

DOI: [https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.12\(185\).45](https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.12(185).45)
УДК 796.9:070:316.774-055.2

Яковенко О.О.,
к.фіз.вих., доцент кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0002-7165-5229>
Шинкарук О.А.,
д.фіз.вих., професор кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0002-1164-9054>
Строганов С.В.,
к.фіз.вих., доцент кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0002-1968-7872>
Петрик О.О.,
PhD (журналістика), викладач кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний
університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0003-3387-8410>
Голованова Н.Л.,
к.фіз.вих., доцент кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0002-8837-7501>

РОЛЬ МЕДІА У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЖІНОЧОГО КІБЕРСПОРТУ

Яковенко О.О., Шинкарук О.А., Строганов С.В., Петрик О.О., Голованова Н.Л. Роль медіа у популяризації жіночого кіберспорту. У дослідженні висвітлено особливості медіапідтримки жіночих кіберспортивних змагань. Проаналізовано динаміку глядацької аудиторії на основі даних таких платформ, як YouTube Gaming, Twitch, Instagram та ін. Показано, як активна взаємодія зі спільнотами, залучення інфлюенсерів і візуалізація контенту сприяють підвищенню інтересу до жіночих змагань. Представлено кількісні показники зростання глядацької активності та охоплення жіночих турнірів. Розглянуто переваги використання медіа для подолання бар'єрів у сфері жіночого кіберспорту, включаючи формування позитивного іміджу, розширення кар'єрних можливостей для жінок і забезпечення інклюзивності. Доведено, що якісна медіапідтримка може стати важливим чинником у подоланні соціокультурних бар'єрів, сприяючи залученню жінок до кіберспорту, підвищенню їхньої професійної активності та створенню умов для рівноправного розвитку цієї галузі. Показано, що ефективна медіастратегія сприяє підвищенню популярності та соціальну значущість.

Ключові слова: жіночий кіберспорт, популяризація, стрімінгові платформи, соціальні мережі, медіа підтримка, глядацька аудиторія.

Yakovenko O.O., Shynkaruk O.A., Stroganov S.V., Petryk O.O., Golovanova N.L. The Role of Media in Popularizing Women's Esports. The role of media in popularizing women's esports has gained increasing scholarly attention as the industry continues to grow in scale and influence. This article explores the multifaceted role of media in fostering the development and visibility of women's esports, addressing the unique challenges faced by female players, teams, and tournaments. It comprehensively analyzes the interplay between traditional media, streaming platforms, social networks, and community-driven initiatives, identifying their contributions to increasing audience engagement and challenging gender stereotypes.

Key elements include the growing presence of women's esports on streaming platforms such as Twitch and YouTube Gaming, which facilitate direct interaction between players and audiences, enhancing viewer loyalty and promoting inclusivity. The analysis highlights the dynamic nature of media engagement, emphasizing the power of visual platforms like Instagram for sharing tournament highlights, and the conversational appeal of Reddit, which enables in-depth discussions about matches and teams. These platforms are crucial tools for expanding visibility and creating a positive image of women's participation in esports.

The role of influencers and content creators is particularly significant, as they help bridge the gap between professional players and the general public. Influencers amplify the reach of women's tournaments by integrating narratives of resilience and success into their content, thus reshaping public perceptions and sparking interest in female-led teams. This article also examines how collaborative efforts among players, organizers, and media outlets contribute to a supportive ecosystem for women's esports. Media can address existing barriers and attract a more diverse audience by creating communities around tournaments, promoting relatable player stories, and focusing on inclusivity.

The findings suggest that the strategic use of media in promoting women's esports has the potential to redefine the esports landscape. With a focus on inclusivity, equal representation, and community-building, media can be a powerful catalyst for breaking down barriers and ensuring sustainable growth for women in esports.

Keywords: women's esports, popularization, streaming platforms, social media, media support, viewership.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток кіберспортивної галузі спричинений впливом соціальних мереж та різних стрімінгових платформ, де медіа відіграють ключову роль у формуванні образу спортсменів, висвітленні змагань та

впливі на сприйняття глядачами кіберспорту загалом. Особливо важливо розглянути роль медіа у підтримці та популяризації жіночого кіберспорту, оскільки цей напрямок стикається з численними викликами, зокрема, стереотипами, браком висвітлення та обмеженими можливостями для жінок порівняно з чоловіками у сфері кіберспорту.

