

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І
СПОРТУ УКРАЇНИ

ІНСТИТУТ ЗДОРОВ'Я, РЕАБІЛІТАЦІЇ ТА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ
КАФЕДРА КІБЕРСПОРТУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю: 017 – Фізична культура і спорт
освітньою програмою: «Кіберспорт (eSports)»

на тему: **«Стрімінгові платформи та їх вплив на популяризацію
кіберспорту»**

Здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Кожемякін В.А.

Науковий керівник: Гордєєва М.В. к.фіз.вих.

Рецензент: Крупеня С.В. к.фіз.вих,

Семененко В.П. к.фіз.вих

Рекомендовано до захисту на засіданні кафедри
(протокол № 6 від 22 листопада 2024 р.)

Завідувач кафедри: Яковенко О.О. к.фіз.вих., доцент

Київ – 2024

Зміст

ВСТУП.....	2
Розділ 1. КІБЕРСПОРТ ТА ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК АКТУАЛЬНА НАУКОВА ПРОБЛЕМА.....	5
1.1 Кіберспорт, як сучасний феномен.....	5
1.2 Еволюцію кіберспорту та вплив технологій на його розвиток.....	6
1.3 Стримінг – його виникнення та розвиток.....	8
1.4 Опис популярних жанрів та дисциплін кіберспорту.....	12
Висновок до розділу.....	17
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	19
2.1 Методи дослідження.....	19
2.1.1 Аналіз науково-методичної літератури та даних мережі Інтернет.....	19
2.1.3 Методи математичної статистики.....	20
2.2 Організація дослідження.....	21
РОЗДІЛ 3. ПЛАТФОРМИ ДЛЯ СТРІМІНГУ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТУ.....	24
3.1 Аналіз стримінгу та його вплив на кіберспорт.....	24
3.2 Опис популярних стримінгових платформ для кіберспорту.....	26
3.3 Аналіз даних та статистики провідних стримінгових платформ.....	30
3.4 Вплив стримінгу на збільшення угод зі спонсорами в кіберспорті.	35
3.5 Підготовка стрімера до стримінгу та практичні рекомендації.....	40
Висновок до розділу.....	50
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

ВСТУП

Актуальність.

Аналогічно, як і в традиційних видах спорту, стрімінгові платформи популяризують кіберспорт у світі. Вони роблять змагання доступними для перегляду для мільйонів глядачів по всьому світу, надають майданчик професійним гравцям ділитись досвідом на особистих трансляціях та стимулюють розвиток кіберспортивної спільноти, генеруючи значні доходи. Вивчення цієї теми дозволить зрозуміти майбутнє кіберспорту, тому ця тема є актуальною не лише для фахівців, але й для загальної аудиторії, яка цікавиться розвиток сучасних технологій, спорту та медіа.

Зростання популярності кіберспорту та стрімінгу відеоігор спостерігається останніми роками. Кіберспорт перетворився на глобальний феномен, залучаючи мільйони глядачів і учасників з усього світу. Стрімінг відеоігор на таких платформах, як Twitch, YouTube Gaming та Facebook Gaming, дозволяє гравцям і командам демонструвати свої навички в режимі реального часу, що привертає велику аудиторію. Глядачі можуть спостерігати за ігровими сесіями, підтримувати улюблених гравців і команди, а також навчатися від професіоналів. Це сприяє розвитку спільноти, підвищенню рівня майстерності гравців і зростанню популярності кіберспорту в цілому.

Таким чином, тема стрімінгу є важливою складовою сучасного кіберспорту, так як він дозволяє гравцям та командам показувати свої вміння в реальному часі, відкриває нові можливості для маркетингу і спонсорства, що забезпечує фінансову підтримку для гравців, команд та турнірів, а також платформи для стрімінгу створюють простір для спілкування між гравцями та глядачами, сприяючи формуванню активної і згуртованої спільноти.

Мета проаналізувати і виявити стрімінгові платформи та їх вплив на популяризацію кіберспорту.

Об'єкт – стрімінг як елемент кіберспорту.

Об'єктом даної роботи є стрімінг, як один з ключових елементів екосистеми кіберспорту. Дослідження буде фокусуватися на вивченні перспектив розвитку стрімінгу, в контексті кіберспорту, та того, як стрімінг впливає на різні аспекти кіберспорту : популяризація, залученість, монетизація та інші.

Предмет - вплив стрімінгових платформ на кіберспорт.

Предметом дослідження є вплив стрімінгових платформ на популяризацію кіберспорту. Також буде розглянуто вплив на поведінку глядачів та допомогу кіберспортивним організаціям. Дослідження допоможе зрозуміти ключові фактори успіху кіберспортивних трансляцій на стрімінгових платформах.

В роботі були використані такі методи досліджень теоретичні (аналіз науково-методичної літератури для визначення актуального стану проблеми, синтез і узагальнення отриманих даних); емпіричні (спостереження); методи математичної статистики.

Новизна роботи полягає в тому, що вперше:

Робота містить всебічний аналіз сучасних тенденцій та механізмів взаємодії між стрімінговими сервісами та кіберспортивною індустрією, з акцентом на кількісне та якісне дослідження впливу цих платформ на зростання аудиторії кіберспорту, формування нових моделей споживання контенту глядачами та економічний розвиток кіберспортивних організацій.

Практична значущість

Практична значущість роботи полягає у наданні рекомендацій для стрімінгових сервісів, організаторів кіберспортивних подій та маркетологів щодо ефективних стратегій залучення та утримання аудиторії. Крім того, робота сприятиме розробці нових підходів до монетизації контенту, що може стати основою для подальшого економічного зростання кіберспортивної індустрії та залучення нових інвестицій.

Обсяг і структура роботи

Кваліфікаційну роботу викладено на 54 сторінках тексту, вона складається з переліку умовних скорочень та позначень, вступу, 3 розділів, практичних рекомендацій, висновків, списку використаних джерел (49 джерел, з яких 34 - іноземні), додатків. Робота ілюстрована 12 рисунками.

Розділ 1. КІБЕРСПОРТ ТА ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК АКТУАЛЬНА НАУКОВА ПРОБЛЕМА

1.1 Кіберспорт, як сучасний феномен

Кіберспорт вже давно став одним з найбільших феноменів сучасності, за рахунок поєднання в собі технологічних інновацій, масову культуру та спортивний дух змагань. Кіберспорт є змаганням з відеогор, що проводять на різних рівнях, від аматорських до професійних, і включає широкий спектр жанрів ігор, таких як стратегії в реальному часі (RTS), шутери від першої особи (FPS), бойові ігри та інші [1,2].

Розвиток кіберспорту тісно пов'язаний із зростанням доступності інтернету та розвитком цифрових технологій [4,5,8]. З появою швидкісного інтернету і потужних комп'ютерів майже у кожному домі, гравці отримали можливість змагатись один з одним в режимі реального часу [23, 25, 33, 35]. Це звісно відобразилось на конкуренції, що очевидно покращило видовищність змагань з кіберспорту. Такі платформи, як Twitch та Youtube, стали важливими майданчиками для трансляцій змагань, що дозволило залучити багатомільйонну аудиторію глядачів [37, 43, 44].

Соціокультурний аспект кіберспорту також вартий уваги. Адже кіберспорт сприяє формуванню глобальної спільноті гравців та глядачів, які створюють як локальні, так і глобальні спільноти, які об'єднуються навколо спільного захоплення - змагання у комп'ютерних іграх. Такі спільноти характеризуються високим рівнем взаємодії через соціальні мережі, форуми та інші платформи у Інтернеті, що сприяє активному обміну досвідом і знаннями. Для багатьох молодих людей кіберспорт вже стає важливим елементом їхньої ідентичності та способом самовираження [30, 32, 35, 39].

Важливо також відзначити і вплив кіберспорту на традиційні види спорту. Багато спортивних клубів почали відкривати власні кіберспортивні

підрозділи. Це дозволяє відкрити для себе нові комунікаційні канали та зв'язки, збільшити охоплення їх бренду, за рахунок розширення аудиторії та залучення нових шанувальників [41, 42]. Кіберспорт поступово починають інтегрувати у освітні програми деяких університетів, на рівні традиційних видів спорту.

1.2 Еволюцію кіберспорту та вплив технологій на його розвиток

Однією з основних причин такої популярності кіберспорту сьогодні - є зміни, які були зумовлені його трансформацією від простого захоплення до глобального феномену з мільйонними бюджетами і глядачами по всьому світу.

Відправною точкою кіберспорту вважається 1970-й рік, коли з появою перших відеоігор, як наприклад "Spacewar!" і "Pong!", почали набирати популярності аматорські турніри в університетах та комп'ютерних клубах [1].

У 1980-х роках із розвитком аркадних ігор та перших домашніх ігрових консолей, кіберспорт почав набувати ще більшої популярності. Також, в ті роки з'явилися перші частини культових серій ігор "Street Fighter" та "Mortal Kombat". Вони створили нові можливості для гравців змагатися один з одним, а турніри на аркадних автоматах стали звичним явищем у той час.

Проте саме у 1990-х роках відбувся справжній стрибок у розвитку кіберспорту, що найбільше наблизило до його сучасного вигляду. Причиною цього став значний прогрес у сфері персональних комп'ютерів та мережевих технологій (рис 1.1), які зробили ці технології доступними для більшої кількості сімей. Завдяки Інтернету відкрились двері можливостей для масових багатокористувацьких ігор (ММО) і перших справжніх онлайн-змагань. Гра "Quake" від компанії id Software, випущена в 1996 році, стала лідером в організації перших великих онлайн-турнірів.

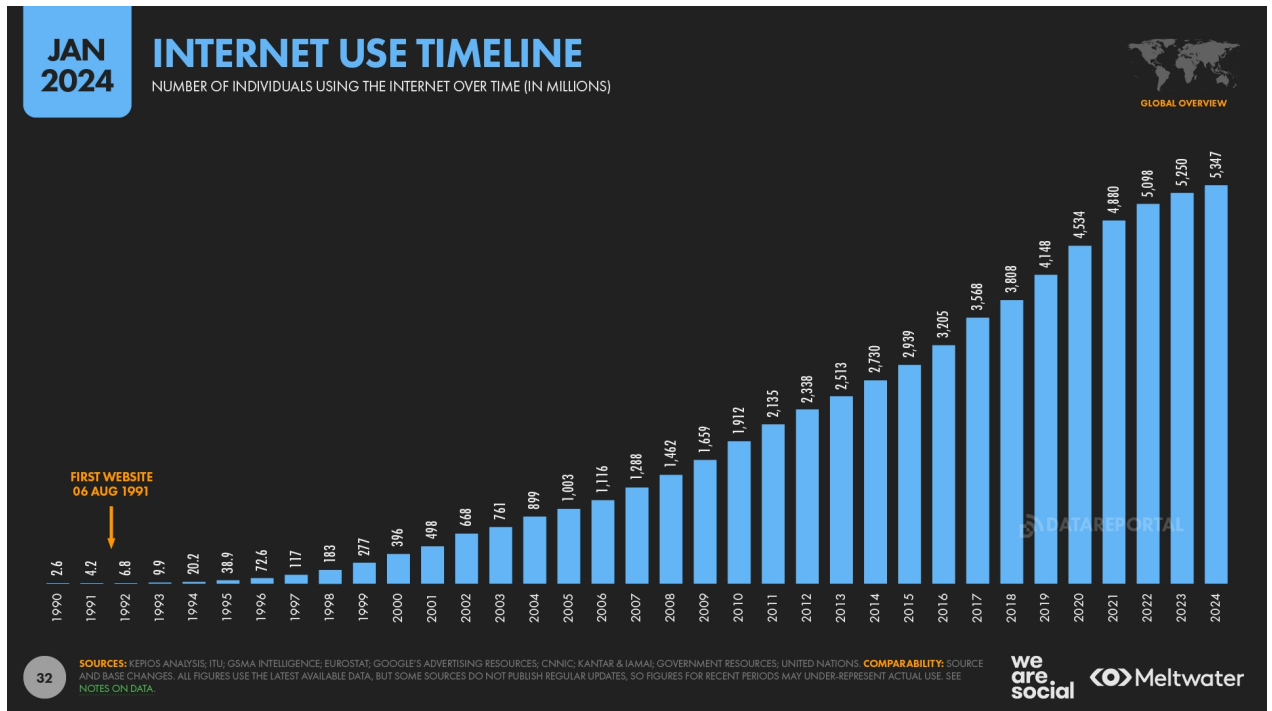


Рис 1.1. Загальна кількість користувачів Інтернету в світі

На початку 2000-х років відбувся подальший розвиток кіберспорту завдяки виходу таких легендарних сьогодні ігор, як “StarCraft”, “Counter-Strike” і “Warcraft III”, які закріпили за собою статус культових кіберспортивних дисциплін. У цей період також почали з’являтися одні з перших професійних ліг та організацій. Наприклад, Major League Gaming (MLG) у Сполучених Штатах Америки і Korean e-Sports Association (KeSPA) у Південній Кореї, які стали взірцем структури проведення регулярних змагань та турнірів з великими призовими фондами.

