frågor under observationen, då det kan avbryta det naturliga flödet av händelser som är av intresse att studera (Harper, 2010; Hammersley & Atkinson, 2007). Därför valde jag att ha intervjuer som ett separat moment. Det ger mig även tillfälle att reflektera över det jag observerat, vilket kan bidra till att förenkla sammanställningen en intervjuguide. Intervjuer skilda från observationstillfällena ger mig även möjlighet få informantens fulla uppmärksamhet. Det är heller inte möjligt att få svar på mina frågeställningar endast genom observationer. Jag får endast observera händelser, men kan inte undersöka vidare vad dessa händelser innebär för

betraktaren, vad som ger upphov till beteendet och vad för funktion det fyller (Hammersley & Atkinson, 2007).

Då jag vill ha en intervjusituation som tillåter informanten att vidareutveckla sina tankegångar har jag valt att använda mig av semistrukturerade intervjuer. Det ger mig detaljerade svar som tillåter mig gå ifrån intervjuguiden om något intressant skulle dyka upp. Däremot har jag tydliga frågeställningar och vet därmed vad för frågor jag vill ha svar på, vilket förutsätter en struktur och fördefinierade frågor, men som tillåter uppkommandet av nya frågor under intervjusituationen då informanten ger oväntade svar (Bryman, 2011; Kvale & Brinkmann, 2011). Det ger en flexibel intervjusituation och ett naturligt samtal med informanten.

Informanterna

Antalet informanter har jag valt att begränsa till 10. Enligt Kvale och Brinkmann (2011) ligger antalet informanter i en vanlig intervjustudie på 15 informanter, plus eller minus 10. Då jag även genomför observationer som komplement måste jag begränsa antalet intervjuer för att ha tid till god resultat- och analysgenomgång.

Informanter är hämtade ur Barcraft-gruppens (i Göteborg) facebook-sida. Det var även den främsta annonseringskanalen för e-sportturneringen jag observerade, och därmed kändes det naturligt att vända sig till den för informanter. Valet att använda Barcraft gjordes för att hålla min inom samma kontext och därmed kunna dra paralleller mellan observationerna och intervjuerna.

Urvalet gjordes genom ett bekvämlighetsurval ur gruppens facebook-sida, där medlemmar kontaktades med en förfrågan om de vill delta i studien. Ett bekvämlighetsurval gör det svårt att generalisera resultatet då det inte går att veta om de är representativa för populationen. Representativitet är inte av stor vikt då det är en explorativ studie som ämnar ge en första inblick i de drivkrafter som motiverar e-sportkonsumtionen. Sannolikhetsurval hade varit att föredra men är tyvärr inte möjligt då jag saknar kunskap om hur målpopulationen ser ut: saknas studier i området och statistik över gruppen där urvalet sker (Bryman, 2011). Förutom att informanterna delar samma intresse, till sådan grad att de är med i en lokalt anknuten grupp för det, så är det en relativt heterogen grupp. Visst alla informanter gillar datorspel, men det är inte något som är ovanligt i dagens svenska samhälle (Datorspelsbranschen, 2011). Utöver det så har de väldigt skilda intressen inom en mängd områden: träning, livsåskådning, musik. De har även olika etniciteter och kommer från olika delar av landet. Däremot är de alla nära varandra gällande ålder, med en snittålder på 24,8, vilket troligen har att göra med hur generationsbundet e-sporten är. Så inom vissa aspekter är det en homogren grupp, men i andra en heterogen.

Informanterna

Man, 17, student

Man, 20 år, student

Man, 21 år, arbetar

Kvinna, 22 år, arbetar

Man, 26 år, arbetar

Man, 26 år, student

Man, 26 år, student

Man, 27 år, arbetar

Man, 30 år, arbetar

Kvinna, 33 år, arbetar

Intervjuguide

Intervjufrågorna måste anpassas till den intervjuade. De flesta av de e-sportkonsumenter jag kom i kontakt med är unga, vissa går i skolan, och det kräver ett vardagligt språk. Det förhindrar att något misstolkas eller att samtalet försvåras. Intervjufrågorna ska med fördel vara öppna och då det ger de mest fullständiga svaren. Standardiserade frågor kan tolkas olika beroende på individen och dess tankevärld. Därför väljer jag att hålla frågorna så öppna som möjligt vilket även underlättar samtalet. Det möjliggör även följdfrågor, där intressanta aspekter kan undersökas utan att jag är begränsad till en fast mall. Det kan ske genom att repetera det som informanten precis sa, för att få den att gå vidare i sitt resonemang, eller ställa frågor på det senast nämna, för att få förtydligande som leder till nya tankebanor. Öppna frågor tillåter därmed informanten att tänka fritt kring frågan, utan att jag leder denne in i ett specifikt tankemönster (Kvale & Brinkmann, 2011).

Intervjuguiden är utformad utan att ställa frågan ”varför?”, istället frågar jag *hur* ett specifikt mediekonsumtionstillfälle upplevdes. Förhoppningen är att det ska leda informanten att berätta om situationen och avslöja möjliga motivationer, dessa kan jag sedan agera på och fråga vidare om. Svaret till *varför* informanten handlar som den gör är istället upp till mig som forskare att bedöma (Kvale & Brinkmann, 2011). Intervjuguiden finns presenterad i *appendix 1*, där är frågan ”varför?” (satt inom parentes) endast ses som en vägledning av det som jag vill få ut av informanten, inte som direkt fråga.

Flera olika motivationer har identifierats för sportkonsumenter (presenteras under *vad motiverar sportkonsumenter?* sida 30). Dessa har tagits hänsyn till i utformandet av intervjuguiden, men samtidigt har de inte fått styra över innehållet. Jag har valt att hålla frågeställningarna neutrala. Istället vill jag låta informanten nämna det som han eller hon själv förknippar med sin

konsumtion. Däremot har jag dem med mig och kan, när jag anser att någon berör en motivation, gå djupare in i dem för att undersöka informantens relation till drivkraften. Samtliga kategorier ur Uses and Gratification teorin (presenteras under *användarens gratifikationer* sida 33) har även legat till grund för framtagandet av intervjuguiden.

Genomförande av intervjuer

Intervjuer genomfördes vid personliga möten med informanterna. Alla informanter fick möjlighet att välja plats för intervju och tid, allt för att göra det smidigt och bekvämt för informanten.

Intervjuplats varierade: hemma hos informant, arbetsplats, skola, fyra intervjuer genomfördes på en neutral plats (café) och de resterande tre genomfördes i ett grupprum på Universitetsbibliotek. En för mig bekväm och territoriell plats är inte att föredra, då det kan ge en informant en känsla av bristande kontroll över intervjusituationen (Kvale & Brinkmann, 2011). Faktum var att informanterna efterfrågade att få komma till Universitetet, på grund av nyfikenhet över miljön. Kanske hade de ett intresse att studera framöver? Då den platsen efterfrågades så kände jag att det var befogat att använda den som intervjuplats. I de sammanhangen fick fokus ligga på att göra informanten bekväm och vara uppmärksam på jag själv inte utstrålade allt för stor självsäkerhet.

Då det första minuterna är avgörande för skapa en god kontakt med informanten (Kvale & Brinkmann, 2011) valde jag att dela med mig av min relation till datorspel och e-sport, för att få dem att känna att jag identifierar mig med informanten. En sådan identifikation kanske kan bidra till att informanten inte känner att jag kommer misstolka eller söka att svartmåla hans intresse. Jag bjöd även på kaffe och hembakta muffins för att ge en avslappnad stämning. Dock märktes att det var ett tvåeggat svärd. Informanterna hade nämligen inte tid att äta, även om de så ville, då de förväntades tala hela tiden. Alla informanter visade både glädje och intresse för att det gjordes en studie i e-sport, och många av dem var intresserade av att senare få ta del av resultatet. Av samtliga informanter fick jag generösa svar och det märktes att de inte var obekväma att prata om sitt intresse, tvärtom. Alla intervjuer spelades in för att i så god mån som möjligt kunna reproducera det som sades. Därefter transkriberades intervjuerna, vilket genomfördes så fort som möjligt för att komma ihåg hur en situation uppfattades visuellt, och kunna ta hänsyn till det. Intervjuerna varade mellan 50 – 75 minuter, beroende på hur länge jag kunde hålla igång ett samtal med den intervjuade och när jag kände mättnad. Transkriberingarna hamnade på totalt 119 sidor text.

Datainsamling och bearbetning

Samtliga intervjuer spelades in med bandspelare och transkriberades därefter av mig. Det underlättar för analysen om det är jag som intervjuare som även transkriberar, då det säkrar detaljer som kan vara intressanta för analysen som annars hade kommit bort (Kvale & Brinkmann, 2011). Därefter så identifierades olika teman i intervjumaterialet, dessa kategoriserades genom meningskodning, med stöd av teori, och sammanfattades sedan i separata dokument, så kallad meningskoncentrering. Det underlättade jämförelser mellan intervjupersonerna och förenklade sökandet efter motivationer, och vad som låg bakom dem. Därefter gjordes analys av det materialet där fokus var på hur informanterna upplevde motivationer och gemenskap.

Metoddiskussion

Det kan tänkas att eftersom jag är intresserad av datorspel och e-sport så kan det påverka min objektivitet. Jag besitter därmed inte en kunskap som är *fri från bias*, d.v.s. en kunskap som är ”oförvanskad av personliga fördomar” (Kvale & Brinkmann, s260, 2011). Istället ämnar jag ha *reflexiv objektivitet* där jag är medveten om fördomar/förkunskap och försöker i så god mån vara objektiv till min subjektivitet (ibid.). Jag är medveten om min nära relation till e-sporten men samtidigt strävar jag efter att inte låta den påverka min forskarroll och studien. I övrigt ämnar jag att i så god mån ge en god redogörelse och beskrivning av alla delar i forskningsprocessen, så att det finns en pålitlighet för studien och överförbarhet till andra studier (Bryman, 2011).

Valet av observationer och intervjuer gjordes för att komplettera varandra. Observationer har fördelen att det sker i människans naturliga miljö och jag kan observera vad som sker där, vilket sedan kan jämföras med vad som sägs om samma fenomen i intervjuerna. På så sätt anser jag att observationer i kombination med intervjuer är att föredra framför antingen det ena eller andra. Jag får möjligheten att undersöka diskrepansen mellan det som görs och det som sägs – att kunna jämföra. Men jag förstår även att det finns brister i metodvalet. Framförallt är etnografi en tidskrävande metod som ger ett stort material att arbeta med. Eftersom det mänskliga minnet är godtyckligt så förlitar man sig på de anteckningar man gjort. Hammersley & Atkinson (2006) menar att kortfattade anteckningar från en observation kan väcka till liv detaljerade minnen av olika händelser, och därmed så kan etnografen genom dessa minnen bättre beskriva vad som hänt. Men jag ställer mig frågande om dessa minnen går att lita på. Är det möjligt att komma ihåg exakt hur det gick till, eller kommer minnet att konstrueras efter hur jag upplevde situationen utifrån min världsbild, mina preferenser. Minnet kanske även omkonstrueras när jag

får ny kunskap om fenomenet, för att passa in i den bild jag har av det. Det ger en stor risk för intersubjektivitet. Jag kan därmed påverka hur en observation kommer att återspeglas då mina tolkningar vävs in i minneskonstruktionen. Det har lett till att jag vill vara sparsam i mitt tolkande från observationerna, desto fler tillfällen där samma fenomen inträffar desto bättre. Risken för feltolkningar blir troligen även större med tanke på den ovana observatör jag är och det kan troligen påverka studien negativt. Därför har jag valt att inte förlita mig på den minnesbild jag har utan låta anteckningarna vara kunskapskälla.

Intervjuerna ämnar komplettera observationernas begränsningar och brister. Som forskare är jag även mer van vid intervjusituationen, och kan därmed reda ut de frågor och otydligheter som framkom i mina observationer. Intervjuerna är kärnan i studien och genom dem ämnar jag få fram de behov som ligger bakom mediekonsumtionen. Antalet intervjupersoner är inte så omfattande, men jag anser att de är tillräckliga för att få fram motivationerna. Att sedan studera dem mer på djupet lämnar jag över till andra studier. Intervjuer kritiserar på den basis att de är mer explorativa än hypotesprövande (Kvale & Brinkmann, 2011), i den här studien är det inget hinder då studien i sig är explorativ. Men intervjuforskning är i sig ständig hypotesprövande, då forskaren kan hela tiden ställa motfrågor, sonderande frågor eller liknande under intervjusituationen. Det lägger en stor vikt på forskaren att söka vidare efter att bekräfta eller dementera påståenden. Som i den här studien så lät jag informanten prata fritt, och försökte hela tiden få denne att utveckla sitt resonemang, ifrågasätta ordval eller förtydliga begrepp.