Сьогодні соціальні мережі, стримінгові платформи, новинні ресурси та рекламні кампанії мають значний потенціал впливати на масову аудиторію, зокрема на сприйняття жінок у кіберспорті. Висвітлення жіночих команд, створення контенту про видатних спортсменок та організація окремих турнірів для жінок не лише сприяють популяризації жіночого кіберспорту, але й стимулюють більше жінок до участі в ньому, руйнуючи гендерні бар'єри та надаючи нові можливості для розвитку [2; 4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Згідно з дослідженням компанії Newzoo, у 2020 році трансляції змагань з 25 топових кіберспортивних дисциплін зібрали понад 1,2 мільярда годин переглядів. Найпопулярнішими іграми стали: League of Legends - 348,8 мільйона годин переглядів; Counter-Strike: Global Offensive - 250 мільйонів годин; Dota 2: 198,9 мільйона годин; інші дисципліни, такі як Overwatch, Hearthstone, Rainbow Six, PUBG Mobile, Fortnite та FIFA, також мали значні показники переглядів [9].

У 2017 році глобальні кіберспортивні події в сукупності зібрали 966 мільйонів годин перегляду на різних платформах. До 2021 року ця цифра сягнула піку понад 3 мільярдів годин перегляду, що свідчить про більш ніж триразове зростання цього показника всього за чотири роки. Хоча у 2022 році відбулося незначне зниження до 2,8 млрд годин, це все одно є суттєвим покращенням порівняно з 2017 роком [3; 5; 8]. Мобільний кіберспорт зробив значний внесок у це зростання. Спочатку складаючи лише 0,5% від загальної кількості переглянутих годин у 2017 році, мобільні ігри, такі як PUBG Mobile і Free Fire, різко зросли в популярності, і до 2021 року на них припадало 28,3% від загальної кількості годин, переглянутих у 2021 році [6; 9].

Проте пандемія COVID-19 відіграла вирішальну роль у збільшенні глядацької аудиторії в Інтернеті, оскільки багато традиційних спортивних та офлайн-заходів були скасовані або обмежені, що спонукало аудиторію до цифрових розваг. Зростання популярності кіберспорту в світі не було рівномірним у різних регіонах. Наприклад, заборона певних ігор у таких країнах, як Індія, тимчасово вплинула на загальну кількість глядачів

Ці тенденції підкреслюють динамічний характер кіберспорту та роль різних стримінгових платформ, як Twitch, YouTube Gaming, Facebook Gaming, у формуванні його глобальної аудиторії [1].

Мета дослідження - аналіз медійного впливу на розвиток жіночого кіберспорту

Виклад основного матеріалу дослідження. Одними з основних каналів трафіку для трансляцій подій в кіберспорті є платформи, де геймери та фанати проводять найбільше часу:

- Twitch — платформа, яка є центром стримінгу для кіберспортивних турнірів, геймерів та команд. Це одна з найбільших платформ для залучення аудиторії, де можна проводити прямі трансляції, організовувати акції та розігрувати бонуси.

- Facebook Gaming — це платформа для стримінгу відеоігор, створена компанією Meta (раніше Facebook), яка дозволяє гравцям, стримерам та глядачам ділитися ігровим контентом, брати участь у прямих трансляціях і взаємодіяти з іншими через коментарі та спільноти.

- YouTube Gaming — ще одна популярна платформа серед геймерів. Завдяки великій кількості геймерських каналів та постійній інтеграції з основним YouTube, YouTube Gaming дає можливість брендам проводити ефективні рекламні кампанії.

- Discord — ця платформа є основою для спілкування та організації геймерських спільнот, що також стає відмінним майданчиком для реклами, включаючи спеціалізовані сервери для кіберспортивних команд або ігор.

Використання цих платформ дає змогу не лише залучати нових користувачів, а й встановлювати більш тісний зв'язок з аудиторією, що безпосередньо підвищує ефективність рекламних кампаній.