На цьому розвиток не зупинився, платформи потокового відео, такі як Twitch, запущена у 2011 році, кардинально змінили спосіб сприйняття ігрової індустрії та змагань з кіберспорту, надавши можливість глядачам дивитися матчі у прямому ефірі, спілкуватися з іншими глядачами в режимі реального часу і навіть взаємодіяти з гравцями. Це дозволило кіберспорту розширити аудиторію до мільйонних масштабів і забезпечити стабільний дохід з рекламних контрактів і спонсорства 37, [43, 44].

Сьогодні, технології віртуальної (VR) і доповненої (AR) реальності відкривають нові горизонти для індустрії. Вони дозволяють створювати нові

формати змагань і підвищити рівень заглибленості глядача у змагання. Крім цього, розвиток штучного інтелекту дозволяє аналізувати і оптимізувати значно більші обсяги даних, аніж це може зробити людина. Це покращує тренувальний, підготовчий процес і загальний рівень підготовки гравців у всіх видах спорту, в тому числі і в кіберспорті [21, 34, 38].

Таким чином, ми розглянули як технологічний розвиток та інновації переплетені із розвитком кіберспорту, і як вони змінювали цю індустрію, що раніше була простою розвагою.

1.3 Стрімінг – його виникнення та розвиток

Стрімінг, як форма передачі медіаконтенту в режимі реального часу, з'явився завдяки появі швидкого Інтернету. Він назавжди змінив споживання аудіо та відеоконтенту. Перші кроки до появи стрімінгу можна простежити в 1990-х роках, коли з'явилися перші програми, що дозволяли транслювати медіаконтент через Інтернет. Однією з ключових подій в той час можна назвати створення компанії RealNetworks у 1995 році, яка розробила технологію RealAudio, і згодом RealVideo, що дозволила передавати медіадані у режимі реального часу (рис 1.2).



Рис 1.2. Інтерфейс програми RealPlayer

Розвиток Інтернету наприкінці 1990-х і на початку 2000-х років відкрив нові можливості для розвитку сфери стрімінгу. Поява технологій, що забезпечували швидку передачу даних з все меншою затримкою, зробила можливим безперервне відтворення медіа без необхідності попереднього завантаження. Це дозволило стрімінговим платформам розширити свою аудиторію і запропонувати новий рівень послуг для своїх користувачів. Найбільш відомою такою платформою стала YouTube, запущена в 2005 році. YouTube не лише революціонував спосіб споживання відеоконтенту, але й став платформою для створення нового виду контенту - відеоблогів, розважальних шоу тощо. Легкість завантаження відео для творців, і перегляду відео для користувачів, а також можливість взаємодії цих двох груп через коментарі створили умови для розвитку потужної спільноти користувачів [23, 25, 33, 46].

Наступний значний етап розвитку стрімінгу стався у 2011 році, коли була запущена платформа Twitch, яка зосередилася на стрімінгу відеоігор.

Twitch швидко завоював популярність серед геймерів і став центральним майданчиком для трансляції кіберспортивних турнірів, трансляції окремих гравців та різноманітних ігрових подій. Інтерактивність Twitch, що включала чат в реальному часі, підписки та донати, дозволила створити унікальну взаємодію між стримерами та їхньою аудиторією (рис 1.3).

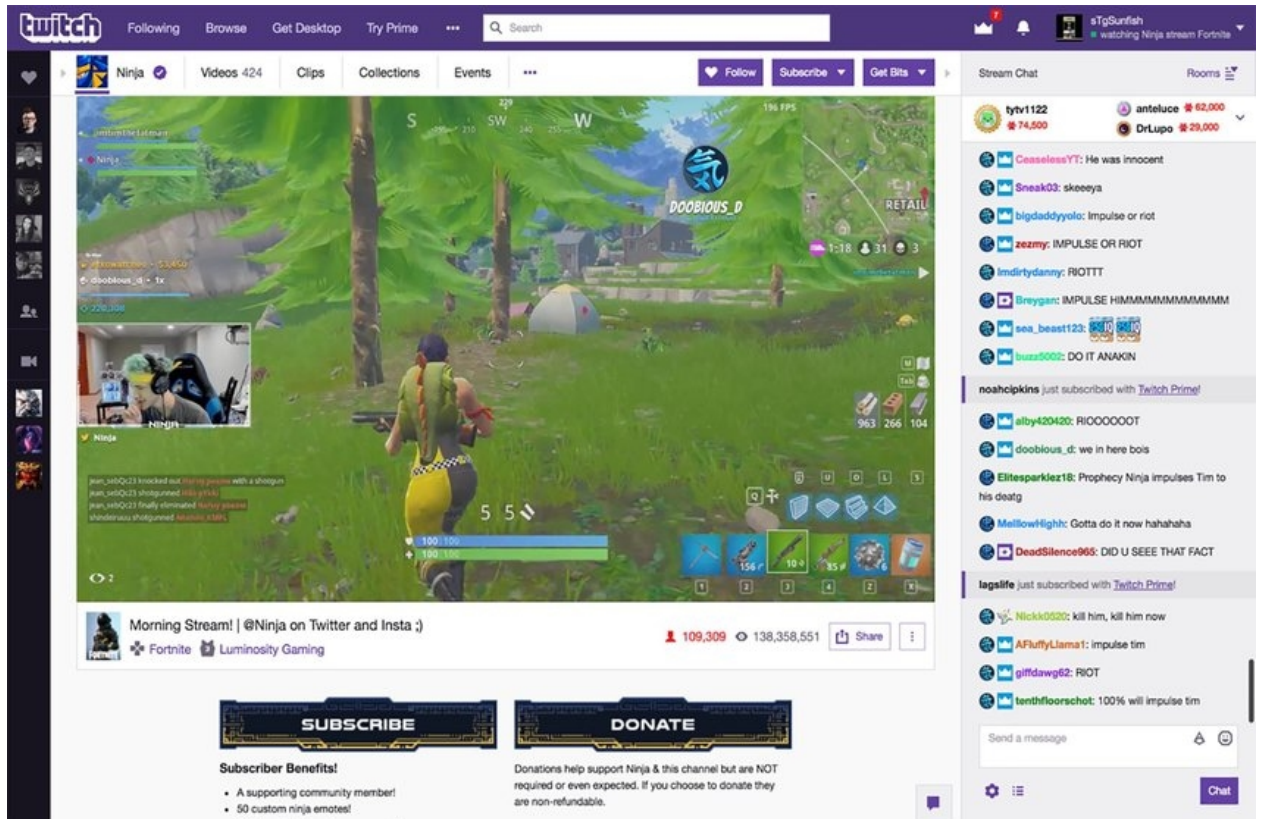


Рис 1.3. Інтерфейс Twitch у 2018 році, коли вже було створено основні формати взаємодії з аудиторією (онлайн-чат, платна підписка, донат)

З 2020 року стрімінгові платформи в кіберспорті зазнали значного розвитку, що є відображенням зростаючої популярності і економічного потенціалу цієї індустрії. Однією з ключових тенденцій стало зростання спеціалізованих платформ, які прагнуть забезпечити кращу якість трансляцій і інноваційні форми взаємодії з глядачами. Однією з таких нових платформ є Trovo, запущена у 2020 році компанією Tencent. Trovo швидко завоювала популярність завдяки унікальним інтерактивним функціям і нового підходу до інтерфейсу. Платформа пропонує ширші можливості для монетизації контенту, зокрема через систему підписок і донатів, на відміну від одного з

лідерів індустрії Twitch. Крім того, Trovo активно співпрацює з кіберспортивними організаціями, надаючи платформу для трансляції турнірів і змагань, що дозволяє залучати нову аудиторію, як для організацій, так і на платформу [2].

Пандемія COVID-19, що почалася у 2020 році, також мала значний вплив на розвиток стрімінгових платформ. Через обмеження на проведення масових заходів, багато великих кіберспортивних турнірів перейшли в онлайн-формат. Це стимулювало зростання аудиторії стрімінгових платформ і підвищило вимоги до якості та стабільності трансляцій (рис. 1.4). Наприклад, платформа Twitch значно збільшила кількість годин перегляду, а також залучила нових користувачів і стрімерів, що сприяло подальшому зростанню її популярності і впливу у світі кіберспорту.

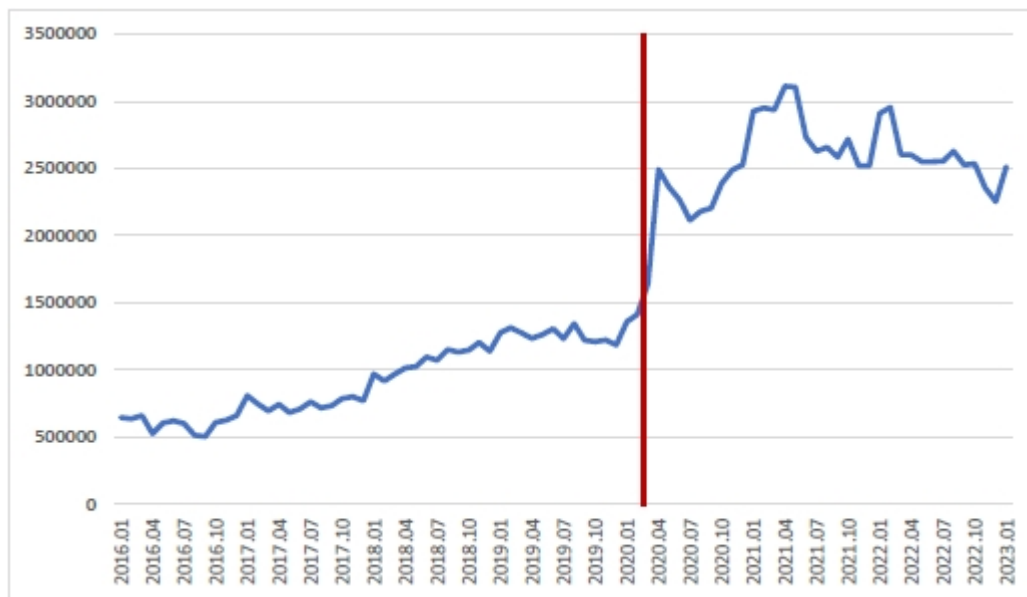


Рис 1.4. Середньодобова кількість одночасних переглядів на платформі Twitch (червона відмітка позначає початок пандемії COVID-19)

Однією з інновацій, що з'явилися в цей період, стали інтегровані сервіси аналітики і статистики, які надають глядачам і коментаторам можливість отримувати в реальному часі детальну інформацію про гру. Це дозволяє зробити перегляд більш захоплюючим і інформативним, що підвищує

залученість аудиторії, і сильно полегшує входження для новачків у кіберспорт [3].

Отже, розвиток кіберспорту та стрімінгу тісно пов'язаний із прогресом технологій. Від початку появи кіберспорту до його сучасного стану, ми побачили значний розвиток нашого світу, що неодмінно мало вплив і на стрімінг, і кіберспорт, який багато в чому залежить від нього.

1.4 Опис популярних жанрів та дисциплін кіберспорту

Сьогодні вже закріпились десятки жанрів та дисциплін у кіберспорту, і щороку з'являються нові їх представники, тому актуально постійно ознайомлюватись з ними, щоб залишатись експертом у цій сфері. Тому розглянемо основні жанри, та їх представників.

Одним з найпоширеніших жанрів у кіберспорті є багатокористувацькі онлайн бойові арени (МОВА), які поєднують елементи стратегій у реальному часі та рольових ігор. Головними представниками цього жанру є "League of Legends" (LoL) від Riot Games і "Dota 2" від Valve (рис 1.5). У цих іграх, найчастіше команди складаються з п'яти гравців, кожен з яких контролює унікального персонажа з унікальним набором здібностей. Мета гри полягає у знищенні основної будівлі супротивника, що вимагає високого рівня координації в команді, стратегічного мислення та індивідуальної майстерності кожного з гравців.



Рис 1.5. Приклад ігрового процесу гри у Dota 2, одного з основних представників МОБА жанру

Шутери від першої особи (FPS) є ще одним ключовим жанром у кіберспорті, що відзначається своїм швидким темпом подій на екрані і потребою в точності від гравців та чудовим рефлексам. "Counter-Strike 2" (CS 2) від Valve (рис 1.6) і "Overwatch" від Blizzard Entertainment є провідними дисциплінами в цьому жанрі. У CS2 команди терористів і контртерористів змагаються у режимі закладання бомби, що вимагає тактичної обізнаності від команд та командної роботи для досягнення результатів. "Overwatch" додає до традиційного FPS елементи героїчних шутерів з унікальними персонажами, кожен з яких має свої здібності та ролі у команді.



Рис 1.6. Приклад ігрового процесу Counter Strike 2, найпопулярнішої кіберспортивної дисципліни у жанрі FPS шутерів

Стратегії в реальному часі (RTS) займають важливе місце в історії кіберспорту. "StarCraft II" від Blizzard Entertainment (рис 1.7) є найвизначнішим представником цього жанру. Гра фокусується на управлінні ресурсами, будівництві бази та стратегічних військових операціях. Гравці повинні демонструвати високу швидкість і точність дій (так званий АРМ - Actions Per Minute), а також глибоке розуміння стратегії та тактики для перемоги над супротивником.