Begränsningen i studien ligger i att jag studerat en grupp inom e-sportvärlden som jag inte vet om det är fullt representativ för e-sportens konsumenter, att resultatet är generaliserbart. Teorivalet av subkultur och identitet bygger på det som framkom genom intervjuer, ett induktivt förhållningssätt, och grundar sig på att det var en framstående aspekt inom gruppen e-sportkonsumenter. Hur väl det gäller för e-sportkonsumenter som inte deltar i sociala sammanhang som barcraft kan jag inte veta. Däremot har Uses & Gratification med sin kategorisering av motivationer ett mer generellt förhållningssätt, vilket visas i relation till sportkonsumtionen, och framtogs innan studien påbörjades. Här förhåller jag mig deduktiv för att söka efter motivationer och se vilka som eftersöks hos e-sportkonsumenter. Att motivationerna även finns inom andra delar av e-sportvärlden är troligt, frågan är dock i hur stor utsträckning de tillfredställs och eftersöks. Men studiens begränsningar är något som jag är medveten om och förhåller mig till. Den här explorativa studien ämnar inleda forskningen inom området e-sport, och ska bidra till att upptäcka och identifiera relevanta variabler och vidga förståelsen av forskningsproblemet. Att därmed presentera motivationer är ett sätt att kategorisera inför fortsatta studier, som exempelvis kan fokusera på olika motivationer eller se hur andra delar av e-sportvärlden söker uppfylla dem. Men som Kvale och Brinkmann (s 280, 2011) lyfter frågan ”varför ska man generalisera?” så gör även jag det. Är det ett måste? Att det

ska vara generaliserbart är inte en nödvändighet, och inom e-sporten kan det finnas olika grupperingar som kräver en mer ingående studie var för sig, för att sedan tillsammans kunna forma en rättfärdig bild över den gemensamma mediekonsumtionen. Den kunskap som produceras är inte applicerbar på alla människor inom e-sporten för all evighet. Det behöver ständigt göras nya studier och med ingående fokus på delar och fenomen inom e-sportvärlden. Men så länge det finns en medvetenhet bakom den här studiens kontext kan den användas i andra studier.

Etik

Alla informanter har i början av en intervju blivit informerade om undersökningens syfte, att deras deltagande är helt frivilligt och att de har all rätt att avsluta intervjun när de vill. De har därmed varit medvetna om att det inte finns något tvång att genomföra intervjun om de vill avbryta den. Informanterna behandlas anonymt i studien, vilket de blivit informerade om. Konfidentialitetskravet har därmed uppfyllts. Ingen informant har däremot nämnt att studien inkräktar i deras privatliv, eller att kännedom om deras medverkan skulle vara av problem. Jag bedömer inte heller att negativa konsekvenserna skulle följa den som deltar i studien. Trots det väljer jag att låta dem vara anonyma, för att säkerställa att informanterna skyddas.

Resultat och analys

Resultat och analys är uppdelat i tre delar. Den första delen består av förkunskap om informanterna, som kan vara av relevans för att förstå övriga delar. Del två handlar om motivationer bakom e-sportkonsumtionen, och undersöker forskningsfråga ett och två. Del tre handlar om gemenskap och identitet, och undersöker forskningsfråga tre.

Förkunskap om informanterna

Det är stor variation när det kommer till informanternas e-sportbakgrund. Det finns de som konsumerat e-sport i ett halvår, som därmed rätt nyligen upptäckt det, medan en annan har gjort så flera år tillbaka i tiden. Vissa går även så lång tillbaka i sin konsumtion att termen e-sport då inte existerande och scenen var inte så etablerad som den är idag: med stora turneringar och arrangemang. En mindre andel av informanter har även satsat på en karriär som e-sportare, men gav upp. En informant tävlar fortfarande.

Alla informanter har ett stort tycke för datorspel. Det märks på det sätt de talar om det, då en informant talade om sitt första äventyrsspel med passion ”*det var så fräckt*” och en annan berättade att han ”*älskar datorspel*”. När de ska beskriva hur länge de spelat datorspel säger de flesta att de spelat ”*hela livet*”. Även om de inte spelat sedan sin födelse, så är det en beskrivande bild på hur de ser på sitt datorspel. Det har varit en stor del av deras liv och det är något de känner att de gjort väldigt länge. En informant berättade hur hon haft alla möjliga konsoller: Nintendo 8-bitas, Nintendo 64 och Playstation 1-3. Det var hennes syster som fick henne att börja spela, då hon kunde sitta och se på när hon spelade och blev intresserad av att spela själv.

Det finns en mängd olika e-sportspel, men bland informanterna är det Starcraft 2 som det tittas på. Däremot är det en informant som istället föredrar att se på andra strategispel som Heroes of Newereth, Defence of the Ancients 2 och till viss del League of Legends. Men han ser även på Starcraft 2. Vilket är inte helt oväntat då alla informanter är medlemmar i gruppen barcraft.

En av informanterna påpekade att utan spelbakgrunden så hade hon inte sett på e-sport. Det stora intresset för datorspel är en viktig del i konsumtionen. Utan det så tittar man inte, det spelar en avgörande roll i valet att konsumera e-sport. Datorspelsintresset är det som lett dem in i e-sporten. Det blir en förlängning av deras stora passion för datorspel, och då ett specifikt spel.

Första kontakten med e-sporten

Som Taylor (2012) skrev så har internet bidragit enormt till e-sportens framgång. Då traditionell sport förlitat sig på traditionella medier för att växa sig stora, har e-sporten kunnat skörda framgångar på ett mer explosionsartat sätt tack vare internet. När jag frågade informanterna hur de kom i kontakt med e-sport för första gången så har internet varit en stor faktor för samtligas introduktion till sporten. De har kunnat se ut på olika sätt: en blev visad videoklipp av kompisarna på skolansdatorer på vad de tyckte var en grym spelare, medan en annan blev tipsad via en spelchatt att söka upp en viss spelare. Lättillgängligheten av videoklipp från matcher och information om e-sporten gör att potentiella konsumenter lätt kan komma i kontakt med sporten. Att det är gratis att se på matcher, från de flesta turneringarna, sänker tröskeln för att se på e-sport. Alla informanter berättade att de efter första mötet med e-sporten blev nyfikna: de ville veta mer. Det klipp som exempelvis kompiserna visade väckte nyfikenhet. Så de begav sig vidare på internet och sökte efter ytterligare klipp och information. Ju mer de såg desto mer ökade deras intresse.

Två informanter berättar att innan de blev aktiva konsumenter så visste de om e-sport, men det föreföll inget intresse att se på det. Det var först efter att de råkat komma i kontakt med det som intresset väcktes. Andra beskriver att de inte hade någon aning om att det fanns, att e-sport utövades, och när de fick reda på det så öppnades en hel ny värld för dem. Spelet blev mer än bara ett spel. Nu fanns det spelare, lag, tävlingar och en ny gemenskap i ett community inom datorspelsvärlden.

Det egna spelandet

Att konsumera e-sport kan tänkas motivera personer att vilja bli bättre med sitt eget spelande eller att de är eller varit intresserade att göra en karriär som proffsspelare. Kanske är det så att den som konsumerar e-sport är lite mer av en hardcore-spelare. Mer dedikerad än den gemene spelaren.

Informanterna visar däremot upp en väldigt heterogen grupp. Det finns två som vill satsa på att bli e-sportspelare, en mer än den andra. Resterande har inga ambitioner med sitt spelande, utan spelar för att det är kul. Av dem är det sex som vill förbättra sitt spelande. De ser det som en viktig del i sitt spelande, att nå nästa nivå och bli bättre. Resterande två har inga ambitioner alls. Spelandet är inte tävling, de spelar inte för att *”bli bättre imorgon än vad jag var igår”*. En föredrar även att se på e-sport framför att spela själv, en åsikt han var ensam om att framföra.

Men drömmen om att vara e-sportspelare finns där för de flesta, trots att de inte satsar på det. För att bli e-sportspelare så krävs det mycket tid och resurser, något som de flesta informanterna

påpekar att de inte har. Det är mycket annat som ska hinnas med och man väljer att lägga sig på en viss nivå menar en informant:

”Det är som med allt annat, skolarbete och liknande. Sitter man uppe och pluggar 12 timmar om dagen, sover åtta och är i skolan 4 timmar då kan man förmodligen få extremt bra betyg. Då kan du sitta där med din PhD sen. Men var har man haft för socialt liv under tiden?”

Det finns även de som har erfarenhet av att försöka satsa på en karriär som e-sportare. Tre av informanterna har tidigare försökt att spela på viss professionell nivå, men med tiden så upptäckte de att de inte hade tiden eller dedikationen som krävdes för att bli en toppspelare. För att bli en e-sportare måste du fransäga dig en hel del fritid, för något som för många är ett fritidsintresse:

”Jag har inte riktigt tid att sitta och kolla på replays och skirna (förkortning av ordet skirmish som syftar till att spela specifika scenarion som kan uppstå). Det tar upp all tid. Nu är det vår också, går inte att sitta inne då...”

Tiden är något de flesta nämner som ett hinder. Det är mycket annat som ska hinnas med: familj, vänner, skola, jobb och andra fritidsintressen. Hade man valt att satsa på att bli bättre på spelet, då hade man behövt försaka något av de andra måstena. Det är inte informanterna beredda att göra. De vill ha en karriär, få bra betyg i skolan eller ha en gott socialt umgänge. Att vara e-sportare ser därför de flesta informanter som ett hårt jobb, och är medvetna om att det kanske inte är så glamoröst som de kanske tror. Ett roligt jobb, men väldigt krävande. Däremot drömmer de flesta om att bli ett proffs. Det beskrev en informant som en grundbult för konsumtionen, att *”alla tittares dröm är att kunna leva på att spela tv-spel”*. Han hade även ambitionen att komma till en professionell nivå, men *”verkligheten kom ikapp”*. En annan informant ansåg sig ha förutsättningarna för att kunna bli proffs, men att endast tiden saknades. Egentligen skulle han kunna bosätta sig hos sina föräldrar och låta dem försörja honom. Då hade han kunnat bli proffs. Men han säger att han skulle få svårt att komma ikapp de toppspelare som finns där ute, så det är nästan lönlöst att försöka. Att ha sitt fritidsintresse som jobb är ett väldigt lockande scenario.

Även om de flesta inte vill satsa på en karriär som e-sportspelare så vill de förbättra sitt spelande. De säger att de spelar för att det är kul, men samtidigt finns det ett starkt tävlingsmoment. Att nå nästa nivå i rankingen, och därmed få spela i en annan liga, triggar flera informanter. I Starcraft 2 finns det ett rankingsystem som du kan klättra i beroende hur mycket du vinner eller förlorar.

”Jag spelar i princip bara ladder. Det är det enda som betyder något, kan jag känna. Ja, custom games (förklaring: spel som ej räknas med i ranking och kan frångå spelets ordinarie regler) för skojs skull. Men det är laddern, man vill ju klättra. Jag är tävlingsinriktad, så jag vill nå till något, sätta mål. Nu är det silver då.”

Det visar sig även att vilken ranking man har är det man presenterar sig med på barcraft, eller blir förfrågad om när du träffar nya bekantskaper. Det finns en nyfikenhet att veta vilken rank den du pratar med har. Jag återkommer till det i en senare del i resultatet (*Gemenskapen och identiteten* sida 58).

En informant menar att just därför att man spelat spelet själv, att man lärt sig det, ger det ett djup som gör det intressant och roligt att se på e-sport av det spelet. Man kan relatera till det egna spelet, och veta om de tävlande gör bra ifrån sig eller inte. Detta är något som blev tydligt vid mina observationer. Under matcher pågår det en ständig diskussion om strategier. Åskådarna går igenom spelarnas val, om de var rätt eller fel, och berättar gärna hur de själva hade gjort. ”*Men vad håller han på med?*” kunde en ur publiken utbrista. ”*Han borde väntat på fler enheter istället*”. På åskådarplatsen har man rätt att kritisera och komma med bättre förslag. Samtidigt är man inte sen med att hylla bra genomförda attacker och välplanerade försvar. Konsumenterna känner igen sig i matchen och relaterar till det egna spelandet. Det märks att de har en ingående kunskap om spelet och vet om flera möjliga sätt att bemöta olika strategier. Innan varje match presenteras den karta spelarna ska tävla på. Under mina observationer gav ett sådant tillfälle upphov till en åskådares association av det egna spelandet. Ett gäng kompisar satt och såg på matchen då kartan presenterades: ”*Daybreak, var inte det den kartan som du ... ?*” varpå den berörde börjar berätta om en match som hade satt starka minnen. Killgänget taggar då till: ”*det ska bli spännande det här!*”. Då de innan inte varit fullt fokuserade på matchen så var nu läget förändrat. De såg fram emot att se hur det skulle gå och hur kartan skulle påverka spelet. Deras relation till spelet, och i det här fallet den valda kartan, förstärkte upplevelsen av matchen. Under matchen drar han även paralleller till den gången han spelade och berättar hur han använde sig av miljöerna. Konsumtionen knyter ihop det egna spelandets upplevelser med upplevelsen att se någon annan spela. Det blir en förlängning av det egna spelandet och du kan relatera till det som händer på skärmen.

Motivationer för konsumtionen

När jag berättar om min uppsats har jag ofta bemötts med skepticism. ”*Jaha, hur kan man kolla på e-sport?*”. Det verkar som om att se på någon annan spela datorspel är en underlig aktivitet. Men för informanterna är det en självklarhet. Att se på någon annan spela datorspel är lika märkligt som att se på någon spela fotboll.

Att man spelar själv, eller har ett intresse för datorspel, är en förutsättning för konsumtionen. Som beskrevs spelar samtliga informanter spelen själva, i olika stor utsträckning. Det som lockar till konsumtion är att se andra spela, och se dem göra det så mycket bättre än vad du själv skulle kunna göra. Det är tävlingsmomentet och den sportsliga nivån som triggar konsumtionen:

”Jag tror i första hand vill folk titta hur mycket bättre spelarna är en själv, sen vill de nog bli bättre eller vara som dem. Det är lite som att titta på en bra artist, man blir en fan, det är en idol.”