Ми проаналізували найпопулярнішу стримінгову платформу для вивчення динаміки популярності кіберспорту та глядацької аудиторії (рис. 1). Ця діаграма показує зміну глядачів Twitch майже за період від 2017 до 2023 року [13]. Результати демонструють позитивну динаміку в обсягах переглядів та участі глядачів у кіберспортивних подіях.

Такий приріст глядацької аудиторії свідчить про кілька важливих тенденцій. По-перше, підвищення якості контенту, яке включає вдосконалення трансляцій, інтеграцію доповненої реальності, покращення взаємодії між аудиторією та стримерами. По-друге, зростання інтересу до кіберспортивних подій, обумовлене масштабною популяризацією цього виду діяльності у соціальних мережах, через залучення відомих інфлюенсерів і кампаній зі створення спільнот навколо окремих дисциплін. Ключовим фактором такого зростання є активне просування змагань, зокрема жіночих турнірів, які отримують дедалі більше уваги завдяки спеціальним медійним кампаніям. Це включає збільшення висвітлення матчів, інтерв'ю зі спортсменками та інтеграцію інтерактивних форматів спілкування з глядачами.

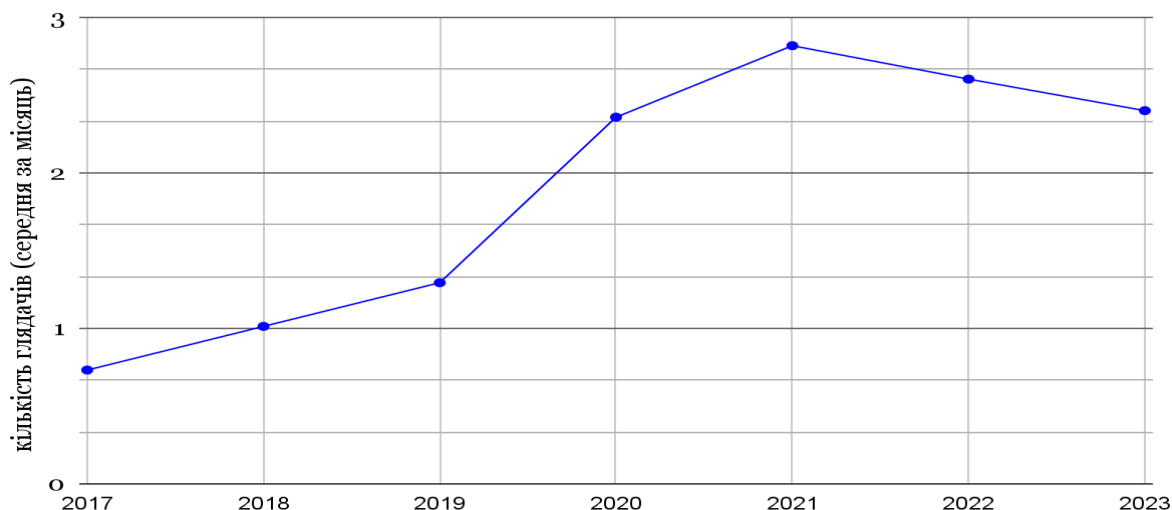


Рис. 1. Динаміка активної глядацької аудиторії кіберспортивних подій на Twitch (2017-2023 рр.)

YouTube Gaming також демонструє стабільне зростання показників глядацької аудиторії кіберспортивних трансляцій (рис. 2). У 2024 році платформа досягла значного успіху, досягнувши 16,03 мільйона пікових одночасних глядачів, завдяки таким великим подіям, як чемпіонат світу з League of Legends та фінал MPL Indonesia. На ігровий сегмент припало приблизно 13,83% від загальних 12,64 млрд годин, переглянутих на YouTube за цей період [10; 11], що свідчить про значний внесок кіберспорту в загальну популярність платформи. Таке зростання демонструє зростаючу роль таких платформ, як YouTube, у просуванні та залученні кіберспортивної аудиторії в усьому світі. Наприклад, багато топ-каналів за цей час були присвячені трансляціям кіберспортивних змагань, що свідчить про їхній вирішальний вплив на залучення глядачів.