Рис 1.7. Приклад ігрового процесу гри у Starcraft 2, ключової гри у жанрі
RTS

Королівські битви (Battle Royale) стали популярним жанром з кінця 2010-х років, завдяки таким іграм - "Fortnite" від Epic Games (рис 1.8) та "PlayerUnknown's Battlegrounds" (PUBG) від PUBG Corporation. У цих іграх велика кількість гравців, зазвичай до 100, висаджується на величезну мапу, шукають ресурси для виживання і змагаються між собою доки не буде визначено одного переможця. Ігри цього жанру відзначаються великими розмірами мапи та адаптації до змінних умов гри, таких як наприклад звуження ігрової мапи.



Рис 1.8. Приклад ігрового процесу Fortnite - найпопулярнішої за останні декілька років гри у жанрі Battle Royale

Бойові ігри (Fighting Games) зберігають свою популярність завдяки франшизам, таким як "Street Fighter" від Capcom (рис 1.9), "Tekken" від Bandai Namco та "Mortal Kombat" від Warner Bros. Ці ігри зазвичай зосереджуються на двобоях між двома гравцями, кожен з яких керує персонажем з унікальними бойовими прийомами і комбінаціями.



Рис 1.9. Приклад ігрового процесу Street Fighter 6

Це не всі жанри, що популярні сьогодні у кіберспорті, але на мою думку, саме ці жанри, і перелічені дисципліни, мали найбільший вплив на кіберспорт, як на етапі його зародження, так і сьогодні.

Висновок до розділу

Кіберспорт, як сучасний феномен, еволюціонував завдяки технологічному розвитку, ставши сьогодні важливою частиною масової культури і світу спорту.

Поява високошвидкісного Інтернету і потужних комп'ютерів у кожного вдома сприяло зростанню популярності онлайн-турнірів, що зумовило зростання аудиторії через платформи, такі як Twitch та YouTube.

Стрімінг забезпечив новий рівень взаємодії між гравцями і глядачами, а інтеграція аналітичних сервісів підвищила залученість аудиторії. Важливу роль відіграє різноманіття жанрів кіберспортивних дисциплін, таких як

МОВА, FPS, RTS, Battle Royale та десятки інших, кожен з яких вимагає унікальних навичок і стратегій.

Таким чином, кіберспорт, підкріплений стрімінговими технологіями та різноманітними жанрами ігор, продовжує розвиватися, залучаючи мільйони гравців і глядачів по всьому світу.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Методи дослідження

Для досягнення мети роботи необхідно вибрати відповідні методи та належним чином організувати дослідження, що забезпечить точність та достовірність отриманих результатів.

В роботі було використано два методи : аналіз науково-методичної літератури та даних мережі Інтернет і методів математичної статистики.

2.1.1 Аналіз науково-методичної літератури та даних мережі Інтернет

Даний метод ґрунтується на детальному вивченні наукової, спеціальної літератури, а також аналітичних звітів, підготовлених провідними аналітичними компаніями. Крім того, було використано десятки наукових статей та журналістських матеріалів з відкритих джерел Інтернету.

Основну увагу було приділено оцінці та аналізу інформації з наукових робіт фахівців у сфері кіберспорту, спеціальної літератури за темою роботи здійснювалося за допомогою наявного матеріалу в посібниках, наукових статтях з платформи Google Scholar та інших інтернет-ресурсів.

Завдяки проведеному аналізу вдалося детально розглянути наявні дані та висновки, що стосуються обраної теми кваліфікаційної роботи. Для цього використовувалися наукові роботи знайдені на платформі Google Scholar та роботах опублікованих у провідних журналах та інтернет-ресурсах, де фахівці з кіберспорту публікують свої роботи.

В ході роботи було проаналізовано 49 літературних джерел. На основі аналізу літературних даних були сформульовані мета, завдання, визначено актуальність і новизну роботи. Аналіз літератури дозволив виявити обрана

тема роботи є актуальною як в Україні, так і в усьому світі - десятки дослідників вивчають феномен стримінгу, і його вплив на кіберспорт. Також за допомогою аналізу літератури було сформовано мету роботи - дослідити вплив найпопулярніших платформ на формування і розвиток кіберспортивної індустрії, провівши паралелі з схожими прикладами з історії розвитку спорту і надати практичні поради для початку кар'єри у стримінгу. Оскільки головним рушієм розвитку стримінгу, і як буде доведено у роботі і кіберспорту - залежить від аудиторії і творців контенту, адже саме вони визначають напрямок їх розвитку і поява більшої кількості успішних стримерів - буде мати позитивний вплив на розвиток обох сфер.

2.1.3 Методи математичної статистики

Всі результати експериментальних досліджень були оброблені та проаналізовані за допомогою методів математичної статистики. Основним джерелом інформації були аналітичні звіти від таких компаній як Newzoo, Stream Charts, Esports Charts. З їх допомогою було розглянуто як стримінгову індустрію глобально, так і досліджено статистику найбільш популярних на сьогодні стримінгових платформ - які з них є більш популярними, статистику переглянутих годин у прямому етері, середню кількість глядачів одночасно збирали різні канали або категорії ігор на стримінгових платформах.

Платформи **Stream Charts** та **Esports Charts** надають деталізовану статистику за наступними показниками:

- **Загальна кількість годин перегляду** для кожної стримінгової платформи (Twitch, YouTube, Kick тощо);
- **Пікова кількість глядачів** під час трансляцій турнірів та подій у різних кіберспортивних дисциплін (Dota 2, League of Legends, CS:GO, Valorant тощо);
- **Розподіл глядачів за регіонами, платформами та жанрами ігор;**

- **Динаміка зростання або зниження популярності окремих ігор та кіберспортивних заходів протягом певного періоду.**

Перед початком аналізу дані були очищені від дублікатів, а також узгоджені в єдиному форматі для забезпечення точності аналізу та підготовки висновків.

Аналіз статистичних даних із використанням зазначених методів дозволив: визначити ключові платформи, які збирають найбільшу кількість аудиторії, а отже сприяють зростанню популярності кіберспорту; встановити жанри ігор, які мають найбільший вплив на залучення глядачів у різних регіонах; сформулювати прогностні оцінки щодо майбутніх тенденцій у кіберспорті та стрімінгу; надати рекомендації щодо вибору стрімінгової платформи для початку стримерської кар'єри, проаналізувавши переваги, недоліки та унікальності кожної з платформ.

2.2 Організація дослідження

Дослідження проводилося протягом 2024 року в три етапи з послідовним вирішенням поставлених завдань.

На першому етапі (01.01.2024 – 11.05.2024 рр.) було проведено пошук матеріалу для початку дослідження даного питання, зібрано перелік джерел, що в подальшому використовувався для написання роботи і їх змістовний аналіз, з підготовкою основних тез і структури роботи, нормативно–правових документів, інформаційних матеріалів. Також на даному етапі відбувалось відвідування лекційних та практичних занять, де відбувалось формування мети і завдання роботи. Визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і програму досліджень.

На другому етапі досліджень (12.05.2024-01.09.2024) – було розпочато роботу над третім розділом кваліфікаційної роботи, і був зосереджений на

глибокому аналізу стримінгових платформ, які сьогодні відіграють вирішальну роль у розвитку та популяризації кіберспорту. Цей етап передбачав вивчення особливостей кожної з найбільш ключових на сьогодні платформ (Twitch, Youtube, Kick), визначення їхніх особливостей в сучасному кіберспортивному просторі, а також аналіз основних тенденцій, що є вирішальними у формуванні ринку стримінгових сервісів у сфері кіберспорту. На початковому етапі аналізу було визначено, що стримінгові платформи стали одним із ключових факторів розвитку кіберспорту. Вони забезпечують доступ до змагального контенту для мільйонів глядачів по всьому світу, сприяючи глобалізації кіберспортивної індустрії. Основними трендами, які були виявлені під час аналізу, є зростання кількості активних користувачів, збільшення тривалості перегляду трансляцій, а також підвищення рівня інтеграції технологій доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для створення більш захоплюючого досвіду глядачів. Дані, отримані з платформ Esports Charts, Stream Charts та інших аналітичних ресурсів, продемонстрували, що стримінговий ринок продовжує динамічно зростати, зокрема завдяки збільшенню популярності таких платформ, як Twitch, YouTube, Kick, Trovo та інших платформ по всьому світу. Водночас відбувається поступова спеціалізація платформ залежно від жанру контенту, типу аудиторії та географічного розташування користувачів. Загальний аналіз показав, що стримінгові платформи виконують роль каталізатора розвитку кіберспорту, забезпечуючи прямий доступ до аудиторії та створюючи умови для залучення більшої кількості спонсорів, залучаючи все більше нових великих бізнесів з різноманітних індустрій. Вони не лише популяризують кіберспорт, але й формують нові канали взаємодії між гравцями, організаторами турнірів та глядачами. Кожна з платформ займає свою нішу, забезпечуючи різноманітність контенту та можливість для користувачів вибрати оптимальний формат перегляду.

На третьому етапі досліджень (02.09.2024 – 01.11.2024) – після того, як було отримано результати дослідження впливу стримінгових платформ на

розвиток і формування кіберспорту, як самостійної дисципліни - необхідно було сформулювати практичні поради та рекомендації для початку стримерської кар'єри, з акцентом на кіберспортивну аудиторію. Оскільки, на відміну від телебачення та радіо, можливість вийти у прямий ефір і поділитися контентом з користувачами по всьому світу є у кожної людини, і це вимагає лише невеликих інвестицій у своє технічне забезпечення. І через це, вплив пересічного глядача, чи творця контенту на стримінгових платформах є найважливішим у розвитку стримінгу, тому що всі найбільші зміни та інновації у взаємодії з глядачами, починались з звичайних творців контенту, які працювали над покращенням своїх трансляцій. Лише після цього, великі корпорації та стримінгові платформи приступали до впровадження нових функцій та можливостей на своїх платформах для всіх користувачів, у тісній комунікації з спільнотою цих платформ. Саме тому, метою завданням роботи було окрім аналізу - сформулювати поради для початківців у цій сфері, оскільки це призвело б до збільшення успішних творців контенту у цій сфері, і мало б позитивний вплив на всю індустрію в цілому.

РОЗДІЛ 3. ПЛАТФОРМИ ДЛЯ СТРІМІНГУ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТУ

3.1 Аналіз стрімінгу та його вплив на кіберспорт

З появою швидкого інтернету та персонального комп'ютера у мільйонів людей вдома, гравці отримали можливість змагатись не лише у класичних видах спорту, але й у віртуальному світі у різноманітних кібердисциплінах. Оскільки сьогоденне покоління молоді майже не дивиться телебачення, і не використовує телевізор, то основним майданчиком для перегляду кіберспортивних змагань став Інтернет, а саме стрімінгові платформи, що надають можливість перегляду етерів у реальному часі.

В першу чергу, стрімінгові платформи стали одним з перших джерел прибутку для організацій та турнірних організаторів, за рахунок реклами. На сьогодні вже чітко сформовано економічну модель, що надає можливість організаціям існувати та розвиватись. І вона тісно пов'язана з популярністю ігр за участю команди, або конкретних гравців. Окрім гарних результатів, команди турбуються про гарне медіа представлення свого бренду, гравці розвивають свої соціальні мережі, що надає безліч переваг як самому гравцю, так і популярності організації, що він представляє.

За рахунок реклами та спонсорства, що стали можливими у кіберспорті лише з появою стрімінгових платформ, також покращується якість турнірів - покращується якість трансляції і її стабільність, локації та інтер'єр постійно стають все краще, орендується арени на більшу кількість глядачів, що приваблює більшу кількість глядачів на трибуни, від чого зростає атмосфера під час змагань.

Друга сфера, на яку поява стрімінгу вплинула - соціальна/культурна. Лише в останні роки, у суспільстві почали сприймати кіберспортсменів на рівні з іншими видами спорту. Це дозволяє перетворити хобі дітей сьогодні -

у професію, розвиваючись та змагаючись з іншими людьми, не відчуваючи тиску на собі, через те, що їх захоплення вважається несерйозним і безперспективним. Адже зміна цього стереотипу потрібна і самому кіберспорту, тому що складно порахувати, але їх кількість значна, людей, які відмовились від професійної кар'єри через суспільний тиск. Але як для будь-якої сфери - чим вище конкуренція, тим краще і швидше розвивається загальний рівень гравців, а від цього зростає зацікавленість суспільства.

Також кіберспорт стає ще однією галуззю, яка може допомагати розвивати туризм у містах світу. Як от, у Швеції в місті Єнчепінг з 2001 року щорічно проходить змагання з різноманітних дисциплін, оскільки неподалік звідти починає свою історію змагання під назвою "Dreamhack". Історично місто Київ також є меккою європейського кіберспорту, бо приймало вже не один десяток змагань з Dota 2, CS:GO та інших. І звісно, що бізнес у цих містах (готелі, магазини, заклади харчування тощо) отримує величезні прибутки.