En annan informant gör samma analys. Det handlar om att de som konsumerar e-sport vill vara en av spelarna, att livnära sig på att spela datorspel. Det är ”*lite av grejen, kanske även en ganska stor del av grejen*” berättar informanten. Alla vill innerst inne bli ett proffs – att vara bäst på att spela.

När en informant ska berätta varför han lockas av att se på e-sport kommer han ständigt tillbaka till att han är imponerad över de strategier spelare genomför. De fattar beslut man själv inte skulle göra, som är helt rätt, men som man bara inte tänkt på. Flera andra informanter uttrycker samma fascination över spelarnas skicklighet. En informant menar även att när man förstår spelarnas beslut, varför de exempelvis valde en strategi över en annan, så är det enormt belönande. Och det lockar honom att konsumera e-sport – att förstå sig på det taktiska djupet.

Att se en duktig spelare man imponeras och förundras av handlar om underhållning menar informanterna. Samtliga påpekar också att den främsta anledningen till att de ser på e-sport är för att det är underhållande.

Underhållning

Under mina intervjuer möttes jag ständigt av känslor av stor upprymdhet från informanterna om deras konsumtion. De tycker att e-sporten imponerar, underhåller och fascinerar dem. Att se på e-sport ger känslor: ”*wow*”, ”*shit vad fräckt!*”, ”*så jävla snyggt!*”. Även under mina observationer kunde jag se hur deltagarna slukades av matchen och involverades i det som hände på skärmen. Ju länge ett turneringskval pågick, desto närmare skärmen sökte sig

åskådarna. Från att ha suttit tillbakalutade i sina stolar under de första matcherna, då man även pratade mer med personerna runt omkring, så satt man vid slutmatcherna istället framåtlutad som om skärmen drog åskådarna till sig. Det var nästintill en komisk utveckling och man kunde undra om tv-skärmen hade utvecklat en starkare gravitation under turneringens gång. Men samtidigt kan det ses som en naturlig utveckling av tittandet då spelplanen hade förändrats. Det var mer som var på spel för spelarna, det var bättre spelare och underhållningsvärdet var därför större. Bättre spelare förväntades använda sig av bättre och oväntade taktiker. För att ha koll på det som händer krävs därför lite mer fokus.

”Det är själva turneringsbiten som är intressant. Träningsmatcher är oftast lika bra, men när det väl drar ihop sig till turneringar, och de sista kvartsfinaler, semifinal, final, det är där det börjar bli riktigt intressant.”

Informanterna relaterar till det egna spelandet och deras begränsningar. De är medvetna om att de inte är toppspelare och inom e-sporten är en mycket bättre nivå av spelande. De får se saker som de själva inte skulle kunna genomföra. En informant berättar att kommentatorerna i matcherna ibland säger lite skämtsamt *”försök er inte på det här hemma!”*, som en förklaring hur svårt det är att orkestrera välplanerade strategier. Som en informant sa så handlar det om att *”se någon göra någonting som man själv gör, fast så mycket bättre”*. Samtidigt är åskådarna inte blygsamma med att kommentera det som händer under en match, och påpeka att de minsann skulle kunna göra det bättre. Flera gånger under mina observationer kunde en åskådare säga: *”men varför gör han så? Han borde satsa på det istället.”* Även om de är medvetna om att spelarna inom e-sporten är bättre än dem så kommer de med kritik.

En informant menar att e-sporten kräver mer kunskap än traditionell sport för att begripas, vilket gör det extra intressant. Spelarnas val är inte slumpade, utan det bygger på tydlig plan och medvetna val. Han drar en jämförelse med fotboll, där spelarnas handlingar baseras på korta intervaller av handlingar. I Starcraft 2 så går det inte att anpassa spelet så drastiskt, det kräver att spelarna ständigt är på sin vakt och kan analysera sin motspelare på ett bra sätt. De måste planera kort och långsiktigt, annars så sitter de där med helt fel enheter och uppgraderingar. Det är även ett spel som ständigt utvecklas, menar informanten. Nya strategier arbetas fram och sätter krav på spelarna att hela tiden utmana sig själva att hitta nya sätt att spela spelet:

”Starcraft: Brood War har funnits i tio år, tolv år kanske. Det utvecklas fortfarande. Det är så himla fräckt att se och i allt utvecklande så finns det spelstilar som är coola.”

Som tidigt nämnts finns det stor fascination över spelarnas skicklighet, och då även deras förmåga att utveckla spelet och förändra strategier. Men spelarna gör även mer än att bara visa

hur duktiga de är. De bjuder även på en show, och kan när en match är över spexa till det. En informant berättar om hur han såg en match på Dreamhack sommaren 2011 med en toppspelare:

”Nu i vintras spelade Hero One. De flesta hejade på honom och han vann. Det var stort tryck när han gjorde sin vinnargest och slänger ner fyra nexus (huvudbasbyggnader) för att visa att ”jag har mineralerna”. Det var helt stort!”

Ett möjligt tecken på utklassning då huvudbyggnaden kostar extra mycket resurser att bygga. Under observationerna från finalen av GBG Esport Open gjorde även en spelare något liknande. Med en av sina arbetare satte han en vandringsrutt som uppvisade formen av en stjärna. Det ledde till att stora delar av publiken skrattade och applåderade. Det mumlades om spelarens självsäkerhet och kommentatorerna pratade om det i positiv bemärkelse. Trots det menar samma informant att det är för lite showande inom e-sporten. Det finns spelare som har vinnargester, likt citatet ovan, men de är för få tycker han. Något jag kan instämma med efter att ha observerat flera matcher: det förekommer ytterst sällan. Han hade gärna sett att fler spelare ökade underhållningsvärdet genom att showa på olika sätt. Kommunikation spelarna emellan är också sparsam. Endast vid ett fåtal tillfällen har jag observerat att de skrivit till varandra, vilket troligen beror på att de är så fokuserade i spelet att sådant innebär allt för mycket distraktion för dem. Däremot upphov till samtalsämne bland åskådarna och gav därmed konsumtionen mervärde.

E-sporten knyter an till det egna spelandet, och förhöjer spelet till en helt annan nivå. Åskådarna kan spelets regler, dess enheter och strategier. Då Starcraft 2 är utformat som ett tävlingsspel, spelare mot spelare, så blir det naturligt för åskådarna att se andra spela mot varandra.

”Det är roligt att titta på när andra spelar det. Om man gillar fotboll, då gillar man troligen att se andra titta på fotboll, men på en bättre nivå.”

Att se andra spela ger enligt informanterna spänning och dramatik. Under mina observationer kunde jag se åskådare sitta spända i sina stolar för att var så involverade i matchen och känslorna bubblade upp när spelarna gick in i strid och när någon vann. För dem verkade det inte spela någon roll att det var någon annan som spelade.

Lärandet

Beroende på hur seriös en e-sportkonsument är med det egna spelandet så finns det en motivation att lära sig mer om spelet genom sin konsumtion. Två informanter berättar att de inte alls går in för att lära sig något. Istället är det andra drivkrafter som ligger bakom deras intresse. Men resterande och därmed större delen av informanterna har lärandet som en drivkraft. De vill

antingen lära sig för att kunna spela bättre, eller för att förstå spelet bättre. Vissa i mer utsträckning än andra, en informant ser det endast som en effekt av konsumtionen men inte en anledning till att hon ser på e-sport:

”Man ser när det gör någonting och tänker det där vill jag prova. Inte att man går in i det och tänker att nu ska jag lära mig någonting. Det är precis som en hockeymatch, man går inte dit för att lära sig man går dit för att heja på sina spelare”

Det beror heller inte på vilken ranking de har – både informanter med lägst till högre ranking i spelet ser på e-sport för lärandets skull. Genom att se på e-sport så kan de upptäcka nya strategier och lära sig spelmekanik de tidigare inte tänkt på. En informant som numera inte spelar Starcraft 2 ser ändå nöjet med att lära sig mer om spelet, även om han inte kan använda det i det egna spelandet.

”Man gör det på något sätt (lärt sig), även fast man inte spelar. Det roliga är att förstå på något sätt och då tycker jag, även fast jag inte spelar så vill jag ändå förstå. Hur de tänker, hur det fungerar.”

Spelarna är väldigt uppfinningsrika och kommer ständigt med nytt material berättar en informant. Även om man i det egna spelandet inte satsar på en e-sportkarriär som spelare, så vill man ändå förbättra sig. Bästa sättet är att lära sig av proffsen menar de. Men valet att se på e-sport för lärandet beror också på omständigheterna.

”Ibland kollar jag för utbildnings skull och har stenhård koll på siffrorna uppe i hörnet. Då har jag tagit på mig inlärningsglasögonen ... andra tillfällen bryr jag mig inte om det alls.”

Att se själv är ett bättre tillfälle att lära sig mer, menar informanterna. Du har full fokus på matchen och kan ge kommentatorerna all din uppmärksamhet. Det handlar om att välja rätt tillfälle för att lära sig mer om spelet. Sitter du med vänner och ser på en match så kan man prata om andra saker, som musik eller film. Som åskådare har du därför delat fokus, och kan inte följa med noggrannhet det som händer. *”Visst kan du lära dig något då med, men du går inte in för det lika mycket”* påpekar en av de intervjuade. Därför blir det oftast, enligt informanterna, att vill man lära sig så väljer man att se själv och kan då mer ingående studera det som händer. Andra tillfällen vill man njuta av god underhållning och umgås med vänner. På utställningar som barcraft eller på internetcaféer är det inte heller ljud- och bildkvalitén den bästa. Det påpekade flera informanter och uppmärksammades även under observationerna, där det ofta var svårt att höra vad kommentatorerna sa.

Det finns även videos som är till för att lära mindre professionella spelare tips och tricks, vilket några informanter sett på. Några ser även på streams från övningsmatcher för att lära sig. Men det beror även på hur duktig spelare konsumenten är. En informant, som inte spelar i så hög liga, föredrar att se på matcher med kommentatorer (turneringsmatcher) då hon kan lära sig av det som sägs kring spelarnas val. I övningsmatcher eller spelares streams så saknas det. ”Skärmen flyger runt och ingenting sägs” och hon hinner inte reflektera över det som händer eller få stöd i kommentatorernas förklaringar. Andra informanter tycker tvärtom att det är bra att lära sig från spelares streams, och när det gäller stora turneringar så är det inte lärandet som är den stora drivkraften.

Flykt kontra avkoppling

Två av informanterna har sagt att konsumtionen av e-sport kan ses som en verklighetsflykt, men samtidigt så ser de e-sporten som en identitetsskapande aktivitet och en stor del av deras vardag. Av den anledningen vill därför resten av informanterna inte se det som en verklighetsflykt utan benämner det istället som avkoppling. Man kan se på e-sport för att man vill varva ner, inte för att komma bort från en jobbig vardag. En informant är mer benägen att benämna det som verklighetsflykt:

”Jag tycker det är väldigt avkopplande, det är därför jag spelar spel, man kan glömma verkligheten en liten stund, man fokuserar på något annat.”

Annars känner flera av informanterna ett avståndstagande till begreppet och vill inte förknippa verklighetsflykt med e-sport. Det är en del av deras personlighet, en del av deras verklighet. De har vänner inom e-sporten, de är iblandade i aktiviteter kring e-sport eller så menar de att e-sporten är som ett vanligt fritidsintresse (som fotboll). Däremot finns det informanter som har haft en bakgrund där datorspel varit en verklighetsflykt:

När jag växte upp så var jag en överviktig tjock nörd, hade inte världens bästa självförtroende. Men när jag var inne i Starcraft så var jag någon, för det var många som ville spela med mig och jag kunde beseгра många motståndare. Det var en rätt skön känsla. För på battle.net så var jag populär.”

För honom så fungerade datorspelen som ett alternativ där han kunde bli uppskattat. För en annan informant har datorspelade och e-sport inget med det att göra, han berättar lite skämtsamt:

”vill jag fly verkligheten så dricker jag sprit, om det skulle vara huvudsysslan. Jag sysslar ganska lite med verklighetsflykt som grej.”

Han menar att det istället är en del av hans verklighet. Han och hans vänner ser på e-sport, och han skulle kunna identifiera sig som en e-sportkonsument. Han uppskattar den gemenskapen det ger, och det är inget som hjälper honom fly något, istället knyter det honom närmre en gemenskap. En syn de flesta informanter delar. Det är avkoppling, inte en flykt från verkligheten.

Vadslagning

Endast en av informanterna tog upp att han vill kunna satsa pengar på matcher. Han har sökt efter sidor som tar emot vadslagning men har inte hittat några, i alla fall inte tillräckligt trovärdiga för att han ska våga. Istället så kan han på barcraft satsa pengar över bordet med andra i publiken. Det får matchen att bli lite extra spännande och ökar underhållningsvärdet, menar han. Han tror att om det skulle finnas vadslagning för e-sport på sidor som Betsson.com eller liknande så skulle det leda till ökad acceptans för e-sporten. Utomstående skulle då få upp ögonen för det och några kanske satsar lite pengar. Ett bra sätt menar han att ge det en seriös framtoning.