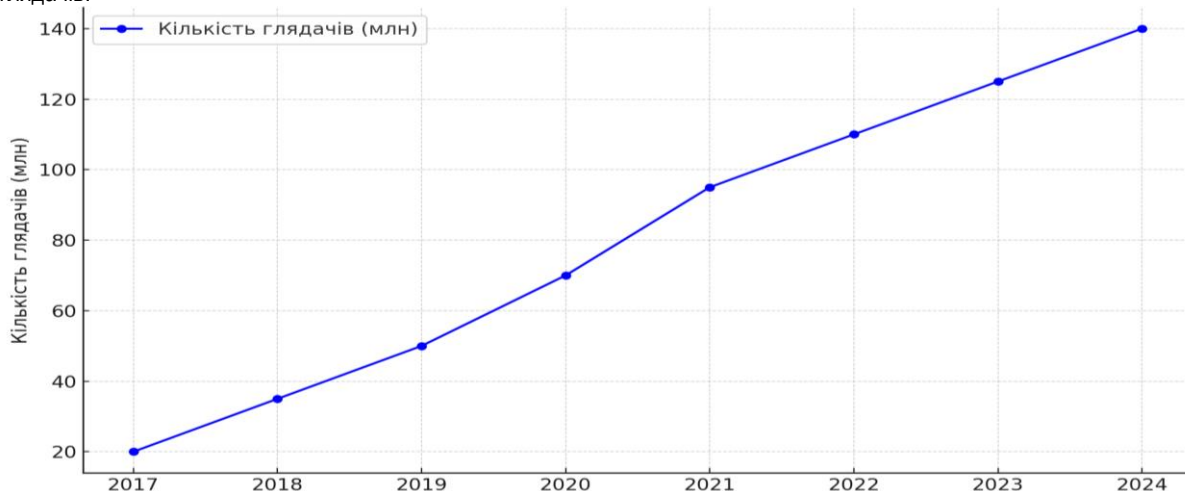


Рис. 2. Динаміка активної глядацької аудиторії кіберспортивних подій на YouTube Gaming (2017-2024 рр.)

На платформі Facebook Gaming також спостерігається значний приріст переглядів кіберспортивного контенту, особливо під час пандемії. У першому кварталі 2021 року кількість одночасних глядачів досягла піку в 586 тисяч, проте згодом почала зменшуватися. Наприклад, у третьому кварталі 2022 року середня кількість глядачів складала лише 173 тисячі, що свідчить про зниження на 70% порівняно з попереднім роком. Загалом, після значного зростання під час пандемії, інтерес до платформи поступово зменшувався, що відображено у зниженні кількості унікальних каналів та обсягу переглядів [3; 6; 12]. Попри це, Facebook Gaming все ще забезпечує значну аудиторію, включаючи користувачів з різних країн. Глядачі, переважно з Азії, демонструють велику активність, а найпопулярніші стрімери отримали мільйони годин переглядів. Також платформа має потенціал для отримання доходів, забезпечуючи стрімерам відносно вигідні умови у порівнянні з конкурентами, такими як Twitch і YouTube Gaming.

Для визначення динаміки ключових показників медійного висвітлення кіберспорту, зокрема жіночих змагань, у період із 2017 до 2023 року нами були проаналізовані дані таких аналітичних платформ як: Newzoo, Streamlabs, Esports Charts [8-11]. Основний акцент зроблено на кількісних показниках, таких як загальна кількість трансляцій, обсяг переглядів стрімів та кількість годин перегляду жіночих змагань (табл 1).

Таблиця 1

Аналіз кіберспортивних трансляцій за 2017-2023 роки

Показник	2017	2019	2021	2023

Загальна кількість трансляцій кіберспорту (годин, млн)	4,5	6,2	7,8	9,1
Перегляди стрімів кіберспорту (годин, млрд)	2,1	4,5	8,8	12,5
Час перегляду жіночих змагань (годин, млн)	0,15	0,9	2,5	3,8
Частка жіночих змагань у загальному обсязі (%)	3	5	8	11

Було встановлено, що загальна кількість трансляцій кіберспорту стабільно зростала, відображаючи підвищення популярності галузі серед аудиторії. Так за кількістю годин переглядів встановлено, що суттєво зросли перегляди стрімів - з 2,1 мільярда годин у 2017 році до 12,5 мільярда у 2023 році, що свідчить про розширення глядацької бази та медіаприсутності.