Але, крім позитивних аспектів, які привніс стримінг, важливо згадати і про досі невирішені проблеми. На мою думку, слід приділити увагу - етичності та вплив на здоров'я. Питання етичності полягає в тому, що наразі платформи не змогли достатньо регламентувати правила для створення контенту на своїх платформах, особливо для неповнолітніх. Це питання особливо важливе для батьків, які хочуть, щоб їх дитина проводячи час на таких платформах не піддавалась негативному впливу. Тому важливу частину відповідальності несуть автори контенту, які повинні усвідомлювати, що в сучасному світі вони, досить часто, є поведінковою моделлю для молодшої аудиторії. Через що слід приділяти увагу тому, які теми автор контенту підіймає на своїх прямих ефірах, і своїй поведінці. Я маю на увазі, використання нормативної лексики, правильна ергономіка робочого столу, постава під час сидіння за комп'ютером, виконання перерв/вправ для очей. Оскільки недотримання цього, призводить до другої проблеми - негативного впливу на здоров'я, як у глядачів, так і творців контенту.

Через те, що персональні комп'ютери, смартфони, планшети та інші гаджети зайняли таке велике місце у нашому житті відносно нещодавно, то етика і правила використання їх, особливо для молодого покоління, якому складніше зрозуміти і відчувати негативний вплив на їх стан здоров'я, внаслідок некоректного використання гаджетів. Іншим фактором є необізнаність батьків таких дітей, оскільки вони є ледь не першим поколінням дорослих, які вже прожили значну частину життя у комп'ютеризованому світі, і не мають досвіду та знань попередніх поколінь, у правильному вихованні дітей в новому світі, насиченому новими технологіями. Це все призводить до того, що значна частина гравців, і не лише професійних спортсменів, страждає на сколіоз, тунельний синдром, погіршення зору і слуху тощо.

3.2 Опис популярних стрімінгових платформ для кіберспорту

Перейдемо до розгляду ключових і найпопулярніших стрімінгових платформ, згідно веб-сайту Esports Charts, який збирає статистику у сфері стрімінгу, ключовими міжнародними платформами є:

- Twitch
- Youtube
- Kick

Можна стверджувати, що саме Twitch є платформою, що має найбільш вплив на кіберспорт. Twitch, американська платформа для онлайн-стрімінгу, де користувачі можуть переглядати відеоігровий контент, була заснована у 2011 році. Сьогодні Twitch є найбільшою платформою для стрімінгу відеоігор у світі, залучаючи в середньому 31 мільйон відвідувачів щодня. Платформа є дочірньою компанією Amazon, яка придбала її у серпні 2014 року за 970 мільйонів доларів. Першочергово, Twitch з'явився у жовтні 2006 року, коли Еммет Шир, Джастін Кан, Майкл Сейбел і Кайл Воґт переїхали з Нью-Йорка

до Сан-Франциско, і вирішили створити цілодобове реаліті-шоу Justin.tv про життя Джастіна [3].

Кожен з них сприймав це більше як жарт, однак ця спроба стала каталізатором для створення нової форми інтерактивного контенту – транслявання контенту онлайн, у прямому ефірі. На початку свого існування Twitch давав можливість будь-кому вести прямі трансляції, маючи відповідне обладнання. Також контент був поділений на категорії, однією з яких були відеоігри, і саме ця категорія почала збирати найбільшу кількість глядачів.

До 2008 року платформа вже налічувала 1 мільйон зареєстрованих користувачів. Враховуючи це все, творці платформи Justin.tv у червні 2011 вирішили створити окремий сайт під назвою Twitch. Але головна концепція залишилась такою ж - кожен має можливість проводити власні трансляції, володіючи обладнанням і навичками налаштування трансляції у програмному забезпеченні.

До 2014 року, платформа змогла накопичити понад 35 мільйонів доларів венчурного капіталу, Twitch став прибутковим підприємством, заснував свою штаб-квартиру у фінансовому районі Сан-Франциско та мав понад 100 співробітників [4]. У цьому ж році платформа забезпечувала 1,8% пікового інтернет-трафіку у Сполучених Штатах, поступаючись лише Netflix, Google та Apple.

У 2014 році Justin.tv було закрито, щоб зосередити всі зусилля на Twitch. У травні 2014 року Google намагався придбати Twitch за 1 мільярд доларів. У серпні того ж року Amazon зробив пропозицію на 970 мільйонів доларів, зазначивши своє бажання увійти до індустрії відеоігрового стрімінгу. Лідери Twitch обрали Amazon, вважаючи, що цей гігант електронної комерції надасть платформі більше автономії. Вони також вважали, що через володіння Google відеоплатформою YouTube, Twitch ризикував би стати другорядним. Пізніше стало відомо, що Google відмовився від угоди через побоювання щодо антимонопольних законів. Станом на 2023 рік, Twitch має понад 7 мільйонів унікальних активних стрімерів. Трансляції розрізняються за відеоіграми, які

трансляються, хоча також є альтернативні категорії для чатів у реальному часі та трансляцій настільних ігор.

Якщо підсумувати, Twitch пройшов шлях від стартапу до глобальної платформи для стрімінгу відеоігор та інтерактивного контенту, що продовжує значно впливати на індустрію розваг та кіберспорту. Twitch став важливим майданчиком для кіберспортивних змагань, таких як League of Legends та Dota 2, які залишаються одними з найпопулярніших ігор на сайті. Популярність Twitch демонструється на TwitchCon, щорічному зібранні стрімерів та глядачів, що збирає десятки тисяч відвідувачів, які об'єднані однією платформою.

YouTube, створений у 2005 році, спочатку був платформою для аматорських відео, однак до 2008 року він став основним майданчиком для створення контенту про відеоігри, як для аматорів, так і студій з сотнями працівників. Вперше коментування геймплею, що згодом отримало назву летсплей (англ. let's play) було впроваджено Anthony, відомим під псевдонімом Blame Truth, який створював відео по грі Call of Duty 4: Modern Warfare. Подібний формат відео швидко набрав багатомільйонну аудиторію і сотні авторів контенту[5]. Вважається, що це дало важливий поштовх у розвитку індустрії ігор і кіберспорту.

На сьогоднішній день основні турнірні оператори і студії коментування, такі як ESL, Riot Games, Maincast та інші, трансляють свої змагання на Youtube. Адже ця платформа надає декілька переваг для власників контенту[6]:

- **залучення більшої кількості аудиторії** - оскільки сьогодні Youtube є основною платформою для відеоконтенту, згідно статистики порталу Statista[7], тому студії розуміють, що для пересічного глядача набагато легше переглянути етер змагання з кіберспортивної дисципліни, на звичній для нього платформі, де щодня переважна більшість населення планети переглядають відео, аніж переходити і реєструватись на іншому сайті.

- **монетизація** - Youtube відомий тим, що надає зрозумілі і легкі інструменти для заробітку творцям контенту. Сьогодні компанії можуть залучати додаткові кошти за рахунок коштів за рекламу, переглянуту під час їх етерів; спонсорських програм - різноманітних варіантів платних підписок на канал студій, які вони можуть власноруч і різноманітно налаштувати, надаючи користувач додатковий контент, смайлики та інше, за щомісячний платіж, розмір якого визначає сама компанія.

Однією з останніх платформ, що вийшли на ринок трансляції кіберспортивних подій та ігрового контенту є Kick. Заснована у 2022 році групою технічних підприємців і популярним стрімером Trainwreckstv, Kick має на меті забезпечити справедливий розподіл доходів і створити умови для розвитку контентмейкерів, що і вирізняє цю платформу від інших. На відміну від Twitch та Youtube, які віддають 50% та 70%, відповідно, за дохід від платних підписок на канал творця контенту, Kick, на даний момент, надає 95% зароблених за підписку коштів [8].

Також, іншим важливим фактором, що спричинив швидке зростання популярності, пов'язане з діяльністю власників платформи - гемблінг. Платформа була створена двома австралійськими підприємцями, Біжаном Техрані та Едом Крейвеном, які раніше здобули популярність у сферах криптовалют та онлайн-гемблінгу [9].

На сьогодні, онлайн-гемблінг є надзвичайно прибутковим бізнесом, що дозволяє витратити значні кошти на рекламу та просування як і подібних сервісів, так і сторонніх проєктів їх власників, як у випадку з Kick. Тому, коли до якогось творця контенту надходять багатомільйонні пропозиції, умовою яких є лише почати вести свою діяльність ексклюзивно на іншій платформі, то більшості стрімерів важко відмовитись, оскільки інші рекламодавці не можуть дозволити подібних витрат на рекламні контракти. Крім конкуренції за творців контенту між стрімінговими платформами, також компанії намагаються придбати права на трансляцію змагань з різних дисциплін, оскільки це дає можливість залучити значно більшу аудиторію, оскільки у

глядача не буде вибору між платформами. Тому що придбання прав на трансляцію ігрових подій, означає що лише та платформа, що придбала це право, може транслювати цю подію без затримки ефіру.

Іншою великою відмінністю платформи Kick є менш жорсткі обмеження та модерація, аніж у головного конкурента Twitch. Враховуючи близькість засновників платформи до гемблінгу, очевидно що на платформі немає обмежень щодо стрімінгу подібного контенту, на відміну від того ж Twitch. Тому деякі стрімери висловлюють занепокоєння щодо зв'язків Kick з азартними іграми, що може вплинути на їх моральні принципи. Інші стрімери також зазначають, що Kick може бути токсичним середовищем, особливо для ЛГБТ+ стрімерів та представників інших спільнот, оскільки на платформі менше інструментів для боротьби з переслідуванням образ та зловживанням стосовно цих груп. [8].

Підсумовуючи, в розділі було розглянуто 3 найбільш популярні стрімінгові платформи - Twitch, Youtube, Kick. Всі вони є ключовими гравцями і визначають напрямок розвитку цієї індустрії. Вони пройшли еволюцію від несерйозних стартапів до майданчиків, що надають усім сторонам у кіберспорті можливість розвиватись і популяризувати себе.

3.3 Аналіз даних та статистики провідних стрімінгових платформ

Розглянемо для початку статистику даних стрімінгових платформ, проаналізуємо ці дані, і також розглянемо які основні тенденції були виявлені цього року, і що очікувати в подальшому. Дані було отримано за допомогою українського статистичного сервісу Streams Charts, який дозволяє аналізувати всі ключові метрики для каналів, стрімів, ігор, спільнот та навіть кліпів, збираючи дані з найпопулярніших платформ для глибокого й актуального аналізу стрімінгу [10].

Дві основні метрики, що ми будемо розглядати при аналізі стрімінгових платформ - Середня кількість одночасних глядачів, Загальна кількість переглянутих годин. Термін протягом якого було отримано дані: 16 липня - 14 серпня 2024 року. Однозначним лідером за обома метрика є Youtube - 4,828,332 середніх глядачів, 3,433,748,774 годин перегляду; друге місце займає Twitch, маючи гарні показники, враховуючи поширеність та відомість Youtube, назву якої знає кожна людина на планеті - 2,255,864 середніх глядачів, 1,577,977,171 годин перегляду; всі інші платформи мають набагато менші показники, сумарно решта всіх стрімінгових платформ змогли досягти 804,470 середніх глядачів, 565,946,836 годин перегляду. Дані були зображені на рис 3.1. та 3.2.