Den sociala konsumtionen

Mytbilden av den asociala datorspelaren ställs verkligen på sin kant när e-sportkonsumenterna får berätta om sina erfarenheter. Samtliga informanter ser hellre på e-sport med andra människor. Det finns tillfällen då de kan föredra att se själva, exempelvis då de vill lära sig taktiker och spelmekanik bättre. Det kräver att de kan se ostört utan att ha hänsyn till någon annan. De vill kanske spola fram och tillbaka för att se på en sekvens mer ingående eller bara lyssna oavbrutet på kommentatorerna. Men fränsett det så anser informanterna att e-sport är något som ska konsumeras i sällskap med andra. Under mina observationer var det högst ovanligt att se någon sitta ensam och se på matcherna. Åskådarna satt i olika grupperingar, med sina vänner, och hade ett öga på matchen och det andra på sin granne. Samtalsämnen kunde antingen handla om matchen eller om allt ifrån skola till ryska författare. Mellan två matcher passade exempelvis ett gäng på tre killar att diskutera litteratur. Alla satt tillbakalutade och under en pågående diskussion säger den ene: ”*Men Dostojevskij är skittråkig!*” varpå hans kompis svarar ”*Men det är kultur Lars!*”. Diskussionen fortsatte in i nästa match, men avtog stegvis desto mer spänning som spelet erbjöd. Liknande berättelser kommer från övriga kval och även under finalen. Åskådarna är på plats för att träffa varandra, och i sällskap med varandra se på matchen.

Att träffa vänner eller stifta nya bekantskaper är en stor drivkraft för i princip alla de intervjuade, men undantag för en informant som ansåg att det var oviktigt om andra såg på e-sport med henne. För henne var det underhållningsvärdet som styrde. Samtidigt ansåg hon att det var uppskattat att titta med andra, men det var inte något som avgjorde hennes konsumtion. Vilket de övriga informanter kan hålla med om. Det är situationsberoende på om man tittar med andra eller inte, vissa tillfällen vill man se själv eller har inte möjlighet att se med andra.

”Att ligga hemma i sängen med mysbrallor är också gött, men att kunna gå till ett ställa och kolla på en stor final och äta måltid och så, det är rätt gött.”

Informanterna ser båda sätten att konsumera som likvärdiga sätt att se på e-sport. Men att titta med andra ger mer då det skapar stämning, som man ensam har svårt att bygga upp. Problemet är att de inte har tid att träffa upp vänner, de bor på annan ort eller så är andra upptagna. Det är mycket som ska klaffa och det är därför svårt att matcha konsumtionen med andra. Det har lett till att informanterna istället kan sitta och se på matcher med andra online, tack vare chattjänster som skype eller mumble.

”Även om man inte sitter i samma rum så blir det att man kollar på matchen tillsammans ... oftast så vill jag kolla med någon annan, men det kanske finns någon anledning till varför man vill kolla själv ibland. Man kanske vill ta det lite mer lugnt, inte vara så aktiv. Då är det skönt att vara själv.”

Att konsumera e-sport tillsammans med någon betyder därmed inte att man sitter med varandra fysiskt, och anledningarna till varför kan variera. Kanske så fanns det inte tid att åka bort till någon, vännen bor på annan ort eller så upptäckte man matchen lite väl sent. Det finns en uppsjö av turneringar, av alla möjliga storlekar, vilket gör att det är svårt att hålla koll på allt som visas. Därför är det inte ovanligt att en match som en tittare skulle tycka är intressant inte snappas upp, eller att man får reda på att den visas nära inpå att turneringen börjar. Om konsumenten då vill titta tillsammans med någon annan så finns det kanske inte tid att åka bort till någon, och man får istället dela upplevelsen via internet. Men även redan visade matcher, som finns på youtube och liknande, kan ses med andra online. En informant berättar hur tekniken kan ställa till det, då videon måste startas samtidigt:

”Då blir det att om man ska klicka på play samtidigt, så måste man dröja en sekund om man är värd för samtalet för det är lite delay (fördröjning) för att samtalet ska gå över. Den andra får ju inte avslöja något spännande i förväg!”

Att konsumera e-sport kan bli en ”ursäkt” för att träffas och umgås. Det ger ”en mer intimare upplevelse” som en informant beskrev det. Ute på barer och liknande blir det även mer ”tjo och tjim” vilket bidrar till att öka stämningen av matchen. En möjlig anledning till att barcraften fått

en så stor uppskattning hos mina informanter, och flera hade önskat att det förekom oftare än vad det gör. Just nu sker det endast vid ett fåtal tillfällen: stora turneringar som definitivt drar publik och då arrangörerna får tillgång till lokal. På barcraften får man möjlighet att träffa vänner, och kanske skaffa några nya. Under mina observationer märktes det att man inte är främmande för att prata med främlingar. Till en början var det mindre samtal publiken emellan, men efter ett tag öppnar det upp och åskådarna talar mer fritt emellan varandra. Matchen underlättar samtalet, man har något att diskutera och prata om.

En av informanterna berättar att han varit på spelcaféer och sett på e-sport (likt de jag observerat). Då man på barcraft sitter i sina egna grupper så blir det på spelcaféer lite friare, menar han. Där kan han öppet prata med någon annan, som han inte känner, och föra en dialog om matchen. Detta observerade jag även vid olika tillfällen. Öppna frågor om matchen ställdes varpå någon från en annan umgängeskrets svarade och en diskussion påbörjades dem emellan. Ett annat tillfälle var när en spelare under en match skrev något som han ångrade, vilket på grund av dess innebörd resulterade i stor uppståndelse hos åskådarna. Det han skrev var "gg", vilket betyder good game. När den som ligger i underläge skriver gg så innebär det att denne ger upp och att matchen är över. Det spelaren däremot upptäckte efter han skrivit gg var att han hade en hel drös av arbetare som han hade glömt bort och skrev därefter lite skämtsamt "*oh, I found alot of workers*" och tog tillbaka det han skrev. Åskådarna skrattade men efter en stund ändrades stämningen. "*Moget att skriva gg och sedan fortsätta*" sa en av åskådarna och flera höll med honom. De menar att spelaren med övertaget ansåg, på grund av meddelandet "gg", att matchen var över. Han lutade sig då troligen tillbaka, tog händerna från tangentbordet och slutade därmed spela. Spelaren i underläge hade då lurat sin motståndare menade åskådarna, och vunnit värdefull tid att återhämta sig. Diskussionen åskådarna emellan var nu inte begränsad till en viss grupp, utan alla deltog oberoende av vänskapskrets. Arrangören fick kritik för att inte ha regler för den givna situationen och tack vare publikens inblandning så ledde det till att matchen fick spelas om. Även om det här var en speciell situation så visar det på en öppenhet åskådarna emellan. Det visar även att publiken har en stor möjlighet att påverka turneringen, då arrangören lyssnar till deras önskningsar.

Antalet besökare på en barcraft varierar. En bra kväll kan det komma runt 80 personer. Av informanterna att döma är man främst där för att träffa sina vänner. Att prata med okända förekommer, men är inget man går dit med avsikt att göra: "*blir det så, så blir det så*". Även om så är fallet anser informanter att det är ett bra tillfälle att lära känna nya vänner och påpekar att deras bekantskapskrets har ökat sedan de kom i kontakt med e-sporten. E-sport kan vara en gemensam nämnare som underlättar formandet av en ny vänskap. En annan av de intervjuade berättade hur han haft en granne, ett år yngre, som han inte bekymrat sig för att lära känna. Han visste vem han var, men hade inget intresse att bli vän med honom. Sen fick han reda på att

grannen ser på e-sport, och då tog de båda upp vänskapen. Nu pratar de dagligen. Liknande berättelser kommer även från andra informanter. En berättar att han inte visste att några av hans vänner och bekantar var ”*datornördar*” förrän de kom till barcraft. Då upptäckte de att de delade samma intresse, vilket förde dem närmare varandra. Många av informanterna spelar även datorspel med sina e-sportvänner. Antingen blev de spelvänner genom e-sporten, eller e-sportvänner genom spelandet. Hos informanterna varierar det när det gäller antalet vänner som ser på e-sport. Vissa benämner att flera av deras vänner ser på e-sport, medan andra har en mer heterogen umgängeskrets och därför ett mindre antal vänner som tittar.

E-sportens åskådare kan i vissa fall även kommunicera med främlingar via chatttjänster som finns inkluderade i matchens stream eller sammankopplade med externa tjänster. Det är dock endast en informant som säger sig delta i dessa konversationer. Övriga informanter ser ingen anledning till att prata med främmande människor på internet under matchen. Förväntningarna är att det är en låg språklig nivå och segmenterade diskussioner. Det är lönlöst att ge dig in i en diskussion menar de. Det är bättre att hålla sig till sina vänner istället. Där kan man ha ett trevlig samtal om matchen.

Innan de kom i kontakt med e-sport var det inte främmande för flera av mina informanter att se på när andra spelade datorspel, som inte är e-sport. Det kunde vara att man såg på när syskonen spelare eller väntade på sin tur att få kontrollen hos kompis. Där framkommer det att den delade upplevelsen och umgänget har varit en stark drivkraft till det gemensamma tittandet. En informant och hans vänner såg på när en av dem spelade igenom ett skräckspel. De släckte ner ljuset, kopplade in spelet till projektorn och slog på surroundljudet:

*”Den upplevelsen alltså. Det tog oss två dagar att spela igenom den. Vi skrek!
Det fick 20 åriga pojkar att framstå som femåriga flickor.”*

Informanterna menar att den delade upplevelsen förhöjer upplevelsen av matchen, och blir en viktig del i konsumtionen. En av de intervjuade berättade att han kan se om en match, som han ansåg var riktigt bra, med en vän för att ha någon att dela upplevelsen med. Att ha sett den själv är inte lika tillfredställande. Det är när någon annan sett samma match som de kan diskutera den och förundras över hur bra vissa spelare är. De vill gärna prata om sina upplevelser, och då är det trevligare om den man pratar med även upplevt samma sak.

E-sporten följer med in i andra sociala sammanhang och blir ett samtalsämne i skolan eller på promenaden med kompis. De kan diskutera en match och de strategier som användes, eller höra vem de tror kommer vinna nästa turnering. Det finns tusen frågor att ställa berättade en informant, och e-sporten lever bortom själva konsumtionstillfället. Det är en del av det vardagliga umgänget.

Gemenskap

Flera informanter har nämnt att de känner en gemenskap, de gånger de ser på e-sport med andra, som stärks. En informant har ännu inte varit på barcraft, då han är under 18 år, men vill gärna gå inom en snar framtid. Han lockas av att komma till ett ställe där människor samlats på grund av ett gemensamt intresse och för att tillsammans njuta av det. Den gemenskapen förbättrar konsumtionen genom att det skapar stämning åskådare emellan, man peppar varandra och det ökar underhållningsvärdet. ”Med andra slukas man av allt ståhej, pulsen stiger mer och mer och man blir mer inne i matchen” berättar en av de intervjuade.

”Det är en sak att sitta i soffan hemma och bli uppspelt att det händer någonting. Men när det sitter 200 personer runtom en i en bar, och alla skriker ”wuaaah!” när det händer någonting, får den här känslan av ”shit, något häftigt händer”.”

Två av informanterna har en pojkvän/flickvän som också ser på e-sport. Båda benämner det som att de komma närmare varandra. De blir en gemenskap. Man delar ett ögonblick med någon annan, det gäller även andra informanterna som säger detsamma om vänner. På utställnen som barcraft träffar man även människor som delar ens intresse och passion. ”Man gör den här häftiga grejen tillsammans” berättade en informant och menar att det är roligare att se på e-sport i grupp med andra. Det finns en gemenskap e-sportkonsumenterna emellan, och den motiverar dem att se med andra. Samtidigt är det en stark identitetskapande faktor.

Analys

Vad som motiverar e-sportkonsumtionen är brett. Teorin Uses & Gratifications tillhandahåller fem huvudkategorier av behov som motiverar mediekonsumtionen: kognitiva, affektiva, personlighetsstärkande, socialt integrerande och avkoppling. Fyra av behoven uppfylls hos informanterna, vissa mer än andra, och det med särskilda behov inom kategorierna. Starkast är det affektiva och de socialt integrerande, därefter avkoppling och det kognitiva behovet. Det personlighetsstärkande kan inte motiveras, men skulle möjligen kunna knytas till vissa områden av datorspelandet.

Behoven är inte frikopplade från varandra. Konsumtionen kan motiveras med att konsumenten får känslomässiga upplevelser tillsammans med andra (socialt), och samtidigt få avkoppling. Att särkoppla dem är därför inte alltid möjligt, även om det finns tillfällen där det sociala och det affektiva inte samspekar. Konsumenten har flera behov till grund för att motivera konsumtionen av e-sport.

Affektivt får konsumenten känslomässiga upplevelser – de upplever spänning, dramatik och känner med sina favoritspelare. De konsumerar för att e-sport är underhållning och strävar efter

att få uppleva något. I likhet med vad som sportkonsumenter betraktade som ett estetiskt tilltalande, så upplever e-sportkonsumenter ett strategiskt djup. Hjärna sätt mot hjärna och det blir en kamp om kunskap och krigsföringens konst. Beträkarna förundras över hur väl spelarna kan bygga upp och genomföra sin plan. Nästan ett matematiskt tilltalande, istället för ett estetiskt, där intellektet ska mätas. Som tidigare forskning kring e-sportens spelare visat så krävs det flera goda egenskaper för att bli en bra spelare, och att uppvisningen sätter stor press på spelarna (Rambush m.fl. 2007; Taylor & Witkowski, 2010). Det visar sig att e-sporttittarna är väl medvetna om det och väger det in i sin uppskattning av konsumtionen, vilket bidrar till att underhållningsvärdet ökar. Precis som de kinesiska studenterna anser de att e-sportarna förtjänar beröm (Szablewicz, 2011). Konsumenterna söker sig även ut till exempelvis barcraft eller hem till vänner för att stärka det affektiva behovet, då upplevelsen blir starkare om den delas med andra människor. Samtidigt finns det en stark koppling till det egna spelandet, där konsumentens egna erfarenheter av spelandet återupplevt när de ser på e-sport, vilket stämmer in på vad tidigare forskning visat (Taylor och Witkowskis, 2010). Det blir en förlängning av de stunder konsumenten själv spelat. Deras kunskap om spelet och deras möten med vissa strategier vävs in i upplevelsen av att se på e-sport.