В той же час, жіночі змагання також демонструють зростання як у годинах перегляду (з 0,15 до 3,8 мільйона годин), так і в частці від загального обсягу висвітлення (з 3% у 2017 році до 11% у 2023 році). Проте в порівнянні з висвітленням чоловічих подій жіночі кіберспортивні турніри мають значно менше охоплення глядацької аудиторії, що може бути пов'язано з гендерними стереотипами, дискримінацією, тощо. Такі результати вказують на необхідність подальшої популяризації та інвестицій у цю сферу. Хоча, за даними таблиці 1, можна стверджувати про поступову, але впевнену інтеграцію жіночого кіберспорту в загальний медіапростір. Ці дані показують загальне зростання популярності жіночого кіберспорту, хоча певні аспекти, зокрема медіависвітлення і підтримка жіночих турнірів, ще потребують подальшого розвитку для досягнення повної рівності в цій галузі.

Активне використання соціальних мереж, таких наприклад як Instagram для візуального контенту і Reddit для обговорення матчів, а не лише стрімінгових платформ, також сприяє збільшенню залученості аудиторії. Залучення інфлюенсерів та створення спільнот довкола турнірів, зокрема жіночих, має потенціал для популяризації цього сегмента кіберспорту. Серед найпопулярніших соціальних мереж можна виділити: Twitter, Instagram, Facebook; серед новинних сайтів: Esports Insider, The Esports Observer, NewZoo, EsportsCharts та інші.

Так ааліз активності користувачів щодо висвітлення жіночого кіберспорту в соціальних мережах [6; 8; 9] показав рівень взаємодії з постами на трьох основних платформах — Twitter, Instagram та YouTube — і дав уявлення про те, які формати медіа більш ефективні для популяризації жіночого кіберспорту (табл. 2). Отримані дані свідчать про те, що Instagram має найвищий рівень залучення в лайках. Тут каруселі з кількома зображеннями та короткими підписами про досягнення гравчинь або важливі моменти змагань зазвичай залучають на 45% більше взаємодії порівняно з окремими фото або лише текстовими дописами. Twitter більш ефективний для обговорень завдяки коментарям і ретвітам. Найпопулярнішим форматом постів у цьому додатку є короткі відео (50-60 секунд) та інфографіка, які набирають в середньому на 35% більше взаємодії, ніж текстові твіти. YouTube добре підходить для довших відео та детальніших форматів, зокрема інтерв'ю та оглядів, що активно взаємодіють із аудиторією, зацікавленою у тривалому перегляді контенту про жіночий кіберспорт. На цьому сервісі інтерв'ю з гравчинями та огляди матчів жіночих команд отримують на 25% більше переглядів ніж всі інші.

Таблиця 2

Активності користувачів щодо висвітлення жіночого кіберспорту в соціальних мережах

Соцмережа	Кількість постів за тиждень (відео за місяць для YouTube)	Середня кількість лайків на пост (на відео для YouTube)	Середня кількість репостів (переглядів на відео для YouTube)	Середня кількість коментарів на пост (на відео для YouTube)	Найпопулярніший формат
YouTube	45	1500	35000	200	Інтерв'ю з гравчинями та огляди матчів жіночих команд
Twitter	320	450	150	75	Короткі відео (50-60 секунд) та інфографіка

Instagram	280	1200	200	100	Каруселі з кількома зображеннями та короткими підписами про досягнення гравців або важливі моменти змагань
-----------	-----	------	-----	-----	--

Висновки. Аналіз медійного впливу на розвиток жіночого кіберспорту показує, що висвітлення у медіа відіграє важливу роль не лише у популяризації, а й у стимулюванні комерційної підтримки. Стрімінгові платформи відіграють ключову роль у популяризації кіберспорту, пропонуючи інтерактивний формат взаємодії з глядачами. Отримані дані свідчать про важливість стратегії збільшення висвітлення жіночих змагань та інтеграції різних медійних підходів для зміцнення позицій жіночого кіберспорту та подолання існуючих стереотипів. Висока динаміка зростання аудиторії підтверджує, що стрімінгові платформи є основним двигуном цього процесу.