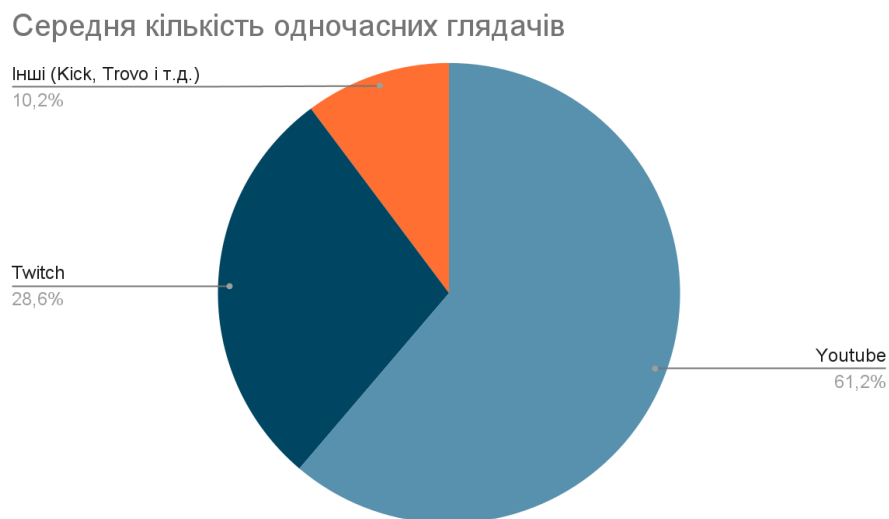


Рис 3.1. Середня кількість одночасних глядачів на різних платформах

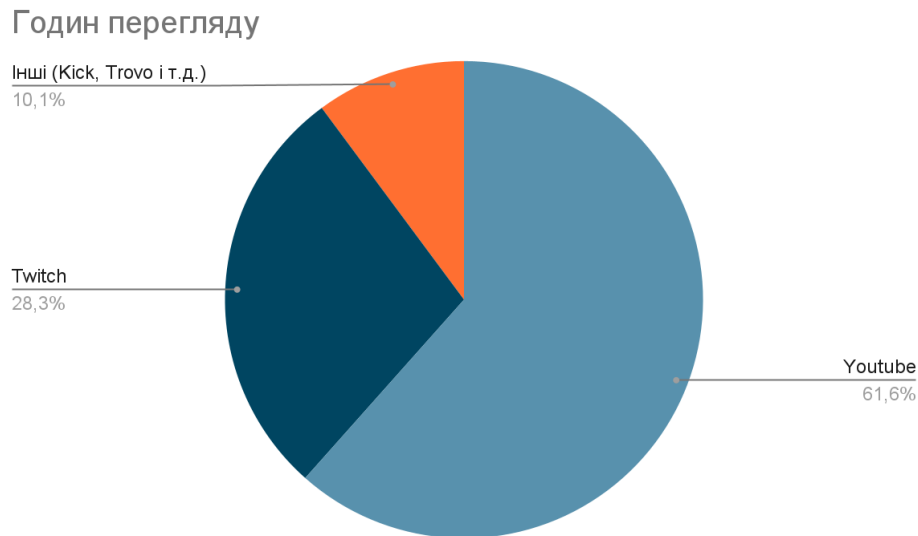


Рис 3.2. Відсоток загальних годин перегляду

Проте згідно звіту платформи Streams Charts за 2 квартал 2024 року, Youtube залишається другою за кількістю глядачів у сфері кіберспорту, поступаючись Twitch [11].

Оскільки, ті величезні показники Youtube генеруються іграми лише у малій частці, до прикладу за останній місяць 21% трафіку склав розділ “Новини та політика” і лише 19% розділ “Розваги”, до якого входять ігри. Але останні місяці Twitch має падіння загальної кількості переглядів на 11.85%, порівнюючи з 1 кварталом цього року. І показники що має Youtube за цей час, зменшує різницю між платформами, що невдовзі може призвести до втрати лідируючої позиції для Twitch. Причин цього декілька - конкуренція, як з Youtube, що має набагато кращу програму монетизації для авторів контенту, так і поява нових платформ, що стрімко набирає аудиторію, такі як Kick; також строгі правила модерації та суперечки, пов'язані з модерацією контенту на платформі, можуть відштовхувати як стрімерів, так і глядачів, які обирають платформи з більш ліберальною політикою. Окремо зазначу, що Kick продовжує свій розвиток, збільшивши кількість годин перегляду на 28% за цей квартал.

Однією з тенденцією, що виникла у 2023 і 2024 році - зростання інтересу до ігор у жанрі RPG та Live-Action, кожна з цих категорій отримала приріст переглядів на всіх платформах на 14% [12].

Однією з причиною цього є вихід гри Baldurs Gate 3, що отримала нагороду гра 2023 року, і вона змогла зібрати понад 79 мільйонів годин перегляду на стрімінгових платформах. Дві інші успішні гри, що дали такий значний приріст - Diablo 4 та продовження серії ігор Legend of Zelda. Причиною популярності цих ігор на стрімінгових платформах є те, що RPG та екшн-пригоди є чудовим вибором для стрімерів, оскільки вони дають можливість проявляти креативність під час проходження гри, коментувати події, які постійно відбуваються протягом гри, та насолоджуватися естетикою і роботою розробників і дизайнерів, й сюжетом під час спокійних моментів гри. І це зайвий раз дає підтвердження думки, що популярність конкретного жанру/гри лежить на розробниках, і те наскільки успішно вони випускають оновлення/роблять ігри. Важливо проводити дослідження ринку та запитів гравців, чого вони хочуть, і що їм не вистачає - і реалізувати рішення для їх запитів. А спроби деяких великих студій піти всупереч цьому - призводить до величезних провалів, як медійних, так і значних фінансових втрат. Прикладом цього стала гра Starfield від Microsoft, що теж вийшла у 2023 році.

Ще один цікавий тренд, який можна було спостерігати протягом 2023 і 2024 року - ностальгія. Розробники Fortnite, Epic Games, дуже вдало скористались цим почуттям гравців, на місяць додавши до своєї гри режим, що дозволяв гравцям грати на ігровій мапі 2019 року, з ігровими механіками того часу. І це призвело до значного приросту показників на стрімінгових платформах, 3 листопада 2023 року вдалось досягти таких цифр - 14.4М годин перегляду, 1.6М одночасних глядачів в піку, 227К унікальних каналів, що вели прямий ефір.

Важливо зазначити, що ця дія не вимагала від розробників значної роботи, їм не доводиться розробляти нові ігрові режими, значно покращувати інші аспекти їх гри, що коштує дуже значних коштів, оскільки вони лише

повернули гру в тому вигляді, в якому вона була декілька років тому. І розробники Fortnite вже заявили, що гравці можуть очікувати подібних акцій у 2024 та інших роках, і це було дуже гарно сприйнято ігровою спільнотою, і експерти очікують теж гарного приросту переглядів у майбутньому.

Нового розвитку і популярності досягнуло також явище під назвою - мультикастинг. Це інструменти, що дозволяють стримеру за допомогою декількох кліків одночасно запускати трансляції на всіх потрібних йому платформах. Ще не так давно, для подібного творцям контенту потрібно було вручну налаштовувати трансляцію під кожну платформу окремо, що знижувало попит на це [13].

У жовтні 2023 Twitch офіційно дозволив своїм творцям цю практику, що лише збільшило кількість стримерів, що почали цим займатись. Компанія Stream Hatchet проаналізувала трьох творців, які почали використовувати мультикастинг: Ninja, Willeyrex і TheGrefg. В тижні після переходу їхня середня аудиторія зросла на 68.9% на всіх платформах, що свідчить про те, що на кожні 1 000 глядачів на одній платформі додатково приходило 700 глядачів на іншій. Один з найпопулярніших стримерів Ninja, висловлюється про мультикастинг таким чином - Люблю мультикастинг і безумовно вважаю, що це майбутнє для всіх ігрових творців. Я ніколи не шкодував про цей крок, який я зробив наприкінці 2022 року. Я вражений зростанням аудиторії та взаємодією, яку я спостерігаю на всіх платформах, і тим, що можу спілкуватися з моїми фанатами одночасно, незалежно від платформи, яку вони використовують.

Остання важлива тенденція - зростання популярності спортивних подій, на таких платформах як Twitch та Youtube, що зросли більш ніж на 2100% з 2022 року, досягнувши понад 150 мільйонів годин перегляду. Це зростання було підсилене популярними європейськими футбольними подіями, так званім медіа-футболом, такими як King's і Queen's League, організованими Жераром Піке та Ібаєм Льяносом, за участю популярних творців контенту та професійних футболістів, що часто вже завершили кар'єру. Очікується

подальше зростання в цій категорії на платформах прямих трансляцій у 2024 році, що створює великі можливості для організаторів таких подій, як медіа-футбол та інші. До прикладу, цього року у турнірі King`s League взяла участь і українська команда, з зірками українського футболу та стримінгу (такими як Leb1ga до прикладу), і турнір, що проходив у Мексиці зміг зібрати близько 40 мільйон годин перегляду, що на сьогодні є в топ-5 серед усіх змагань та подій на стримінгових платформах.

Підсумовуючи, аналіз даних стримінгових платформ показує значний ріст інтересу до стримінгу, зокрема через популярні спортивні події, нові ігри і гарне оновлення існуючих. Незважаючи на лідерство YouTube за кількістю переглядів, Twitch залишається основною платформою для кіберспорту, хоча його позиції під загрозою через конкуренцію з YouTube та новими платформами, такими як Kick. Важливою тенденцією, що розвивається останнім часом, є також мультикастинг, що дозволяє стримерам одночасно транслювати контент на різних платформах, розширюючи свою аудиторію.

3.4 Вплив стримінгу на збільшення угод зі спонсорами в кіберспорті.

Глобальний розвиток Інтернету сприяв появі безлічі нових можливостей для обміну інформацією між двома довільними точками світу, в тому числі це і стало серйозним викликом для популярного і одного з ресурсу перегляду контенту вдома - телебачення. Важливо при аналізі впливу стримінгу на кіберспорт дослідити і те, як його поява вплинула на інші, більш відома та звичні види спорту, і те, як телебачення адаптувалось до змін.

Одним з головних факторів, що визначає яка зі сфер буде мати більше спонсорських контрактів - кількість глядачів. В той момент, як почали з'являться такі платформи як Youtube, глядачі отримали альтернативу телебаченню, як джерелу отримання інформації та перегляду спортивних подій. Тільки на відміну від телебачення, яке лише нещодавно, з появою

технології SmartTV, отримало можливість перегляду повтору у будь-який зручний для користувача час, інтернет-платформи надають більш зручні можливості для своїх глядачів - перегляд найкращих моментів ігор, післяматчеві студії та інші різноманітні спортивні програми, деякі які перейшли з телебачення на той же Youtube. Молоді глядачі все частіше споживають контент через мобільні пристрої і соціальні мережі, переглядаючи кліпи і моменти матчів на платформах, на кшталт Twitter або Facebook. Це змінило спосіб, у який спортивні організації і телеканали повинні підходити до трансляцій, надаючи більше контенту, який підходить для перегляду на вимогу [14], у той момент коли глядачу зручно, а не коли його запланували режисери якогось телеканалу. І звісно, що з переходом більшості аудиторії на інтернет-майданчики - великі рекламодавці також почали заходити на цей ринок і пропонувати контракти для творців контенту на різноманітних стримінгових майданчиках.

Для того, щоб краще розуміти як розвивається і що можна очікувати в майбутньому, розглядаючи вплив стримінгових платформ на кіберспорт, важливо розглянути як в минулому столітті активний розвиток телебачення впливало на спорт того часу, як приносило більші кошти та популярність. У 20 столітті телебачення активно розвивалось і з'явилося майже у кожній родині, і саме тоді виникло таке явище як телевізійні трансляції спортивних подій, яке створило нове джерело доходу та популяризації контенту для тогочасного спортивного середовища. Організації та команди почали отримувати більші прибутки, почали з'являтися ті формати змагань, що є найпопулярнішими сьогодні. Якщо розглядати футбол, то з'явилися такі змагання як Чемпіонат світу з футболу у 1930 році, Ліга Чемпіонів УЄФА у 1955, яка тоді отримала назва Кубок європейських чемпіонів, і Чемпіонат Європи з футболу у 1960 році. Телевізійні мережі почали платити великі суми за права на трансляцію спортивних подій, що забезпечило суттєве джерело доходу для спортивних організацій. Наприклад, футбольні клуби в Європі та

Північній Америці почали отримувати значні прибутки, що дозволило їм інвестувати в інфраструктуру, тренування та наймання кращих гравців [15].

Крім економічного фактору, варто також згадати той факт, що завдяки телебаченню, перегляд спортивних подій стало невід'ємною частиною життя мільйонів людей по всьому світу. Через те, що такі великі події, як Олімпіада, вищезгадані футбольні події та інші, відбуваються з певною періодичністю, зазвичай раз на 4 роки. Глядачі певною мірою стали частиною цих змагань, оскільки мали можливість переглянути їх з будь-якої точки світу, в незалежності від того, в якій країні цього року проходять змагання. З приходом глядацького інтересу, почала з'являтися величезна індустрія навколо спортивних змагань - фанатська атрибутика, така як футболки улюблених команд або збірних, телевізійні програми, студії аналітики, коментування, спортивна журналістика і багато іншого. І також все це збільшило увагу до гравців, які вже перестали думати лише про їх гру на полі, але й з'явилась робота над власною медійністю та впізнаваністю. Оскільки, як це стало зрозуміло ближче до 2000-2010 років, що розвиток власного бренду, дозволить спортсмену залишатись в індустрії навіть після завершення кар'єри гравця. Приклади таких гравців як Девід Бекхем, Кріштіано Роналду є чудовою демонстрацією того, як робота над власною популярністю, пошук спонсорських контрактів - дозволяють заробляти величезні кошти, і ставати спортсменами з найбільшими прибутками.

Крім вищезазначеного, вся рекламна індустрія повинна завдячувати людям, що розвивали телебачення десятки років тому, експериментуючи з розкладом матчів, щоб знайти оптимальний час для транслявання спортивних подій, коли буде можливо зібрати найбільшу кількість глядачів, те, що сьогодні називається прайм-тайм, шляхом впровадження перерв на рекламу між матчами, що залучило ще більшу кількість рекламодавців до спортивної індустрії. До прикладу, таке змагання як Super Bowl, фінальна гра сезону у професійному американському футболі (НФЛ), яке сьогодні є частиною американської культури і генерує мільярдні доходи, і основною частиною

прибутку є саме реклама під час змагань, адже вартість одного 30-секундного рекламного відеоролику може коштувати близько 7 мільйонів доларів, а на рекламну частину виділялось 51 хвилину [16] .