Det socialt integrerande behovet märks framförallt i att samtliga informanter föredrar att se på e-sport tillsammans med andra. I den gemensamma konsumtionen så kommer åskådarna närmare varandra, det är informanterna medvetna om, och använder därmed e-sportkonsumtionen som ett sätt att skapa starkare vänskapsband och även forma nya. Det här är något som även Taylor och Witkowskis (2010) studie visar, att åskådare stärker och skapar nya vänskapsband. Det blir ett socialt klister som får dem att komma närmare varandra. Det delade intresset blir en hörnsten som underlättar samtal. Samtidigt visar det sig att gemenskapen skapar en upplevd identitet som dessa människor delar. De blir en gruppering inom samhället som delar samma intresse. Detta har även blivit uppenbart i samband med barcraft, där e-sportkonsumenterna kan träffa likasinnade och i gemenskap med andra se på matcher. Som beskrevs så anser sig e-sportkonsumenterna även välkomnande för utomstående. De berättar varmt om deras intresse för andra och vill gärna att fler ska delta i mediekonsumtionen med dem. Inte nog med att de vill komma närmare andra som ser på e-sport så vill de få fler att börja konsumera, vilket då leder till att de får fler att konsumera med, som i sin tur ökar deras umgängeskrets eller ytterligare stärker redan existerande relationer. De vill få en större eller starkare gemenskap och det ska ske genom e-sporten, då det är ett så stort intresse för dem att de högt värdesätter en sådan vänskap. Samtidigt bidrar konsumtionen med andra individer till ökad stämning, vilket stärker det affektiva behovet. Den känslomässiga upplevelsen blir bättre när andra är med och delar stunden samt bidrar till ökad dramatik. Tillskillnad från sportkonsumtionen, där familjen spelar en stor roll för det socialt integrerande behovet, så ses inte e-sport tillsammans med

familjen. E-sportkonsumtionen är även något som övriga familjen kan se ner på eller förvånas över (presenteras mer om i nästa avsnitt). Men som med datorspelade är det generationsbundet, och det är möjligt att om 10-20 år finns det familjer ser på e-sport tillsammans. Samt att de då motiverar konsumtionen med att stärka familjebanden och dela identiteten som e-sportkonsument. Som en informant påpekar i nästa avsnitt hade han gärna sett på e-sport med sina barn, om han hade några.

Att genom e-sportkonsumtionen få avkoppling håller samtliga informanter med om. Efter en hård dag på jobbet eller skolan så kan de varva ner med att se på en match. Informanterna blev däremot främmande till begreppet att det skulle handla om en verklighetsflykt. Anledningen till det är datorspelandes negativa mytbild och en rädsla att e-sporten ska benämnas med samma bild från delar av samhället. Förståelsen till varför de inte vill göra den associationen är förståelig, samtidigt är de möjligt lite för känsliga till ordet och dess möjliga innebörd. En verklighetsflykt behöver inte ses som något negativt, istället kan det vara ett sätt att leva ut en annan sida av sig själv eller att uppleva en fiktiv värld. Det behöver inte innebära att man anser den verkliga världen betungande. Men ordets konnotation kan av förståelse förmedla en negativ innebörd. Att kalla det avkoppling ger även en bättre beskrivning av det som informanterna upplever, då e-sporten är ett intresse som för dem är nära knytet till deras vardag. De ser på e-sport för att det får dem att njuta och fördriva tid, men även för att träffa vänner och skaffa nya.

Det visade sig att det finns en nära relation till det egna spelandet, vilket påverkar det affektiva behovet, men samtidigt leder det konsumenten till att fylla ett kognitivt behov. Genom att konsumera e-sport så kan individen lära sig mer om spelet och upptäcka nya strategier. Det här stämmer väl överens med vad tidigare forskning visat (Taylor och Witkowskis, 2010) där e-sportkonsumenten genom att se andra spela lockas in att återbesöka spelvärlden och använda den nyvunna kunskapen den fått genom tittandet. Även om konsumenterna inte aspirerar att bli professionella spelare så vill de ändå bli bättre i det egna spelandet – nå högre ranking och få ut mer av spelet. Bästa sättet att lära sig blir därmed att se toppspelarna visa hur du kontrar olika manövers och ger dig vidare kunskap om enheternas förmågor och användningsområden. E-sportens spelare lär därmed indirekt ut sitt spelsätt till konsumenterna, och i vissa fall medvetet genom personliga streams. Konsumenterna kan bestämma sig för att gå in med motivationen att lära sig något från sin konsumtion, eller så sker det passivt medan de fyller affektiva och socialt integrerande behov. Men att utläsa så är det främst genom att konsumera själv som det kognitiva behovet uppfylls, då konsumenten kan fokusera mer på matchen och inte behöver låta andra behov konkurrera med uppmärksamheten. Det kognitiva behovet kan också knytas till den sociala aspekten av e-sporten: då genom att förbättra det egna spelandet så stärks självbilden. I sociala sammanhang, som barcraft, så intresserar sig alla i den rank någon spelar i. Att ha en hög rank genererar respekt från övriga medlemmar. Konsumtionen av e-sport kan därmed vara ett

sätt att bättra på sin kunskap och förbättra det egna spelandet, så att man kan öka sin rank för att därigenom få ökad social status. E-sportkonsumtionen kan därmed ha ett personlighetsstärkande behov, som samtidigt fyller ett socialt integrerande behov genom att individens status och plats inom gruppen stärks. Men det råder viss mån av spekulation kring det.

Ett antagande som nämndes tidigare i studien var att hardcore-spelare i större utsträckning skulle vara e-sportkonsumenter, på grund av att se andra spela är ett effektivt sätt att förbättra sitt eget spelande (Rambush m.fl., 2007). Det har däremot inte kunnat påvisas i den här studien, istället är det en väldigt heterogen grupp som ser på e-sport, och varken rank eller nivån på engagemang i spelet spelar roll när det kommer till val av konsumtion. Istället kan det däremot påverka den bakomliggande motivationen, då en person som är mer seriös med sitt spelande gärna med fördel ser på e-sport för att lära sig, medan en annan drivs mer av andra motivationer. Men i vilket grad de drivs har inte kunnat påvisas i den här studien.

I övrigt är det svårt att hitta några motivationer till det personlighetsstärkande behovet. Endast en av informanterna såg vadslagning som en del av e-sportkonsumtionen, och då i väldigt liten grad, vilket kan ha ett ekonomiskt motiv inom det personlighetsstärkande behovet. Men att genom konsumtionen öka sitt självförtroende eller status är spekulativt. Det kan förekomma i den mån att gemenskapen med andra, det socialt integrerande behovet, bidrar till att öka självförtroende. Eller som nämndes ovan att ökad kunskap om spelet leder till förbättrat spelande, vilket i sin tur leder till ökad social status.

Som också nämndes är det i sällskap med andra som e-sportkonsumtionen föredras. Att konsumera själv kan fylla behov – kognitiva och affektiva – men inte till den grad som den gemensamma konsumtionen. E-sport blir då en förhöjd upplevelse som bidrar till en gemenskap. Att se på e-sport ensam är något som e-sportkonsumenterna kan göra, och vid vissa givna tillfällen även föredra: exempelvis när det kognitiva behovet mer aktivt önskas fyllas. Anledningen till att man inte konsumerar e-sport med andra kan även vara på grund av tidsbrist eller att avståndet till vänner är för stort. Forskningsfrågan två om *”hur föredrar individen att konsumera e-sport”* beror därmed till viss del på sammanhanget, det rådande omständigheterna, men att det framförallt är i gemenskap med andra, med vänner, som konsumtionen är att föredra.

Som Taylor (2012) påpekade är internet uteslutande den viktigaste kanalen för e-sporten, vilket även visas sig i den här studien. Det är tack vare internet som informanterna kunnat ta del deras intresse i den mån de gör. De hade önskat att det förekom sändningar av e-sport i tv-marknätet eller att de kunde gå på turneringar, men möjligheterna eller förutsättningarna för det finns inte. Istället är det genom streamad media och internetsidor om e-sport som de kan ta del av sitt intresse. Det ger en ökad spontanitet för deras tittande vilket ger en flexibel mediekonsumtion.

Jämför man de motivationer som fanns bakom sportkonsumtion så visar det sig att motivationerna för e-sportkonsumtionen är till stor del densamma. Även om olika sporter motiveras olika, som Wann m.fl. (2008) lyfte fram, så stämmer e-sportens konsumtion in i de generella motivationernas som nämns för sport, med vissa skillnader. Motiv som ekonomi och familj uppfylls inte hos e-sportkonsumenter.

Uses and Gratification teorin verkar ha varit ett lämpligt sätt att kategorisera de motivationerna som kan ligga till grund för konsumtionen. E-sportkonsumenterna visar också på den medvetenhet som tillskrivs medieanvändaren i teorin: de vill uppnå en viss gratifikation eller flera, och styrs därmed av behov som ska fyllas. De väger även de olika medievalen mot varandra, utefter den ansträngning som varje kräver och dess förväntade belöning, för att avgöra vilket som bäst fyller deras behov. De är därmed aktiva i valet av medium, och medvetna om vad mediet ger dem. Modellen som presenterades i figur 1 på sida 27 har enligt den här studien visat sig stämma. Uses and Gratification teorin ger mig de behov/motivationer som jag behövde. Allt som kom fram kunde med hjälp av teorin kategoriseras. Studien bygger även på att undersöka drivkraften bakom konsumtionen och att därmed fråga sig vad *användaren gör med mediet*, som Uses and Gratification gör, istället för vad *mediet gör med användaren* är därför lämpligt. Jag kan inte heller undersöka mediets effekter på användaren, som denne själv inte är medveten om, genom följande studie och önskar så heller inte göra. Uses and Effects teorin är har därför inte ansetts lämplig. Däremot finns det brister i den valda teorin, som inte ger mig en djupare förståelse till varför de motiveras. Där lämnar teorin över det förklaringsutrymme till mig som forskare och till andra teorier och forskningsfält. Teorin tillhandahåller ett ramverk och förståelsen att mediekonsumtionen är behovsstyrd, användaren aktiv i sitt val och att omständigheter påverkar medievalet.

Det är svårt för mig att mäta i vilken grad behoven tillfredställs. Ta exempelvis det affektiva behovet som bygger på känslomässiga upplevelser. I hur stark grad de får känslomässiga upplevelser kan jag inte veta. Om någon hävdar att de blir ”enormt upprymda” av att se på e-sport kan jag inte använda mig det som mått i jämförelse med någon annan då, den beskriver graden av tillfredställelse på ett annat sätt, och det blir högst personliga och subjektiva mått och beskrivningar. Vad jag kan få fram är att behovet fylls, och att alla informanter söker att fylla behovet, men därefter är det svårare att bedöma deras behovs- och belöningsgrad. Ett kvantitativt förhållningsätt skulle kunna göra en sådan jämförelse och mätning, eller en kvalitativ studie med mer ingående fokus på att undersöka den aspekten. Det är studiens begränsning, men en medveten sådan och som tidigare beskrivits så är det här en explorativ studie som ämnar synliggöra de motivationer som ligger till grund för konsumtionen.

Subkulturen och majoritetskulturen

Gemenskapen och identiteten

Att se på e-sport är ett intresse som knyter samman människor. Som togs upp under avsnittet *den sociala konsumtionen* så kunde människor, som tidigare bara varit bekantar, tack vara e-sporten bli närmare vänner. Deras gemensamma intresse fick dem att närma sig varandra.

Datorspelskulturen och speciellt e-sportskulturen har lätt för att inkludera människor, anser en informant. Man blir glad att någon delar ens intresse och välkomnar den in i gemenskapen. Däremot är det lätt för utomstående att stigmatisera, ”*men den där klicker, vad är ni för nördar?*” trodde en informant att det kunde låta. Informanterna menar att den utomstående synen skapar en gemenskap. Det finns en känsla av tillhörighet e-sportkonsumenter emellan, och på evenemang som barcraft så har man lätt för att närma sig nya människor. Vilket beror på, menar flera informanter, att man delar ett intresse som är lite ovanligt:

”Alla är där för att göra den här ganska nördiga prylen. Är alla där vet vad det är och alla pratar om det. Man kan säga något till killen bredvid, så förstår han vad du pratar om. Så är det inte i vanliga fall. Det är jävligt häftigt.”

Det har blivit mer än bara ett intresse menar flera av respondenterna och några av dem definierar e-sporten som en livsstil. Något som man delar med sina vänner.

”Personligen är det ju det (mer än bara nöje). Det är ändå en del av mig, för att jag lever ju runt det och samtidigt som jag faktiskt försöker komma in som spelare i e-sport. Det blir en helt annan sak.”

Även om uttalandet ovan kommer från en informant som satsar på en karriär som e-sportare så är han inte ensam om att tycka på det sättet. Samtliga informanter, i olika utsträckning, ser e-sporten som en del av sin identitet. Deras personlighet och relationer definieras av deras e-sportkonsumtion.