Література

1. Шинкарук, О., Ярмоленко, М., Юхно, Ю., & Лениченко, В. (2024). Стрімінгові платформи як інструмент популяризації та розвитку кіберспорту. *Sport Science Spectrum*, 1, 41-49. <https://doi.org/10.32782/spectrum/2024-1-7>
2. Яковенко О., Куликов А. (2024). Особливості організації спортивно-масових заходів у кіберспорті. *Молодь та олімпійський рух: Збірник тез доповідей XVII Міжнародної конференції молодих вчених, 7 травня 2024 року [Електронний ресурс]*, К., 53-55
3. Anokhin E, Shynkaruk O. (2022). Vplyv hliadatskoi audytorii na zmahalnyi rezultat v kibersportu. *Molod ta olimpiysky rukh: Zbirnyk tez dopovidei XIV Mizhnarodnoi konferentsii molodykh vchenykh, veresen 2022 roku [Elektronnyi resurs]*. Kyiv, 153–154
4. Bryce, J., & Rutter, J. (2003). Gender Dynamics and the Social and Spatial Organization of Computer Gaming. *Leisure Studies*, 22(1), 1-15.
5. Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
6. Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The Impacts of Streaming and Online Broadcasting on eSports. *Media, Culture & Society*, 41(5), 666-686.
7. Kihl L. A., Skinner J., Engelberg T. (2021). Examining gender equity in esports. *Sport Management Review*, 24(2), 123–139.
8. Esports Charts (10.10.24). *Best Esports Players*. <https://escharts.com/>
9. Newzoo (13.10.24). *The leading PC & console games data platform*. <https://newzoo.com/resources?type=rankings&tag=all>
10. Streamscharts (11.10.24). *Q1 2024 Global Live Streaming Landscape — Nimo TV climbs up, smaller sites benefit from Twitch regional issues*. <https://streamscharts.com/news/q1-2024-global-live-streaming-landscape>
11. Streamscharts (11.10.24). *Live streaming news for Twitch, YouTube Gaming, Kick and others*. <https://streamscharts.com/news>
12. Esports Earnings (10.10.24). *Esports Earnings: Prize Money / Results / History / Statistics*. <https://www.esportsearnings.com/>
13. Twitch (13.10.24). *Twitch*. <https://www.twitch.tv/>

Reference

1. Shynkaruk, O., Yarmolenko, M., Yukhno, Yu., & Lenychenko, V. (2024). Striminhovi platformy yak instrument populiaryzatsii ta rozvytku kibersportu. *Sport Science Spectrum*, 1, 41-49. <https://doi.org/10.32782/spectrum/2024-1-7>
2. Yakovenko O., Kulykov A. (2024). Osoblyvosti orhanizatsii sportyvno-masovykh zakhodiv u kibersportu. *Molod ta olimpiysky rukh: Zbirnyk tez dopovidei XVII Mizhnarodnoi konferentsii molodykh vchenykh, 7 travnia 2024 roku [Elektronnyi resurs]*, К., 53-55
3. Anokhin E, Shynkaruk O. (2022). Vplyv hliadatskoi audytorii na zmahalnyi rezultat v kibersportu. *Molod ta olimpiysky rukh: Zbirnyk tez dopovidei XIV Mizhnarodnoi konferentsii molodykh vchenykh, veresen 2022 roku [Elektronnyi resurs]*. Kyiv, 153–154
4. Bryce, J., & Rutter, J. (2003). Gender Dynamics and the Social and Spatial Organization of Computer Gaming. *Leisure Studies*, 22(1), 1-15.
5. Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
6. Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The Impacts of Streaming and Online Broadcasting on eSports. *Media, Culture & Society*, 41(5), 666-686.
7. Kihl L. A., Skinner J., Engelberg T. (2021). Examining gender equity in esports. *Sport Management Review*, 24(2), 123–139.
8. Esports Charts (10.10.24). *Best Esports Players*. <https://escharts.com/>
9. Newzoo (13.10.24). *The leading PC & console games data platform*. <https://newzoo.com/resources?type=rankings&tag=all>
10. Streamscharts (11.10.24). *Q1 2024 Global Live Streaming Landscape — Nimo TV climbs up, smaller sites benefit from Twitch regional issues*. <https://streamscharts.com/news/q1-2024-global-live-streaming-landscape>