Очевидно, що побачивши феноменальний ріст стримінгової аудиторії, що до того ж дуже активно збирала увагу саме молодого покоління, бізнес по всьому світу побачив у цьому можливість для здобуття нової аудиторії. За останні роки пролунало багато гучних рекламних угод, розглянемо деякі з них, щоб зрозуміти що саме змушує компаній робити мільйоні угоди з кіберспортивними організаціями.

У березні 2019 року одна з найбільших автомобільних японських компаній у світі - Nissan, оголосила про співпрацю з двома кіберспортивними організаціями - FaZe Clan і OpTic Gaming. Що зробило Nissan взагалі першою компанією, що займається виготовленням автомобілів, оголосити про подібну співпрацю. Причину початку цієї співпраці озвучив Роберт Кросс, директор з питань медіа та активації, Nissan North America - Для будь-якої компанії, яка намагається охопити аудиторію покоління Z і міленіалів, стрімінг і кіберспорт - це величезна можливість. На той момент, згідно звіту “Newzoo 2019 Global esports Market Report” світова кіберспортивна аудиторія повинна була досягнути 453,8 мільйонів у 2019 році. Крім того, у 2018 році аудиторія кіберспорту на YouTube та Twitch була більшою, ніж аудиторія HBO, Netflix та ESPN разом узятих [17].

Крім розміру самого ринку, важливим фактором була медійність організації FaZe Clan. На той момент вона була однією з популярніших організацій на стримінгових майданчиках за кількість підписників. Організація була представлена у десятках дисциплін, в тому числі одних з найпопулярніших - Call of Duty, Counter-Strike: Global Offensive, FIFA, Fortnite Battle Royale, PlayerUnknown's Battlegrounds and Tom Clancy's Rainbow Six Siege. Крім того, FaZe Clan відомий своїм брендом, який він створив завдяки сувенірній продукції та стримінгу відомих особистостей у кіберспорті на Twitch та YouTube.

Іншою гучною співпрацею у 2019 році стала угода між Team Liquid і Marvel, нью-йоркської компанії, яка спеціалізується на видавництві коміксів і суміжних їм носіїв, що стала сьогодні популярною і у створенні кінофільмів на основі сюжетів з коміксів. Відмінність цієї угоди від інших, за словами Майка Міланова, операційного директора Team Liquid та Даміана Естрада, креативного директора Team Liquid - Хоча ми часто бачимо подібні партнерства у світі кіберспорту, ми ніколи не бачили, щоб команда приймала бренд і випустила цілу серію нових футболок під нього [18]. Подібна співпраця допомогла по-новому поглянути на залучення гравців до свого бренду і стала індикатором для інших великих брендів частіше залучитись до співпраці з кіберспортом. Доказом успішності цієї співпраці є той факт, що вже через рік дану угоду було продовжено ще на 3 роки, і обидві сторони угоди чудово відгукуються про результати такої співпраці, і готують нові масштабні проекти.

Чудовою ілюстрацією того, як популярність кіберспортивної організації у стримінговій індустрії може відкрити можливість до співпраці з великими компаніями і брендами є українська організація Natus Vincere. Організація яка вже давно набрала світової популярності, а в деяких дисциплінах є одними з найбільш відомих організацій у світі, у червні 2021 оголосила про співпрацю з брендом одягу Puma. Тоді вони підписали трьохрічну угоду, в рамках якої Puma ставало технічним партнером організації, отже було відповідальне за виготовлення усього екіпірування та мерчу [19]. Так само і в спорті, PUMA є одним з найцінніших та найвпізнаваніших брендів, і цитуючи слова представника бренду одягу про дану співпрацю “Місія PUMA - бути найшвидшим спортивним брендом у світі. Не дивно, що наші плани збігаються. Немає іншого способу йти в ногу зі світом кіберспорту, що стрімко розвивається, ніж бути найшвидшим”, важливо визначати їх визнання важливості кіберспорту у сьогоднішньому сучасному світі, де досі іноді можна зустріти скептицизм щодо того, чи є кіберспортом вже чимось більшим, ніж дитяча забавка, або щось несерйозне. І аналізуючи всі роки співпраці Natus

Vincere з цим брендом одягу, можна відзначити лише чудово виконану роботу над власним мерчем, оскільки вихід нової ігрової форми завжди викликає ажіотаж серед вболівальників.

Підсумовуючи, в розділі було розглянуто історичну перспективу того, як технології впливали на прибутки команд у традиційних видах спорту, що дало можливість якісніше розуміти ті процеси, що відбуваються сьогодні, і будуть відбуватись в майбутньому з кіберспортом. Також було розглянуто великі угоди кіберспортивних організацій з світовими брендами, що стало наслідком роботи цих організацій над власним брендом, з стримінговими платформами.

3.5 Підготовка стрімера до стрімінгу та практичні рекомендації

Для того, щоб сьогодні запустити прямий етер людині потрібне стабільне підключення до Інтернету і персональний комп'ютер, на відміну від не так далекого минулого. Адже раніше трансляції у прямому режимі могли дозволити лише великі студії, оскільки це вимагало купу обладнання. Через це, вікно можливостей з'явилося для будь-кого у кожному куточку світу, тому популярність такого явища як livestreaming (відеотрансляція наживо) набуло неабиякої популярності. І раніше, у прямих етерах працювали спеціально навчені і підготовлені для цього люди, і відповідальних за трансляцію були десятки людей - монтажери, оператори, режисер трансляції і так далі. Оскільки величезна кількість людей, що запускають прямі трансляції на таких платформах як Twitch та Youtube, вперше взагалі починають працювати перед аудиторією. Тому і було прийнято рішення навести практичні поради і рекомендації щодо того, як починати свою кар'єру стрімера і як реалізувати себе у цій сфері.

Для того, щоб планувати розпочати кар'єру стрімера, необхідно проаналізувати чи є достатньо техніки для цього, і чи є бюджет, щоб докупити

тих елементів, яких наразі немає, але вони є необхідними для початку роботи у цій сфері. В першу чергу, це досить сучасний комп'ютер чи ноутбук, що дозволить проводити трансляції у роздільній якості HD Ready (1280x720), щонайменше, і 60 FPS (frame per second - кадрів на секунду). Це є тим значенням, що буде демонструвати задовільну якість зображення як на монітор, які зазвичай використовуються з ПК, так і на мобільних пристроях. Другий необхідний компонент - стабільне і якісне підключення до Інтернету. Для того, щоб безперешкодно і стабільно транслювати зображення роздільної здатності HD Ready, або навіть Full HD (1920x1080), достатньо підключення у 100 Мбіт/с. І окрім швидкості, важливо проаналізувати наскільки стабільний сигнал на пристрої, з якого планується проведення прямих трансляцій. Якщо сигнал ослабий, то це буде призводити до зависань зображення на трансляції, тому можливо треба оновити свій маршрутизатор, або точку підсилення Wi-Fi сигналу, або ж використовувати підключення по Ethernet кабелю від маршрутизатору. Третій компонент, без якого неможливо почати проводити свої прямі етери - мікрофон. На сьогодні, існує безліч гарнітур, у вигляді навушників з мікрофоном, що надають необхідну якість звучання для початкового стримеру. І також подібний девайс не вимагає додаткового обладнання, як наприклад конденсаторний мікрофон, який звісно надасть набагато більш якісний звук, проте зазвичай дорожче, і вимагає зовнішньої звукової карти. Також, варто згадати, що досить часто стримери виводять власне зображення, і це вимагає використання веб-камери. Але якщо переглянути трансляції інших творців, то досить часто можна зустріти людей, що проводять прямі етери без цього елемента, і це не заважає їм збирати аудиторію. Тому наявність веб-камери на цьому етапі може бути перевагою для початківця-стримеру, проте купляти його у разі відсутності, не є обов'язковим.

Також для того, щоб розпочати проводити прямі етери, слід обрати і розібратись з програмним забезпеченням для потокового мовлення. Згідно рекомендацій платформи Twitch [20], то виділяється 3 основних варіанти -

OBS, Streamlabs, Xsplit. Наразі одним з найпопулярніших рішень є OBS - Open Broadcaster Software. Серед його переваг - відкритий код, що гарантує довготривалу підтримку і велику кількість можливостей розширити функціонал; універсальність і велика кількість можливостей для налаштування під потреби користувача; підтримка усіх основних платформ - дане програмне забезпечення підтримується на Windows, MacOS і Ubuntu; безкоштовний у використанні.

І останній важливий крок - вибір стримінгової платформи. Для початку своєї кар'єри є Twitch і Youtube. І при виборі між цими 2 платформами потрібно враховувати такі фактори:

- Аудиторія та тематика контенту - на Twitch основна аудиторія складається з глядачів, зацікавлених у геймінгу та кіберспорті. Якщо контент стрімера буде переважно орієнтований на ігри та інтерактивне спілкування в реальному часі, Twitch може бути кращим вибором. YouTube має більшу аудиторію, але не обмежується лише геймінгом — тут також популярні різноманітні теми: від навчання до оглядів та влогів. Якщо стрімер хоче урізноманітнювати контент (наприклад, публікувати записи трансляцій, створювати короткі відео або робити огляди ігор), YouTube надає ширші можливості для розвитку.
- Алгоритми та зручність пошуку - YouTube має один із найпотужніших алгоритмів рекомендацій. Це дає новачкам більше шансів бути поміченими завдяки системі пошуку і рекомендацій, яка може показувати їхні відео глядачам на основі їхніх інтересів. На Twitch орієнтація йде на пряму взаємодію з глядачем у реальному часі, але рекомендаційні механізми менш розвинені. Це ускладнює можливість знайти нових глядачів через алгоритми.
- Інтерактивність та інструменти для взаємодії - Twitch надає широкий вибір інструментів для взаємодії з глядачами: боти, інтерактивні оповіщення, емодзі, розширення для інтерактивності тощо. Інтерактивні інструменти є важливою частиною спільноти Twitch, що сприяє

активнішої взаємодії з аудиторією в реальному часі. На YouTube також доступні опції для інтерактивності, але вони менш розвинені, ніж на Twitch. Однак YouTube додає нові функції, такі як спонсорські підписки з ексклюзивними емодзі та опитування під час трансляцій. YouTube краще підходить для взаємодії через коментарі після завершення стріму.

- Розвиток спільноти та можливості для росту - На Twitch глядачі часто переходять від одного стримера до іншого, що створює можливості для "рейдів" (переходу глядачів з одного каналу на інший), колаборацій з іншими стримерами та швидкого залучення нових глядачів. Це є важливою перевагою для зростання новачка на Twitch. Спільнота на YouTube розвивається повільніше, проте канали, які здобули лояльних підписників, отримують стабільний потік глядачів завдяки алгоритмам рекомендацій. Відео і записи стрімів мають довший життєвий цикл, що дає можливість набрати перегляди навіть після закінчення стріму.

Рішення між Twitch та YouTube є індивідуальним і залежить від багатьох факторів: характеру контенту, цільової аудиторії, цілей щодо монетизації та бажання працювати з конкретними форматами контенту. Важливо пам'ятати, що обидві платформи потребують систематичної роботи, покращення якості контенту та активної взаємодії з глядачами. Також, сьогодні набирає популярність таке явище як мультитрансляція, коли прямий етер проводиться одночасно на деяких платформах.

Підготувавши всю технічну частину, можна перейти до створення власного акаунту на обраній платформі і почати будувати власний бренд. Одне з перших, що потрібно визначити - обрати власний нікнейм (походить від англійського *nickname* - вигадане ім'я, сьогодні часто використовується при створенні акаунтів в Інтернеті). Дуже важливо не змінювати цей псевдонім, оскільки це те ім'я, за яким користувачі будуть знаходити вас, ділитись з іншими і радити ваші етери. І в подальшому, коли буде відбуватись створення контенту на інших платформах, для поширення і залучення нової аудиторії, необхідно всюди встановлювати той же псевдонім.

Другим кроком буде визначення своєї цільової аудиторії і того, якого виду прями етери планується проводити. Розглянемо які основні види трансляцій є на основних платформах сьогодні:

- Ігрові трансляції - коли стример транслює і коментує свою гру для глядачів. Для цього обираються різноманітні види ігр, але зазвичай обирається між 2 типами - змагальні ігри (такі як CS 2, Dota 2, League of Legends та інші), і сюжетні для однієї особи (останніми популярними іграми були Baldur's Gate 3, Cyberpunk 2044 та інші). Протягом гри часто відбувається взаємодія з глядачами через чат, глядачі задають питання, обговорюють гру і реагують на події в ній. І задача стримера вміло взаємодіяти з ними, і вміти занурити глядача у ігровий процес, щоб йому було цікаво слідкувати за цим. Також важливо правильно підходити до вибору гри, що часто залежить від цільової аудиторії. Зазвичай є 2 основних типи - ті, хто любить переглядати нові ігри, що вийшли лише нещодавно; ті, хто полюбляють старі і легендарні ігри. Основна аудиторія це гравці в комп'ютерні ігри, віком від 14 до 40 років.
- Розмовні трансляції (в англійському сегменті називається Just Chatting) - формат, в якому рідко стример спілкується з аудиторією на різноманітні теми без чітко підготовленого сценарію та тематики. У даному види трансляцій, є і свої підвиди - люди можуть обговорювати новини, політику, спортивні події або що, і досить часто люди не змішують всі ці теми, оскільки їх аудиторію може цікавити лише одна з них. Такий формат підходить тим, хто хоче вести відкритий діалог із аудиторією, а також підтримувати легку та неформальну атмосферу. Важливими елементами є комунікабельність і реактивність стримера, адже глядачі зазвичай очікують швидкої та цікавої реакції на їхні повідомлення в чаті. Основна аудиторія цих трансляцій – це люди, які шукають спілкування та мають широкий спектр інтересів, часто віком від 16 до 35 років.