Men flera påpekar att e-sport inte är hela deras identitet, utan en del av den. Precis som spel har bidragit till att skapa och forma dem, har musik och andra intressen även gjort det. Identiteten är en konstruktion av flera saker, där e-sporten kan vara en större eller mindre del. Men det är en identitet som skapar en upplevd gemenskap. Den knyter starkare band ihop med andra och blir en del av vardagen, där även andra identitetsskapande intressen utbyts:

”Vi träffas och äter pizza och snackar spel. Det kan vara vilka indiespel vi klarat, vilka vi ska spela, att jag blev så rädd för ett spel jag spelade igår. Jag älskar spel, men även musik och andra intressen.”

Det är först när de berättar om den gemensamma konsumtionen, som det finns en koppling till identitet – att med andra göra något och därmed bildar en gemenskap. I den upplevda gemenskapen vill man även visa sin kunskap, att man är duktig. Det blir att man diskuterar spelet, matcher och spelare. Det kan finnas en tävlan, vänner emellan, om hur bra man är på ett spel:

”Det är lite tävling, man vill visa upp vad man kan ... när någon kan mer blir sur då man vill kunna mer än honom.”

Även om några av informanterna inte säger att de direkt ser upp till någon som kan mer, så tar de gärna tillfället i akt att lära sig av den personen. När nya människor träffas inom e-sportsammanhang förekommer det att e-sportkonsumenterna presenterar sig för varandra med att berätta vilken ras de spelar och i vilken rank. Anledningen till varför verkar det finns delade åsikter om, en menar att det endast är ett sätt att orientera sig medan en annan menar att det finns en nyfikenhet att veta om man är bättre än den man pratar med. Att någon skulle ha lägre rank betyder inte att man ser ner på den personen, men att någon har högre inger respekt. Som en informant påpekade: *”det känns lite macho att kunna mer än någon annan”*. En annan informant berättar att han gärna spetsar öronen om han träffar någon från rankingens toppskikt. Det den säger är värt att lyssna på och han får möjligheten att lära sig något. Under mina observationer fick jag även själv frågan om jag spelade, vilket jag gjorde förr, och fick då frågan vilken rank jag spelade i. Mitt svar verkade spelade liten roll över deras intresse att prata med mig, inte heller bemöttes jag annorlunda efter att de fick reda på att jag inte spelade längre och att jag då var på guldnivå (tredje rankingsnivån av sju). Jag kunde även höra andra som fick samma fråga, och ställde även frågan själv när någon frågat ut mig. Det väcktes, som informanterna beskrev, en nyfikenhet över hur duktig spelare han eller hon jag pratade faktiskt var. De gånger någon öppet kan säga åt någon att den är sämre, eller att den spelar dålig, är i goda vänners sällskap påpekar en informant. Då kan det finnas en jargong där man kallar varandra nedlåtande saker. Men med all välmening. Man tar det med en klackspark, då det är menat som ett skämt.

Flera av informanterna har tagit med vänner till barcraft, som visat intresse för att komma. De vill gärna få människor att komma till barcraft och få dem att se vad det är. Berättar gärna om det och bjuder in de som verkar nyfikna. De har en positiv bild av det som de vill sprida och få människor att se det med andra ögon, om de har en bild som e-sportkonsumenten anser är missvisande. De är måna om den bild som finns av deras intresse och tar gärna diskussioner med utomstående som har en negativ bild av e-sporten.

Förhållandet till majoritetskulturen

Många informanter känner ett stort behov att rättfärdiga sin konsumtion emot utomstående. De är medvetna om att e-sport inte har en hög status i samhället. Informanterna upplever att det finns en hel del åsikter från utomstående om vad det är för typ av människor som ser på e-sport, att datorspelande påverkar individer på ett negativt sätt (asocial, otränad) och att e-sport inte kan vara en sport. Det är en lek, inget som kan likställas med fotboll eller hockey. En av de intervjuade vill satsa på en karriär och satte sig därför ner med sina föräldrar och förklarade vad e-sport är. Han berättar att deras syn var att han satt och lekte vid datorn, men att de nu förstår att det är mer än så. För honom är det en livsstil och en framtida karriär. Generellt hos informanterna verkar föräldrarna inte förstå sig på deras barns e-sportkonsumtion.

”Min mor tycker att det är jättekonstig att jag sitter och tittar på när andra spelar, inte nog med att jag ska spela själv jag ska även titta på andra.”

Har de en negativ bild av datorspelande så flyttas den över till deras e-sportkonsumtion, och vad som var illa nog har i och med e-sporten blivit värre. En informant berättar att hennes föräldrar inte vet om att hon ser på e-sport, men om hennes pappa skulle få reda på det skulle han tycka det är larv. Hennes pappa skulle då troligen säga något i stil med:

”Va? Får de åka till Korea för det? Bor de i ett hus tillsammans och spelar hela dagarna? ... Här jobbar jag hårt hela livet och så kan någon jeppe som är 18 åka till Korea och tjäna pengar på det sättet. Man får allting betalt för sig och behöver bara spela.”

Däremot så är det inte en entydig bild att föräldrarna motsatt sig deras spelande. Det är en splittrad bild, men till större del har informanternas föräldrar stöttat deras fritidsaktivitet. Men det är inte bara föräldrar som har en åsikt om deras intresse. En informant höll tal i skolan om e-sport och då visade det sig att många av klasskamraterna inte såg det som sport, utan som nöje. Det här är genomgående för alla informanter, alla har mött människor som anser att det inte är sport, och att det vore konstigt om det vore så. Det går stick i stäv med informanternas syn, då alla vill definiera e-sport det som sport, och de kan argumentera för sin sak. De kan välja att jämföra det med en annan sport, visa på likheter och skillnader, eller att ta fram de positiva aspekter e-sportare får ta del av. Det är en växande sport menar de, och det spelar ingen roll vad utomstående tycker, de kommer fortsätta att konsumera och fler kommer lockas till att bli e-sportkonsumenter. En informant tyckte även det var underligt att en studie skulle göras om e-sportkonsumtion, och ställde frågan om det inte även borde göras om traditionell sportkonsumtion (vilket det har gjorts i väldigt stor utsträckning). Hon menade att den här studiens relevans låg i att e-sporten ansågs annorlunda (och traditionell sport normal). Samma informant har en bred umgängeskrets. Hos de umgängen som inte spelar datorspel eller ser på e-

sport får hon försvara sitt fritidsintresse. De tror att datorspelande är farligt och att det leder till beroende. Det är mytbilder tycker hon, och hon måste motarbeta dem. Hon påpekar att det finns ett mål med spelandet, man måste inte spela. Hur kan det då vara ett beroende? Som motargument kan hon ta upp andra extremiteter inom sport eller idrottsvärlden, något som övriga informanter också gör. En berättar att det räcker med att dra liknelser mellan fotboll och e-sport, så är det inte mycket mer att säga. Man klubbar ner deras argument.

”Hur är det så intressant, hur kan du kolla på det här (e-sport)?” kan någon säga och då är det bara att svara ”Det är väl som du kollar på fotboll. Vad är din poäng? Vuxna män som jagar en boll, som sparkar in den mellan två pinnar. Tydligt är det intressant. Så shut up och låt mig göra vad jag vill.”

Citatet ovan kommer från en informant som även ser på fotboll, dock inte i lika hög utsträckning som e-sport. Det han vill få fram är att det går att förlöjliga allt möjligt, beroende på hur man väljer att beskriva det. Flera informanter menar att det går att vara nörd i allt: musik, bilar eller sport. Att e-sport och datorspelande ska anses ”mer nördigt” är fel. Det handlar bara om olika intressen. En av informanterna är gyminstruktör och har fått möta fördommar om datorspelare väldigt ofta, då han inte passar in i stereotypen. Han beskriver det som att han kommer i kläm mellan två världar. Man kan tydligen inte vara datornörd och samtidigt träningsmänniska och tycka hälsa är viktigt. Utomstående har bilden av datorspel att man sitter still och inte rör på sig berättar han.

En informant påpekar att han kanske hade satsat på en karriär som e-sportare om det hade varit mer acceptabelt av samhället. Just nu är det fel sak att vara duktig i, åtminstone i Sverige. Det ger ingen god social status. En annan informant berättar att han gärna hade sett mer erkännande för e-sport som en sport. Då skulle andra ta det på mer allvar. Det skulle legitimera hans konsumtion. Möjligen skulle då hans familj och utomstående förstå det bättre. En informant säger att han gärna ser att e-sporten växer sig större, då det skulle leda till en större acceptans. Samtliga informanter delar synen att det borde vara mer accepterat, vissa mer än andra. Några anser att det inte finns en allt för negativ bild av e-sporten, medan andra pekar på att den negativa bilden är större. Däremot skäms inte informanterna över sin konsumtion, även om de får lustiga bemötande när de berättar om sitt intresse. Men mer acceptans skulle leda till att deras intresse inte alltid ifrågasattes:

”Idag är det inte så (accepterat). För om någon frågar ”vad ska du göra på söndag?” och jag svarar ”Jag ska titta på MLG”, ”Vad fan är MLG?”, ”Jag ska titta på Starcraft turnering”. Då skattar folk tror att man är värsta tönten, att man säger nej till att gå ut och träffa vänner. Nu finns som tur barcraft som man

kan gå ut och träffa vänner och så. För ett år sedan var det inte så, då satt alla hemma. Men nu går alla till ett ställe, det är helt magiskt tycker jag.”

Utvecklingen går framåt menar informanterna. Förr berättar en av dem att han kunde skämmas för att säga att han var en datorspelare. Nu är det inget han skulle dra sig för att berätta, det har blivit mer accepterat. Samtidigt anser han att det inte är bra att sitta inne och spela hela dagarna, precis om att allt är bra i en rimlig mängd. Nörd kan du vara i mycket, men bara för att det finns extremitet inom en viss aktivitet betyder inte att alla är sådana.

Att utomstående människor skulle vara direkt negativa om deras e-sportkonsumtion, ansikte mot ansikte, är möjligen inte något alla informanter upplevt. Som en informant berättare så är det ingen som direkt säger något negativt, antingen så är de fascinerade och intresserade, eller så bryr de sig inte. Men bara för att han aldrig upplevt någon uppenbar negativitet från utomstående så innebär inte att den inte finns, berättar han. Många troligen har en åsikt om intresset:

”För har du en 15 eller 14 åring som spelar datorspel så tänker du ”åh shit han har datorspelberoende”. Han gör inget produktivt, han sitter bara och spelar. De tänker att ”det är hjärndött, han lär sig ingenting”. Men det är verkligen inte så. För oftast så sitter man på Skype och snackar med en massa människor ... och så kan man utvecklas i sitt taktiskt och logiska tänkande”

Alla informanter ser e-sporten som en sport, likvärdig exempelvis fotboll eller golf. Att e-sport skulle särbehandlas från vanlig sport tycker de är fel. E-sport är fysiskt utmattande, men självklart inte i lika hög grad som annan sport. Informanterna menar att dessa skillnader redan existerar inom traditionell sport. Golf är exempelvis inte lika fysiskt utmattande som rugby, men båda definieras som sport, exemplifierade en informant. Flera av de intervjuade pekar istället på att e-sport är psykiskt utmattande.

”För en sport, en idrott kan vara att du arbetar med muskler, en sport behöver inte vara att du springer, en sport är en tävling. I Starcraft, även i andra spel, så är det verkligen du måste trycka i rätt kombination. Säg att de har 300 apm (actions per minute), eller säg 200 för att vara snäll. Det är 200 tryck som de måste göra i rätt kombination. Det är rätt så imponerande, för slår de fel en gång kan de torka ett game.”

Det ställs höga krav på spelarna att göra snabba beslut och oftare är i traditionell sport, anser en informant. Det är mycket fler parametrar att ha hänsyn till och felmarginalen ökar därmed dramatiskt. Alla informanter har argument för de sportsliga egenskaperna av e-sporten. Och som tidigare nämnt så berättar de gärna dem för utomstående som tycker annorlunda. Att e-sporten

kommer växa sig stor tvivlar inte heller de intervjuade på. Frågan är bara hur stor och när den går om många traditionella sporter. En informant menar att utomstående inte förstår hur stor det kommer bli:

”Tv-spel kommer bara växa och växa. Folk sitter mer vid datorn, folk spelar mer spel. Det kommer bara, det måste, växa ... men jag tror det handlar om att politikerna måste inse att det är folk som verkligen tycker om det här lika mycket som vanliga sporter.”

Analys

Som KeSPA definierade e-sport, där publiken deltar i professionaliseringen av sporten och där kulturen de är en del av bidrar till konstruktionen av e-sporten, återspeglas i den bild som e-sportkonsumenterna lyfter fram. Det blir tydligt att kultur, gemenskap och identitet, är något som är en del av konsumtionen. Som svenska Riskidrottsförbundet definierade sport så är social och kulturell utveckling en del av sporten, och där är e-sporten inget undantag.