11. Streamscharts (11.10.24). *Live streaming news for Twitch, YouTube Gaming, Kick and others.*
<https://streamscharts.com/news>
12. Esports Earnings (10.10.24). *Esports Earnings: Prize Money / Results / History / Statistics.*
<https://www.esportsearnings.com/>
13. Twitch (13.10.24). *Twitch.* <https://www.twitch.tv/>

DOI: [https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.12\(185\).46](https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.12(185).46)
УДК 796.9+316.77+ 654.1

Яковенко О.О.,
к.фіз.вих., доцент кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ <https://orcid.org/0000-0002-7165-5229>

Шинкарук О.А.,
д.фіз.вих., професор кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет
фізичного виховання і спорту України, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0002-1164-9054>

Пінчук В.М.,
викладач кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет фізичного
виховання і спорту України, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0003-0646-1580>

Кузьменко Д.С.,
викладач кафедри кіберспорту та інформаційних технологій, Національний університет фізичного
виховання і спорту України, м. Київ
<https://orcid.org/0009-0008-6391-763X>

АНАЛІЗ ЗМАГАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КІБЕРСПОРТІ ТА ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМКІВ ЙОГО РОЗВИТКУ

Яковенко О.О., Шинкарук О.А., Пінчук В.М., Кузьменко Д.С. Аналіз змагальної діяльності в кіберспорті та визначення напрямків його розвитку. Досліджено феномен кіберспорту як однієї з найбільш динамічних і перспективних галузей сучасної спортивної індустрії. Розглянуто особливості змагальної діяльності, що охоплюють колективну взаємодію, відсутність фізичного контакту та технічну залежність. Проаналізовано популярність кіберспортивних дисциплін. Встановлено певні тенденції розвитку кіберспорту. Проаналізовано кількісні показники, такі як кількість гравців, турнірів та переглядів, що дозволяє визначити найпопулярніші дисципліни (наприклад, Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends, Dota 2) та напрями їх розвитку. Виокремлено жанрове різноманіття, інтеграція технологій і залучення аудиторії через стримінгові платформи як ключові фактори подальшого зростання галузі. Підтверджено глобальний характер кіберспорту, його економічну значущість та соціально-культурний вплив. Сформульовані рекомендації щодо популяризації дисциплін, що сприятиме сталому розвитку цієї галузі.

Ключові слова: кіберспорт, змагальна діяльність, популярність дисциплін, розвиток кіберспортивної індустрії, ринок кіберспорту

Yakovenko O.O., Shynkaruk O.A., Pinchuk V.M., Kuzmenko D.S. Analysis of competitive activity in e-sports and determination of directions of its development. The research also analyzes the popularity of specific esports disciplines, identifying key trends such as the rise of team-based strategy games like League of Legends and Dota 2, as well as tactical shooters like Counter-Strike: Global Offensive. A detailed evaluation of quantitative indicators such as the number of active players, tournaments, and viewership on platforms like Twitch provides insights into which esports are most popular and why. For instance, Counter-Strike: Global Offensive continues to dominate in terms of player participation, while League of Legends holds a significant lead in terms of global viewership. These disciplines show strong growth patterns, reinforced by the support of professional tournaments, high-profile sponsorships, and the extensive fanbase these games maintain.

The paper highlights genre diversity as a significant driver of esports' growth, showcasing the distinct appeal of multiplayer online battle arena (MOBA) games, first-person shooters (FPS), and card games. This genre variety not only attracts different player types but also enhances the overall viewer experience. Streaming platforms such as Twitch are identified as essential tools for the expansion of esports, offering a means of engaging global audiences through live broadcasts, real-time interactions, and fan-centric content.

The study confirms the global reach of esports, underscoring its significant economic impact and its growing cultural influence, particularly among younger generations. Esports is not just a form of entertainment but also a vehicle for technological innovation, social interaction, and professional development, offering opportunities for players, coaches, analysts, and various professionals within the industry. The findings further highlight how esports has become a critical part of digital culture, with countries like South Korea, China, and the United States leading the way in the formalization and institutionalization of competitive gaming.

Finally, the research provides recommendations for the sustainable development of esports, emphasizing the need for continued genre diversification, the strengthening of technological infrastructures, and the expansion of viewer engagement through interactive and immersive experiences. This will ensure that the esports ecosystem remains robust, attracting new