- Огляди та реакції - у цьому форматі стример переглядає різноманітний контент у прямому ефірі, і ділиться своєю реакцією та думкою з глядачами. Зазвичай це відеоролики на платформі Youtube (музичні кліпи, трейлери ігор, нарізка смішних відео і багато інших), фільми чи серіали. Серед особливостей цього формату – необхідність швидкої реакції на контент та здатність утримувати увагу глядачів своїм коментарем. Аудиторія зазвичай складається з людей віком від 14 до 35 років, які цікавляться культурними новинками та медіа контентом. Варто також пам'ятати про дотримання авторських прав, оскільки реакції на захищений контент потребують отримання прав на цей контент.
- Музичні та креативні трансляції - формат, в якому ведучий займається різноманітною творчістю. Це може бути створення музики, малювання або щось інше. Даний формат часто використовують талановиті творці, що хочуть ділитись своїми знаннями з аудиторією, відповідати на їх питання у реальному часі, і допомагати розвиватись у своїй сфері. Аудиторія таких трансляцій зазвичай складається з шанувальників мистецтва, музики чи певного ремесла, які цікавляться процесом створення. Для стримера важливо мати якісне обладнання для передачі звуку та відео, а також забезпечити залучення глядачів через взаємодію. Вік аудиторії варіюється, але загалом охоплює людей від 18 до 40 років.
- Подорожі та прогулянки (в англійській мові сегмент називається IRL - in real life, з англійського перекладається “в реальному житті”) - тип трансляцій, в яких ефір відбувається не з кімнати/студії творця контенту, а на вулиці. Часто люди можуть транслювати свої подорожі у нові для них країни та міста, оскільки сьогоденні технології дозволяють проводити прямі етери за допомогою мобільного телефону і якісного мобільного Інтернету. Такий формат підходить для мандрівників та тих, хто бажає досліджувати світ разом із глядачами. Стримери можуть показувати туристичні об'єкти, розповідати про культуру, їжу або навіть

просто демонструвати своє повсякденне життя. Важливими аспектами є стабільне інтернет-з'єднання та мобільність, а також хороша якість зображення для показу цікавих деталей. Аудиторія складається з людей, зацікавлених у подорожах та культурі, зазвичай віком від 18 до 40 років.

- Освітні трансляції - мають на меті навчання та подачу корисної інформації для аудиторії. Популярності здобули уроки програмування, графічного дизайну, економіки та інших. Стримери діляться знаннями, проводять лекції або практичні семінари, відповідаючи на питання глядачів і даючи рекомендації. Важливою частиною таких трансляцій є підготовлений і структурований контент, який дозволяє подати інформацію чітко й доступно. Аудиторія освітніх стрімів складається з глядачів, які прагнуть вивчати нові теми чи підвищувати кваліфікацію, зазвичай віком від 20 до 50 років.

Розглянувши основні види трансляцій, варто виокремити 2 важливих моменти. Аудиторія, на таких платформах як Twitch, Youtube, Kick та інших, є переважно молодішою, віком від 14 до 30 років. Тому при виборі своєї цільової аудиторії, важливо звертати увагу не на цей параметр, оскільки майже для всіх форматів вік аудиторії буде однаковий. А слід обирати тематику і формат взаємодії з глядачами. І також, дуже важливо обирати той формат, який є близьким і цікавим, в першу чергу, для самого стримера. Оскільки аудиторія вміє відчувати щирість і зацікавленість творця контенту у тому, що він робить. І спроби транслювати той контент, який не цікавить самого стримера - не викличе інтересу у аудиторії. Тому на початку своєї кар'єри, слід транслювати те заняття чи контент, яким стример займається в повсякденному житті для розваги та відпочинку.

Також варто зазначити, що створення розкладу проведення трансляцій, і їх регулярність є вкрай важливою на початковому етапі, коли прямі етери збирають невелику кількість глядачів, і ми намагаємось залучити нових. Якщо регулярно проводити прямі трансляції ми отримуємо велику кількість контенту, що можна використовувати для створення коротких відео з

найкращими моментами трансляцій, що дуже збирають багато переглядів на платформах для відеоконтенту, і приводять нову аудиторію на прямі трансляції. Також це гарно впливає на те, як часто алгоритми платформ будуть рекомендувати наші трансляції новим глядачам. Створення розкладу трансляцій дозволить підлаштуватись творцю контенту і залучити більший трафік, оскільки зрозуміло що велика частина людей залучена до повсякденних справ у перші половині дня - навчання в школі, університеті чи робота. Тому більшість людей починають свої трансляції ввечері, приблизно о 17-18:00. Але це допомагає і глядачам, бо знаючи о котрій розпочинається прямий етер, у людини починає формуватись звичка до перегляду прямих трансляцій, тому вірогідність того, що людина буде щоразу повертатись до нових етерів є вищою.

Також не варто забувати про постійний розвиток і покращення трансляції - пошук нових можливостей як покращити свій чат - нобі боти, розіграші і так далі; кооперації з іншими людьми, що займаються стримінгом, або іншою медіа-діяльністю в Інтернеті, пошук аудиторії тощо.

Після того, як людина розпочала проводити свої трансляції і збирати перших глядачів - надзвичайно важливо постійно шукати шляхи для покращення своєї трансляції у безлічі аспектах. В першу чергу, потрібно займатись рефлексією щодо своїх проведених трансляцій. Розпочинати потрібно з власного перегляду своїх етерів, слідкувати за тим наскільки цікаво виглядає трансляція і чи не має великих пауз, коли нічого не відбувається на екрані, і так далі. Також варто залучати знайомих та друзів, щоб вони долучались до трансляцій. По-перше, вони будуть першими глядачами, що підніме статистику трансляції з нульової позначки, і збільшить шанс на інтерес від нової аудиторії. По-друге, вони будуть стороннім спостерігачем, який може побачити недоліки вашої трансляції, і що на їх думку варто змінити/додати.

Друге, що варто аналізувати і адаптувати за потреби - графік проведення трансляцій. Якщо довгий час не виходить збирати аудиторію, то однією з

причиною може бути не підходящий час проведення трансляцій. Також варто враховувати вплив сезонності і святкових вихідних, що зазвичай дуже сильно впливає на кількість людей, що переглядають прямі трансляції. В зимовий, більш холодний період кількість глядачів може зростати, тому можна пробувати збільшувати кількість годин трансляції, і експериментувати з різним часом старту початку етеру. Також варто розуміти, що в нічний період кількість трансляцій набагато менша, ніж ввечері чи вдень. Тому можна вивчати часові пояси в різних регіонах, і країнах, якщо стоїть мета залучати з них аудиторію. Оскільки можна спробувати захопити людей, що переглядають контент вночі, і відповідно запускати свої етери в зручний для них час, враховуючи часовий пояс в якому знаходиться стример.

Третій аспект, якому слід приділяти не меншу частину увагу - впровадження інновацій, що пропонують стримінгові та інші платформи, що можуть урізноманітнити перегляд трансляції для глядача. Всі великі майданчики для проведення прямих етерів постійно працюють над додаванням нового функціоналу до чату, який є основним джерелом спілкування глядачів з творцями контенту. До прикладу, Twitch запровадив можливість для глядачів накопичувати “бали каналу”, які в подальшому можна витратити на різноманітні подарунки і послуги під час прямого етеру. І в даному функціоналі цікаво те, що ті позиції, що можна придбати за бали - встановлюються стримером. Тому від того, наскільки вони є креативними і цікаві для глядачів - буде сильно залежати інтерес аудиторії до їх накопичення, що означає збільшення кількості годин перегляду прямих трансляцій. Серед популярних позицій - можливість “виділити” своє повідомлення в чаті, приклад наведено на рис. 3.3, вивести підготовлене коротке аудіо-повідомлення, що зазвичай є популярним мемом, чи звуком, що може бути вдало використаний в якійсь ситуації під час трансляції, замовити підпис від стримера, отримання подарунку від стримера та багато інших.

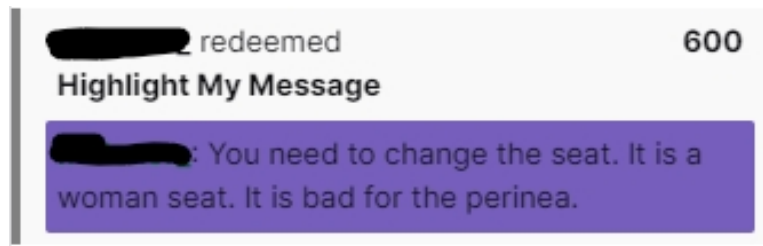


Рис. 3.3. Приклад виділення повідомлення в чаті на платформі Twitch

Ще одна порада, яка допоможе залучати нову аудиторію - колаборації з іншими творцями контенту. Для пошуку таких людей, в першу чергу, слід застосувати соціальні мережі, такі як Twitter (X), Facebook, Instagram та інші. З їх допомогою можна шукати спільноти і людей, що мають спільні з вами інтереси, і можуть бути зацікавлені у взаємній популяризації та обміну аудиторіями. Можна пропонувати проводити разом розіграші подарунків для глядачів. Наприклад, за підписку на ваші канали в соцмережах, і якусь дію для просування вашого контенту. Важливо взаємодіяти з цією аудиторією, що буде приходити під час такої взаємодії, і намагатись максимально залучити її до ваших етерів, і залишити з вами на якийсь час.

Інший варіант пошуку знайомств у цій сфері - такі події як TwitchCon, або схожі заходи більш локального масштабу. TwitchCon це щорічна конференція, що організовується стримінговою платформою Twitch, і має на меті зібрати разом творців контенту з усього світу, познайомитись вживу. Знайомство з людьми в реальному житті, може набагато ближче познайомити людей, що займаються спільним ремеслом, і дуже часто з подібних івентів народжується величезна купа колаборацій і взаємодій між різними стримерами. Тому важливо слідкувати за їх проведенням, і маючи нагоду долучитися.

Підсумовуючи, було розглянуто комплекс порад і ключових параметрів, на які слід звертати увагу до початку проведення перших прямих трансляцій, і як збільшувати свою аудиторію вже у процесі стримінгу.

Висновок до розділу

У цьому розділі обґрунтовано важливість ролі, яку відіграють стримінгові платформи, в популяризації кіберспорту та залученні нових глядачів і гравців. Стримінгові платформи, такі як Twitch, YouTube, Kick та інші, стали незамінним інструментом, де фанати кіберспорту можуть слідкувати за турнірами у режимі реального часу, спілкуватися з стримерами і обговорювати важливі події у кіберспорті з іншими вболівальниками. Окрім цього, платформи відіграють важливу роль у створенні професійного іміджу кіберспорту, розширюючи його вплив на інші медіа та бізнес-сфери, і залучаючи нові інвестиції.

Аналіз даних та статистики провідних стримінгових платформ вказує на значне зростання глядацької аудиторії, що збільшує інтерес до кіберспорту серед населення. Статистичні дані свідчать, що кількість глядачів кіберспортивних трансляцій зростає щороку, а платформи для стримінгу створюють умови для їх залучення за допомогою рекомендаційних алгоритмів, маркетингових кампаній та колаборацій зі спонсорами. Високі показники переглядів є привабливими для спонсорів, які дедалі частіше інвестують у кіберспорт, сприймаючи його як перспективний ринок, з великою кількістю молодшої аудиторії.

Загалом, стримінгові платформи продовжують приймати одну з головних ролей у формуванні екосистеми кіберспорту, виступаючи основним інструментом для просування контенту. Завдяки їм кіберспорт набуває більшої популярності, а можливості для професійного росту стримерів і кіберспортсменів постійно розширюються. Платформи забезпечують доступ до нових технологій і механізмів взаємодії з аудиторією, що робить кіберспорт важливою частиною сучасного цифрового медіа простору.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі проведено детальне дослідження і аналіз розвитку стримінгових платформ як інструменту, що сприяє популяризації та формуванню кіберспорту як сучасного культурного та економічного феномену. В ході роботи було розглянуто основні аспекти становлення кіберспорту, роль сучасних технологій, а також вплив провідних платформ на просування кіберспортивного контенту, і кіберспорту в цілому.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні основи кіберспорту та його розвиток у контексті технологічних змін. Охарактеризовано кіберспорт як нове явище у світі спорту і розваг, яке динамічно розвивається завдяки сучасним технологіям, зокрема появі доступного швидкісного Інтернету, стримінгових платформ, що дозволяють проводити прямі етери з мінімальним обладнанням. Дослідження показало, що поява платформ для стримінгу не лише сприяла зростанню популярності кіберспорту, але й зробила його доступним для значно ширшої аудиторії, відкривши нові можливості для спілкування, взаємодії та залучення фанатів.