Konsumtionen av e-sport kan ske på egen hand eller med andra. Det är framförallt i gemenskap med andra som är föredraget bland konsumenterna. De vill dela stunden med någon, komma närmare varandra och bygga en känsla av tillhörighet. Att det finns utomstående som kan se ner på deras intresse leder även till att den gemenskapen blir starkare. Som en konsument beskrev så ”gör man den nördiga grejen tillsammans”. Man är medveten om att det är en avvikelse man intresserar sig för, att grupp tillhörigheten kan anses udda av samhällsnormen. Som subkultur kan e-sportkonsumtionen tillskrivas en *gemenskap utanför familjen*, vilket är en av de identifierbara former av subkulturer som Gelder (2007) presenterade. E-sportkonsumtionen och gemenskapen den ger bidrar till konstruktionen av en identitet. Som beskrevs i teorin är identifikation situationsbunden, och en individ kan identifiera sig med flera olika subkulturer. Så är fallet även med e-sportkonsumenterna. De berättar att andra kulturella uttrycksformer, som musik eller datorspel i allmänhet, utgör deras identitet, och även andra intressen eller livsåskådningar. E-sportsubkulturen utgör därför inte hela deras identitet, utan en del av den. Hur stor den delen är har inte kunnat undersökas, och ämnades så heller inte göra. Det som visade sig är däremot att en sådan subkultur existerar och att flertalet av informanterna känner en sådan association. Det finns även en viss hierarkisk struktur bland e-sportkonsumenter. Genom att ha en hög rank på Starcraft 2 laddern så får du ökad respekt och intresse från övriga konsumenter. Däremot menar konsumenterna att låg rank inte leder till någon särbehandling, men faktum kvarstår att om en e-sportkonsument är i de högre rankerna så behandlas denne annorlunda. De lägre blir inte illa behandlade, men erhåller inte samma sociala status. Därmed kan det finnas en önskan att stiga inom subkulturens hierarki, genom att öka sin kunskap och

förbättra sitt eget spelande. Däremot är det svårt att mäta tillhörighetsgraden som e-sportkonsumenterna upplever att de identifierar sig med subkulturen. Fine och Kleinman (1979) tillhanda håller ett sätt att mäta identifikation: i hur utsträckningen en individ bebländar sig med populationen och hur ofta individen själv väljer att identifiera sig med subkulturen i olika givna situationer. Den har däremot inte kunna användas i den här studien för att göra en mätning, då den kräver ett mer ingående fokus för det givna området som det inte fanns plats för i den här studien. Däremot nämner forskarna att en individ endast kan identifiera sig med en subkultur om denne kan interagera med andra individet inom den givna populationen och därigenom få kulturell kunskap. Jag ställer mig dock frågande till det antagandet, då med dagens informationsteknik kan en individ införskaffa information utan att interagera med andra, men att däremot så stärks troligen identifikationen om det sker interaktion med andra då tillhörigheten blir mer uppenbar när andra bekräftar ens plats inom kulturen.

Gemenskapen inom datorspelskulturen är något som utvecklas efter hand (Gelder, 2007), vilket troligen är densamma för e-sporten. Anledningen till att någon vill konsumera e-sport är troligen först och främst för att fylla behov likande det affektiva, men att det sedan utvecklats till något mer. Det leder till att det utvecklas nya behov och motivationer som konsumenten söker att tillfredsställa. Man upptäckte att det fanns en gemenskap och den vill man, när man blir medveten om den, knyta sig närmare och identifiera sig med. Tillhörigheten verkar vara något som upptäcks längst vägen och som konsumenten då får tycke för.

Till skillnad från andra subkulturer, som är ett motstånd eller en medveten distinktion mot majoritetskulturen, så är det genom e-sportkonsumtionen som tillhörigheten uppstår. Det kan kallas en aktivitetsorienterad subkultur. De söker inte medvetet att motsätta sig samhällsnormen. Däremot finns det en konflikt mellan subkulturen och majoritetskulturen.

E-sportkonsumenterna anser att utomstående inte förstår sig på deras intresse. E-sporten misstolkas och får egenskaper som inte hör den till, menar de. En bild som till viss del stämmer överens med den mediebild som forskning visat framställs av datorspelaren: som asocial och otränad (Shaw, 2010). Därför är inte deras oro och antaganden om vad majoritetskulturen anser om e-sporten helt obefogad. Frågan är däremot i hur stor utsträckning som majoritetskulturen faktiskt håller med den mediebild som producerats. E-sportkonsumenterna menar att de har ett meningsfullt intresse som är likvärdigt andra supporterskap till andra sporter och idrotter. Varför deras intresse skulle vara annorlunda har att göra med okunskap och ovilja att försöka förstå från de utomstående, anser konsumenterna. De känner sig missförstådda och vill förändra synen hos majoritetskulturen, på samma sätt som datorspelare vill förändra synen av sitt datorspelade. Några bjuder in vänner och bekantar till att delta på e-sportaktiviteter medan andra för samtal om e-sport med de som har en ”felaktig” bild, och som det visade sig i resultatet kan

e-sportkonsumenterna argumentera för sig sak. E-sportkonsumenterna är därmed aktiva i konstruktionen av e-sporten, de vill bidra till att bilden blir ”sann” och att den erhåller god status i samhället, och definieras som sport. Till skillnad från punken, som uppstod till följd av den hopplöshet som existerade bland arbetarklassen och av det orättvisa samhället de levde i (Hebdige, 1979), så är e-sporten inte en protest emot samhällets normer. De som ser på e-sport och tillhör den subkulturen vill istället att samhället ska acceptera deras intresse och inkludera det i majoritetskulturen. De söker samförstånd. E-sporten ska inte ses som avvikande och den ska definieras som sport. Det stämmer även in på de anledningarna som Thiborg (2011) nämnde till varför namnet e-sport används: legitimitet och socialt erkännande. De strävar efter att uppfylla dem i majoritetskulturens ögon. Att det saknas acceptans leder också till att några av informanterna inte sökt en karriär inom e-sporten, då det är ”fel sak att vara duktig i” eller att det inte går att livnära sig på det i Sverige. Det återspeglas även i hur väl e-sportare är medvetna om det egna landets utveckling inom e-sporten och därför söker sig utomlands för att förverkliga sin dröm (Rambush m.fl., 2007). Hade situationen sett annorlunda ut hade kanske flera e-sportkonsumenter i Sverige varit mer villiga att ge sig in i e-sporten som spelare.

Birmingham-skolan förklaring av en subkultur som en gruppering som inte accepterar sin plats i samhällets hierarki (Clarke, 1997) stämmer in på e-sporten. Där har den tidigare teoretiseringen om subkultur rätt gällande e-sporten, men i andra aspekter brister den. Den politiska aktivismen är inte närvarande och istället för att särskilja sig, att hitta en ”egen lösning”, så söker e-sportkulturen acceptans. Som i Clarkes (1997) kritik mot Hebdige så behöver inte e-sporten som kultur ”försvara sig mot samhällets vulgära normer”, istället accepterar de dem och delar troligen i mångt och mycket dess värderingar. Birmingham-skolans oppositionella förhållande till majoritetskulturen kan inte hittas, istället är det de post-subkulturella synen som bättre beskriver e-sporten som kultur. En alternativ tillhörighet, av lösare form. Men även här anser teoretikerna att subkulturen ämnar särskilja sig från majoritetskulturen, jag ställer mig dock tveksam till det antagandet och kan inte se att det stämmer för e-sportkulturen. Istället är den aktivitetsorienterad, och där motståndet kommer utifrån istället för inom den egna subkulturen. Det är det externa motståndet som medlemmarna vill neutralisera, så att deras intresse inte ses om avvikande utan accepteras som legitimt. Som för MMORPG spelandet där Gelder (2007) visade att utomstående upplevde moralpanik. Utomstående ansåg att de som spelade den typen av spel motsatte sig, genom sitt spelande och intresse, majoritetskulturen. Majoritetskulturen ansåg att de inte ville vara en del av samhället, att de flydde till en fantasivärld. Men i realiteten fanns där inget motstånd. Istället skapade majoritetskulturen den och påtvingade de spelande ett utanförskap. I realiteten kan det vara samma scenario för e-sportkulturen. De anser nämligen sig inte motsätta sig majoritetskulturens normer och värderingar, istället är det troligen majoritetskulturen som tror att e-sportkonsumenterna vill särskilja sig och därmed söker ett

utanförskap. Att ägna sig åt e-sport blir därmed i sig en indirekt och till viss del omedveten manifestation emot majoritetskulturen.

Men subkulturens karaktär kan komma att förändras. Som Thiborg (2011) beskrev så finns det ett framtidsscenario för e-sporten som motkultur till traditionell sport. Resultatet visar att det finns en motsättning hos konsumenterna emot majoritetskulturens definition av vad som är sport. E-sportkonsumenter anser e-sporten likvärdigt, medan de tror att utomstående motsätter sig det antagandet. Fortsätter moståndet att erkänna e-sport som en sport kan subkulturen ändra form och bli mer politisk, alternativt utveckla den motkultur som Thiborg beskriver. För närvarande önskar e-sportkonsumenterna inkludering, men ges det inte så är ett framtidsscenario som motkultur en realitet.

Shaw (2010) lyfta fram i en studie att datorspelandet bidrar till konstruktionen av en kultur, som spelarna konsumerar och bidrar till att forma. E-sportkonsumenterna skulle därmed kunna antas vara en del av den kulturen, vilket det påvisas i den här studien. Men hur är relationen mellan datorspelskulturen och e-sportskulturen, är det så att e-sporten är en del inom datorspelskulturen eller en separat fristående kultur? Troligen så är det en del inom, då båda kulturerna har mycket gemensamt i egenskap av utanförskap och intresse, men exakt hur den relationen ser ut saknar jag svar, och hade varit av intresse att få studerat. Men som Shaw (2010) vidare påpekar så kan datorspel bli en identitetskapande aktivitet genom att man i gemenskap med andra delar upplevelser. Det stärker både vänskap med vänner och med communityn inom spelvärlden. Exakt den delade upplevelsen är det som e-sportkonsumenterna lyfter fram som en viktig del att vilja se på e-sport med andra – vänner eller främlingar. Samma form av identitetskapande aktivitet förekommer därmed även inom e-sporten. Som Conway (2010) påpekade så blir spelet mer än bara spelandet: det ökar även det sociala och kulturella kapitalet. Spelare inom datorspelskulturen är även måna om majoritetskulturens bild av deras spelande (Szablewicz, 2011), på samma sätt som e-sportskulturen visat i den här studien. I mångt och mycket känns e-sportskulturen och datorspelskulturen som väldigt likartade, de delar många gemensamma nämnare och får därför samma attribut. Men hur förhåller de sig till varandra?

Kinesiska studenter ser en tydlig skiljelinje mellan e-sport och MMORPG: där e-sporten är en meningsfull fritidsaktivitet medan den andra är ett njutningslystet tidsfördriv (Szablewicz, 2011). Är det möjligt att det kommer utvecklas en liknande delning inom datorspelsvärlden här i Sverige och övriga delar av världen? E-sportkonsumenter kan komma att vilja särskilja sig ifrån den negativa bild som råder kring vissa former av datorspelande, exempelvis MMO-spel, och kan därför försöka dela upp datorspelandet i likhet med det som förekommer i Kina. Det för att få e-sporten att framstå som mer seriös och därmed kunna vinna acceptans som sport och som meningsfull fritidsaktivitet i majoritetskulturens ögon. Då denne kanske har svårt att förhålla sig

till att datorspelandet kan se olika ut, beroende på vad det är för spel som spelas. Det här är endast ett spekulativt framtidsscenario, men är inte helt omöjliga sådant. Frågan är däremot om e-sportkonsumenterna ser en fördel med en sådan delning och om de faktiskt håller med om att den är till gagn. Eftersom de själva troligen är en del av datorspelskulturen vill de inte svartmåla delar av den, och hylla andra på deras bekostnad.

Slutsatser

Studien visar på att e-sportkonsumtionen fyller ett flertal behov: *affektiva, socialt integrerande, avkoppling*, och *kognitiva*. Som konsument vill du bli underhållen. Du vill uppleva känslor, spänning och det strategiska djup spelet erbjuder. Att se andra tävla inom datorspel relaterar till det egna spelupplevelsen, du förstår de svåra beslut en spelare måste göra och det bidrar till att den känslomässiga upplevelsen ökar. E-sporten vill även konsumeras i gemenskap med andra. Det stärker den känslomässiga effekten att dela upplevelsen med vänner och bekantar. Genom att konsumera e-sport med andra så knyts även människor närmare varandra. Man utvecklar en gemenskap och en identitet man delar. E-sportkonsumtionen ger också en paus i vardagen, ett sätt att koppla av från en stressig dag eller erbjuda ett tidsfördriv. Däremot anser konsumenterna att det inte handlar om verklighetsflykt, istället är e-sporten en del av deras identitet och vardag. E-sportkonsumtion handlar inte om att fly en jobbig och obekvämlig verklighet. Oron för att kalla det verklighetsflykt kommer från den negativa mytbild e-sportkonsumenterna anser utomstående kan ha om deras intresse.

E-sporten fyller även ett informationsbehov hos konsumenten. Genom att se på e-sport kan konsumenten få mer kunskap om spelet som sedan kan användas i det egna spelandet. Även om en konsument inte satsar på en karriär som professionell e-sportare så kan denne vilja förbättra sitt spelande och nå högre rank inom spelet. E-sportkonsumtionen skulle även kunna antas leda till att stärka en individs status inom e-sportkulturen: ett *personlighetsstärkande* behov. Hög ranking inom e-sportspelet genererar respekt och beundran från andra medlemmar. Att genom e-sportkonsumtion få kunskap om spelet, vilket leder till förbättrande av det egna spelandet som ger högre rank, kan därmed öka självkänslan inom subkulturen.