Другий розділ описує методи дослідження, які дозволили більш глибоко проаналізувати ефективність стримінгу для просування кіберспорту. Проведений аналіз наукової літератури, а також використання методів математичної статистики стали основою для об'єктивного розуміння сучасних тенденцій у стримінговому середовищі. Ці методи дозволили визначити ключові фактори, що впливають на формування аудиторії кіберспорту, а також виявити важливі статистичні закономірності у взаємодії між стримерами, глядачами та спонсорами.

Третій розділ присвячено стримінговим платформам, і їх детальному розгляду. Продемонстровано, як такі платформи, як Twitch, YouTube, Kick, створили екосистему для кіберспорту, що сьогодні дозволяють проводити трансляції будь-кому з дому, залучати аудиторію з усього світу. Розглянуто статистичні дані та показники переглядів на провідних платформах, які

свідчать про значне зростання інтересу до кіберспорту та підвищену увагу з боку спонсорів, що важливо не лише зі сфер дотичних до кіберспорту, але і з всесвітньо відомих брендів. Важливе місце в дослідженні також зайняли практичні рекомендації для стримерів щодо підготовки до трансляцій та залучення нових глядачів.

Загалом, дослідження підтвердило важливість стримінгових платформ для розвитку кіберспорту та його популяризації серед нової аудиторії. Вплив стримінгу на кіберспорт є багатоаспектним: він охоплює маркетинг, культурне значення та економічний розвиток кіберспортивної індустрії. Стримінгові платформи продовжують формувати образ кіберспорту у суспільстві, сприяючи зростанню кількості учасників, фанатів та інвесторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Wolf, M. J. (2014). Before it became a game: A brief history of esports. In The video game explosion: A history from PONG to Playstation and beyond (pp. 331-349). ABC-CLIO.
2. Tassi, P. (2013). The Evolution of eSports and Its Growing Popularity. Forbes.
3. 16 Years Of Twitch. Twitch Blog. URL: <https://blog.twitch.tv/en/2023/03/16/16-years-of-twitch> .
4. Roland Martin (2024). Twitch. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/electronic-sports-game>
5. Savino B. The Rise of Gaming on YouTube. The Rise of Gaming on YouTube - The Emory Wheel. URL: <https://emorywheel.com/the-rise-of-gaming-on-youtube> .
6. Gaming on Youtube : How gamers dominate the platform (2024). PressFarm. URL: <https://press.farm/gaming-on-youtube-gamers-dominate-the-platform>
7. Top live stream platforms by hours watched 2023 | Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1379789/top-live-stream-platforms-by-hours-watched/> .
8. Rogers B. A. What is Kick, the streaming platform that's signed up xQc?. BBC Home - Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio. URL: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-66044165> .
9. Team K. How Kick.com Started - Origins, Founders & Streamer Success. Kick News, Events and Updates. URL: <https://kickcommunity.com/how-kick-started-origins-founders> .
10. Сторінка з інформацією про сервіс Streams Charts. URL : <https://streamscharts.com/about> .

11. Аналітичний звіт сервісу Stream Charts за 2 квартал 2024 року про глобальну ситуацію у стримінговій індустрії. URL: <https://streamscharts.com/news/q2-2024-global-live-streaming-landscape>
12. Аналітичний звіт сервісу Stream Hatchet за 2024 року про стримінг у кіберспорті та соціальні тренди. URL: <https://streamhatchet.com/blog/2024-live-streaming-esports-and-social-trends-report/>
13. How Streaming is Changing the Future of Sports | Comcast SportsTech. Comcast SportsTech. URL: <https://www.comcastsportstech.com/inside-track/how-streaming-is-changing-the-future-of-sports> .
14. The history of Sport Business (2023) | Global Esports. URL: <https://intelligence.globalsportsjobs.com/the-history-of-sport-business> .
15. Liam Killingstad (2022). Super Bowl Ad Market Examined .Front Office Sports. URL : <https://frontofficesports.com/super-bowl-ad-market-examined>.
16. Дослідження глобальної економіки кіберспорту за 2019 рік від компанії Newzoo. URL : <https://newzoo.com/resources/blog/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019> .
17. Mike Stubbs (2019). Team Liquid Partners With Marvel For Avengers Inspired Jerseys. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/mikestubbs/2019/06/27/team-liquid-partners-with-marvel-for-avengers-inspired-jerseys> .
18. Jonno Nicholson (2021). Natus Vincere unveils PUMA as latest partner. Esports Insider. URL : <https://esportsinsider.com/2021/06/natus-vincere-puma-partnership> .
19. Twitch Help Portal.
URL: <https://help.twitch.tv/s/article/recommended-software-for-broadcasting> .
20. Johnson, D., & Woodcock, J. (2020). The value of ‘doing nothing’: eSports and the concept of play. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 12(3), 213-229.

21. Nagorsky E, Wiemeyer J (2020) The structure of performance and training in esports. PLoS ONE 15(8): e0237584. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237584>
22. Güllich, A., & Emrich, E. (2012). Considering long-term sustainability in the development of world-class football players. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 15(6), 485-490.
23. Miller, M. (2017). *Understanding Esports: An Introduction to the Global Phenomenon*. Rowman & Littlefield Publishers.
24. Inoue, Y., Otaka, Y., & Masaki, H. (2018). A model for sports science support that reflects actual conditions in eSports: considering the training environment and cultural factors. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 5(1), 1-6.
25. Бріскін Ю., Онопко В., Пітин М. Періодизація розвитку кіберспорту. *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2015; 3:11-4.
26. Bányai F, Griffiths MD, Király O, Demetrovics Z. The Psychology of Esports: A Systematic Literature Review. *J Gambl Stud*. 2019 Jun;35(2):351-365. doi: 10.1007/s10899-018-9763-1. PMID: 29508260.
27. Шинкарук О. Характеристика спортивної підготовки у кіберспорті. в : *Кіберспорт: монографія* / [Андрєєва О., Анохін Е., Бекар С. та ін. / за заг. ред. Є. В. Імаса, О. В. Борисової, О. А. Шинкарук]. – К.: Олімп. л-ра, 2021; 200-255.
28. Пятисоцька С. С., Ашанін В. С., Шишкін Д. В. Психодіагностичні методи виявлення особливостей когнітивних здібностей спортсменів (на прикладі кіберспорту). *Науково-методичні основи використання інформаційних технологій в галузі фізичної культури і спорту: збірник наукових праць*. Харків : ХДАФК, 2019. Випуск 3. С. 99–103.

29. Морозова О. О. Місце кіберспорту в системі фізичної культури. Актуальні проблеми і перспективи розвитку фізичного виховання та спорту в закладах освіти: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції м. Кременчук, 25 квітня 2019 р. 2019. С. 168–172.
30. Kim, Hwi Jun et al. “The Effects of Intense Physical Activity on Stress in Adolescents: Findings from Korea Youth Risk Behavior Web-Based Survey (2015-2017).” *International journal of environmental research and public health* vol. 16,10 1870. 27 May. 2019, doi:10.3390/ijerph16101870
31. Kaiseler, M., Polman, R., & Nicholls, A. R. (2012). Gender differences in stress, appraisal, and coping during a golf-putting task. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 34(6), 856-877.
32. Hong, Sung Jun et al. “Altered Heart Rate Variability During Gameplay in Internet Gaming Disorder: The Impact of Situations During the Game.” *Frontiers in psychiatry* vol. 9 429. 11 Sep. 2018, doi:10.3389/fpsy.2018.00429
33. Денисова Л.В., Бишевец Н.Г., Шинкарук О.А. Кіберспорт: основні поняття, напрями, тенденції розвитку. В: Інноваційні та інформаційні технології у фізичній культурі, спорті, фізичній терапії та ерготерапії. Матеріали II Всеукраїнської електронної науково-практичної конференції з міжнародною участю; 2019 Квіт 18; Київ; 260-262.
34. Pedraza-Ramirez, I., Musculus, L., Raab, M., & Laborde, S. (2020). Setting the scientific stage for esports psychology: A systematic review. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 13(1), 319–352. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2020.1723122>.
35. Пономаренко А. Актуальність розвитку кіберспорту в світі та Україні. В: Мат. II Всеукраїнська електронна науково-практична конференція з міжнародною участю «Інноваційні та інформаційні технології у

- фізичній культурі, спорті, фізичній терапії та ерготерапії». Київ, 18 квітня 2019 р. / ред. О.А. Шинкарук. К.: НУФВСУ, 2019. С. 279-280.
36. Behnke, Maciej et al. “Esports Players Are Less Extroverted and Conscientious than Athletes.” *Cyberpsychology, behavior and social networking* vol. 26,1 (2023): 50-56. doi:10.1089/cyber.2022.0067
37. Pluss, M. A., Bennett, K. J. M., Novak, A. R., Panchuk, D., Coutts, A. J., & Fransen, J. (2019). Esports: the chess of the 21st century. *Frontiers In Psychology*. 10(156):1-5. Doi: 10.3389/fpsyg.2019.00156
38. Ketelhut, Sascha et al. “Physical Activity and Health Promotion in Esports and Gaming-Discussing Unique Opportunities for an Unprecedented Cultural Phenomenon.” *Frontiers in sports and active living* vol. 3 693700. 16 Sep. 2021, doi:10.3389/fspor.2021.693700
39. Shynkaruk O., Denisova L., Yukhno Yu., Imas Ye. Team games and their impact on the mental and physical development of the individual. В: *Мат. III Міжнар. наук.-практ. Конф. «Фізична активність і якість життя людини»*: зб. тез доп. / уклад.: А.В.Цьось, С.Я.Індика. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім.Лесі Українки. 2019. С.38-39.
40. Nicolas Ducheneaut and Robert J. Moore. 2004. The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game. In *Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work (CSCW '04)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 360–369. <https://doi.org/10.1145/1031607.1031667>
41. Reyes, M. S. (2021). Esports Ecosystem Report 2021: The Key Industry Companies and Trends Growing the Esports Market Which is on Track to Surpass \$1.5B by 2023. Available online at: <https://www.businessinsider.com/esports-ecosystem-market-report?r=USandIR=T> (accessed January 12, 2021).

42. Thiel A, John JM. Is eSport a ‘real’ sport? Reflections on the spread of virtual competitions. *European Journal for Sport and Society*. 2019; 15: 311–315. 10.1080/16138171.2018.1559019
43. Geysler, W. (2022). The incredible growth of eSports.
44. Carl, Katherine & Keith, Mark & Schuetzler, Ryan & Giboney, Justin. (2017). Examining the Learning Effects of Live Streaming Video Game Instruction over Twitch. *Computers in Human Behavior*. 77. 10.1016/j.chb.2017.08.029.
45. Шинкарук О, Анохін Е, Юхно Ю, Сергієнко К. Характерні ознаки змагальної діяльності в кіберспорті. В: Мат. III Всеукраїнської 61 електронної науково-практичної конференції з міжнародною участю «Інноваційні та інформаційні технології у фізичній культурі, спорті, фізичній терапії та ерготерапії». Київ, 8 квітня 2020 р. / ред. О.А. Шинкарук. К.: НУФВСУ, 2020. С. 183-184.
46. Шинкарук О, Анохін Е. Характеристики кіберспорту як сучасного виду спорту: дефініція поняття «кіберспорт». В: матеріали XIV Міжнародної конференції молодих вчених «Молодь та олімпійський рух»: зб. тез доповідей, 19 травня 2021 року. К., 2021. С. 49.
47. Шинкарук О, Юхно Ю, Сергієнко К, Яковенко О. Міжнародний досвід розвитку кіберспорту. В: матеріали II Всеукраїнської електронної конференції з міжнародною участю «Інноваційні та інформаційні технології у фізичній культурі, спорті, фізичній терапії та ерготерапії», 18 квітня 2019 року. К.: НУФВСУ, 2019. С. 282-283.
48. Шинкарук О, Ярмолюк О, Анохін Е, Юхно Ю. Розвиток кіберспорту як соціально-культурного явища в світі та Україні. В: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. «Фізична активність і якість життя людини»: зб. тез доп. (8–10 черв. 2021 р.)/уклад.: А. В. Цьось, С. Я. Індика. Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2021. С. 9-10.

- 49.Шинкарук О., Бишевець Н., Сергієнко К., Строганов С., Анохін Е.
Аналіз контингенту осіб, які займаються кіберспортом. Теорія і
методика фізичного виховання і спорту. 2022, № 1. С. 31–34 DOI:
10.32652/tmfvs.2022.1.