Det föredragna sättet som konsumenterna vill ta det av e-sport är i gemenskap med andra, och då med vänner. Genom att dela upplevelsen med en vän så stärks det vänskapsbandet och det förstärker det känslomässiga behovet som e-sporten tillhandahåller. Att se på e-sport ensam är något som e-sportkonsumenterna kan göra, och vid vissa givna tillfällen även föredra, men hade de fått välja så är det med andra konsumtionen ska ske. Att de inte alltid ser med andra har exempelvis att göra med tidsbrist eller avstånd till vänner. E-sporten består av en mängd olika turneringar och det är inte alltid möjligt för en konsument att veta när en turnering börjar. Därför kan vetskapen om en turnering nå dem allt för sent att kunna åka hem till någon. Det kan däremot leda till att konsumtionen sker på varsin plats, men att man via chattjänster som Skype delar upplevelsen med någon annan.

E-sportkonsumtionen skapar en upplevd gemenskap med andra e-sportkonsumenter. De känner en tillhörighet till varandra och inkluderar gärna andra i gemenskapen. E-sporten kan definieras som en subkultur, enligt Gelders (2007) definition av en *gemenskap utanför familjen*, och är aktivitets orienterad. De motsätter sig inte majoritetskulturen eller söker distinktion från den, som andra subkulturer ämnar göra, utan är endast ute efter att få ta del av sitt intresse. Däremot så är medlemmarna medvetna om att utomstående kan lyfta på ögonbrynen och ha negativa åsikter om deras intresse. E-sportkonsumenterna vill därmed förändra den negativa bild som kan existera och se till att e-sporten får den status den förtjänar i samhället. Det ska anses som en sport likvärdig traditionella sporter. Därför så vill subkulturen inkluderas i samhällsnormen, och söker acceptans och förståelse från sin omgivning. Om den här acceptansen aldrig uppnås kan däremot e-sporten utvecklas till, som Thiborg (2011) beskriver, en motkultur som tar avstånd från samhällsnormen.

Vidare forskning

Under studiens gång har det uppkommit frågor som det skulle kunna forskas vidare inom. Thiborg (2011) har gjort en intressant och givande genomgång om e-sporten kan definieras som sport, och redogjort för den process från lek till sport som den nu genomgår. Det hade även varit intressant att få reda på hur e-sportens olika aktörer ser på definitionen av sin egen sport, och om man utifrån det kan formulera en definition av vad som utgör e-sport. Då är det intressant att både vända sig till arrangörer, professionella e-sportare och konsumenterna, eftersom alla bidrar i konstruktionen av vad som är e-sport.

För att komplettera den här studien kan det göras mer omfattande undersökningar kring motivationerna. De individer som deltog i studien är medlemmar i ett community som går ut på att i gemenskap med andra konsumera e-sport. För att komplettera den här studien kan det göras undersökningar med individer som inte är medlemmar i den typen av gemenskap, för att se om det finns en mindre social sida av e-sportkonsumtionen, eller om den bild som framkommer i den här studien stämmer.

En annan fråga som väcktes var hur utomstående ser på e-sporten. Konsumenterna upplever att det finns en negativ bild som cirkulerar kring deras intresse. Vad anser majoritetskulturen om e-sporten? En undersökning kan exempelvis göras av den mediebild som produceras av e-sporten och på så sätt se hur e-sportens framställs.

Källförteckning

Bennet, Andy & Kahn-Harris, Keith (2004). *After subculture: critical studies inn contemporary youth culture*. Houndmills: Macmillan.

Coakley, Jay (2007). *Sport in Society: Issues and Controversies*. New York: McGraw-Hill.

Conway, Steven (2010). *It's in the Game' and Above the Game. An Analysis of the Users of Sports Videogames*. *Covergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 16 (3). S 334 – 354.

Clarke m. fl. (1997). *Subcultures, Cultures and Class*. The Subcultures Reader. Red. Gelder, Ken och Thornton, Sarah. London: Routledge.

Crawford, Garry & Gosling, K. Victoria (2009). *More Than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives*. *Sociology of Sport Journal*. Vol 26. S 50 – 66.

Crawford, Garry (2005). *Digital Gaming, Sport and Gender*. *Leisure Studies*. 24:3, s 259-270.

Dagens Media (2012). *Storpublik för E-sport SM*.

<http://www.dagensmedia.se/nyheter/dig/article3435690.ece> 2012-06-13

Datorspelsbranschen (2010). *Dags att spela dataspel – Om vilka som spelar, spel och kultur, spel och lärande, historik, åldermärkning och legala tjänster*.

<http://www.dataspelsbranschen.se/media/109788/dags%20att%20spela%20dataspel.pdf>

Djerf-Pierre, Monika (2007). *Från Hardcore till Parent Gamer – Onlinespelande, ålder och livsstil*. SOM-rapport nr 44, sid 417- 435.

Dreamhack (2012). *E-sport*. Sektion på hemsidan med de e-sportspel som det tävlas.

<http://www.dreamhack.se/dhs12/esport/> 2012-04-22

Electronic games (1982). *Electronic Games – Players Guide To Electronic Science Fiction Games*. Sid 36. http://www.archive.org/stream/electronic-games-magazine-1982-03/Electronic_Games_Issue_02_Vol_01_02_1982_Mar#page/n35/mode/1up

Electronic Sports League (2012). *History*. Historisk överblick över de spel som spelats i turneringen. <http://www.esl-world.net/masters/history/> 2012-04-22

Fine, Gary & Kleinman, Sherryl (1979). *Rethinking Subculture: An Interactionist Analysis*. *American Journal of Sociology*. 85:1, s 1-20

- Gelder, Kenneth (2007). *Subcultures: Cultural histories and social practice*. Routledge
- Google (2012). Sökning på ordet "e-sports" gjordes den 21 april 2012. Sökningsresultatet gav 3 010 000 000 träffar. 2012-04-21
- Gramsci, Antonio (2001). *The Formation of the Intellectuals*. The Norton Anthology of Theory and Criticism. Norton & Company Inc.
- Guttman, Allen (2004). *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press.
- Hammersley, Martyn & Atkinson, Paul (2007). *Ethnography: principles in practice*. Third edition. Routledge.
- Harper, L. Todd (2010). *The Art of War: Fighting Games, Performativity, and Social Game Play*. Scripps College of Communication of Ohio University.
- Harper, T. (2011). *Rules, rhetoric, and genre: procedural rhetoric in Persona 3*. Games and Culture.
- Hebdige, Dick (1979). *Subculture: the meaning of style*. Third edition. Taylor & Francis e-Library.
- Hutchins, Brett (2008). *Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games*. New Media Society.
- IEM (2012). *History of the Intel Extreme Masters*.
<http://www.esl-world.net/masters/history/> 2012-06-04
- IeSF (2012). Vision and goal of IeSF.
<http://ie-sf.org/eng/company/vision.asp> 2012-04-22
- IGN IPL (2012). Huvudsida – där presenteras spelen i turneringen.
<http://www.ign.com/ipl/> 2012-04-22
- Jonasson, Kalle & Thiborg, Jesper (2010). *Electronic sport and its impact on future sport*. Sport in Society. 13:2, s 287-299.
- Jensen, Klaus & Rosengren, Karl (1990). *Five traditions in Search of the Audience*. European Journal of Communication. 5: 207. <http://ejc.sagepub.com/content/5/2/207>
- Jönsson, Kutte (2007). Idrottsfilosofiska introduktioner. Malmö: Idrottsforum.org

Katz, Elihu; Blumler, Jay & Gurevitch, Michael (1974). *Uses and Gratifications research*. The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4., pp. 509-523.

Katz, Elihu; Gurevitch, Michael & Haas, Hadassah (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, Vol. 38, s 164-181.

KeSPA (2012). *What is e-Sports?* Definitionsförklaring av e-sport.

http://www.e-sports.or.kr/esports/Eng/esports_intro_10.kea?m_code=espor_10 2012-04-22

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2011). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Andra upplagan . Lund: Studentlitteratur AB.

Lowood, Henry (2008). *Found Technology: Players as Innovators in the Making of Machinima*. Digital Young, Innovation, and the Unexpected. S165-196.

Newman, James. (2004). *Videogames*. London: Routledge.

Rakaka (2012a). *WCG slopar PC-titlarna*.

<http://rakaka.se/index.php?newsID=18891> 2012-06-04

Rakaka (2012b). *WCG ber om ursäkt*.

<http://rakaka.se/index.php?newsID=19118> 2012-06-04

Rambusch, Jana; Jakobsson, Peter; Pargman, Daniel (2007). *Exploring E-sports: A Case study of Gameplay in Counter-strike*. Digital Games Research Association.

Riksidrottsförbundet (2009). *Idrotten vill – Idrottsrörelsens idéprogram*. Riksidrottsstyrelsen.

http://www.rf.se/ImageVault/Images/id_2808/ImageVaultHandler.aspx 2012-04-22

Schiesel, Seth (2007). Video game matches to be televised on CBS. The New York Times.

<http://www.nytimes.com/2007/07/28/arts/television/28vide.html> 2012-05-01

Schott, G. R. & Horrel, K. R. (2000). *Girl gamers and their relationship with the gaming culture*. *Convergence*. Vol. 6, Num. 4, Sid. 36-53.

Shaw, Adrienne (2010). *What is video game culture? Cultural studies and game studies*. Sage publications. *Games and culture*. Vol. 5, sid. 403 - 424.

SESF (2012). *Vad är e-sport?* Förklaring av e-sport. Svenska E-sportföreningen.

<http://www.sesf.se/esportforeningen/vad-ar-e-sport> 2012-04-22

Straw, Will (1991). *Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music*. *Cultural Studies*, 5:3, s 368-388.

- SVT (2012). *SVT sänder esport från DreamHack i marknätet och på SVT Play 2012*.
 Pressrelease från SVT och DreamHack. <http://www.mynewsdesk.com/se/view/pressrelease/svt-saender-esport-fraan-dreamhack-i-marknaetet-och-paa-svt-play-2012-752328> 2012-04-23
- Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds: Exploring online game culture*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- Taylor, L. T. & Witkowski, Emma (2010). *This is how we play it: What a mega-lan can teach us about games*. FDG.
- Taylor, L. T. (2012). *Raising the stakes – E-sports and the professionalization of computer gaming*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- Taylor, T. Nicholas (2009). *Power Play: Digital gaming goes pro*. York University: Toronto.
- TeamLiquid (2012). *BarCraft Sweden*. Lista över barcrafter i Sverige.
http://www.teamliquid.net/forum/viewmessage.php?topic_id=266794 2012-04-23
- Thiborg, Jesper (2011). *Att göra (e)sport – om datorspel och sportifiering*. Örebro Universitet.
- Thomas, Raymond (1992). *Idrottens historia*. Översättare: Pär Svensson. Lund: Alhambra Förlag AB.
- Thornton, Sarah (1995). *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press
- Walkerdine, V. (2006). *Playing the game: young girls performing femininity in video game play*. *Feminist Media Studies*, Vol. 6, Sid. 519-537.
- WCG (2012b). WCG 2011 Promotional Film. Innehåller statistik från år 2010.
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=A2TT_tRL9RA 2012-05-01
- Werner, A. Lawrence (2002). *MediaSport*. Routledge: Taylor & Francis Group. S 242-244.
- West, Richard & Turner, Lynn (2010). *Introducing Communication Theory – analysis and application*. Fourth Edition. McGraw-Hill.
- Williams, J. Patrick (2011). *Subcultural Theory: Traditions & Concepts*. Polity Press.
- Winkler, W. K. (2006). *The business and culture of gaming*. Från boken av samma författare: *Gaming as culture: Essays on reality, identity, and experience in fantasy games*. Jefferson, NC: McFarland and Company.
- Ziehe, Thomas (2003). *Ny ungdom*. Översättning Hans O Sjöström. Norstedts, 2003.

Appendix 1: Intervjuguide

Följande intervjuguide användes vid samtliga intervjuer som genomfördes i studien.

1. Bakgrund
 - Hur länge har du tittat på e-sport?
 - Vad var det som fick dig att börja titta?
 - När och i vilket sammanhang skedde det?
 - Spelar du datorspel? Hur länge har du gjort det?
2. Motivation
 - Vad får dig att vilja titta på e-sport?
 - Vad tycker du om att titta på e-sport bland människor?
 - Har du varit på Barcraft? Hur var det? (Varför gick du dit?)
 - Varit på en turnering och tittat? Hur var det? (Varför gick du dit?)
 - Tittar du på streams hemma? Hur är det kontra barcraft/turnering? (Varför tittar du hemma?)
3. Relation till datorspelande
 - Vad är det för spel du tittar på?
 - Spelar du spelen själv? Hur mycket?
 - Vad har du för ambitionsnivå med ditt spelande?
 - Lär du dig något av att se proffsen spela?
4. Socialisering
 - Tittar några av dina vänner på e-sport? Vilka vänner?
 - Brukar ni titta tillsammans? Hur går det till?
 - När du träffar vänner till vardags, pratar ni då om e-sport?
 - Pratar du med främlingar (online) om e-sport?
5. Social status: Under e-sportevenemang har jag märkt att det ofta diskuteras strategier, spelarnas val och spelmekanik.
 - Tror du det är viktigt att ha stor kunskap om spelet och dess strategier?
 - Vill man ha hög kunskap? Vad uppnår det?
6. Övrigt
 - Hur vill du helst titta på e-sport? (nämnd den ideala situationen)
 - Om du jämför vanlig/modern sport med e-sport, vad är det för skillnader och likheter?