

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

Кафедра медіакомунікацій

До захисту допущено
кафедрою медіакомунікацій, протокол № _____ від _____

В. о. завідувача кафедри _____
(підпис)

Лілія ЗМІЙ
(ім'я, прізвище)

« _____ » _____ 2025 р.

Кваліфікаційна робота
(інноваційний магістерський проєкт)
здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти

**ГЕЙМ-ЖУРНАЛІСТИКА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ
МЕДІАКУЛЬТУРИ**

Спеціальність 061 Журналістика
(код та найменування спеціальності)

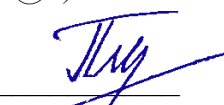
Освітня програма Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика
(назва освітньої програми)

Виконавець


(підпис)

Марія АЛЬ-СЕНАЙХ
(ім'я, прізвище)

Науковий керівник


(підпис)

Дмитрій ПЕТРЕНКО
(ім'я, прізвище)

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОГО БЛОГІНГУ	9
1.1 Поняття «ігровий блогінг» у сучасному медіапросторі	9
1.2 Еволюція ігрового блогінгу в Україні: короткий історичний огляд	12
1.3 Соціокультурна роль геймерських блогів у молодіжному середовищі	14
Висновки до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2 TWITCH ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ	18
2.1 Ігрова індустрія, кіберспорт, стримінг, Twitch: дефініції ключових понять дослідження	18
2.2 Трансляція подій на Twitch	21
2.3 Переваги та недоліки Twitch як платформи презентації подій ігрової індустрії	24
Висновки до розділу 2	26
РОЗДІЛ 3 ВПЛИВ TWITCH НА РОЗВИТОК ПОДІЙ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ	28
3.1 Роль Twitch у просуванні нових ігор	28
3.2 Успіх ігрових продуктів на Twitch: приклади та механізми популяризації	31
3.3 Twitch як платформа для кіберспортивних подій	33
3.4 Глядацька аудиторія Twitch	35
3.5 Конкуренція з іншими платформами	37
Висновки до розділу 3	40

РОЗДІЛ 4 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО БЛОГІНГУ	42
4.1 Огляд провідних українських ігрових блогерів на платформі TWITCH	42
4.2 Мова, наративні стратегії та стиль комунікації українських геймерів	46
4.3 Проблеми і виклики: цензура, хейт, інформаційна безпека	48
Висновки до розділу 4	50
РОЗДІЛ 5 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІГРОВОГО БЛОГІНГУ НА TWITCH	52
5.1. Мета, завдання та методика дослідження	52
5.2. Аналіз результатів опитування аудиторії Twitch	55
5.3 Інтерпретація результатів та узагальнення впливу Twitch на формування геймерських спільнот	64
Висновки до розділу 4	69
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що сучасний український ігровий блогінг набуває особливої ваги в контексті розвитку цифрової культури в Україні. Ігрова індустрія, яка донедавна сприймалася переважно як форма дозвілля, сьогодні є потужним культурним та економічним феноменом, що охоплює значну частину населення, особливо молодь. Зростання популярності відеоігор зумовило стрімкий розвиток суміжної сфери – ігрового блогінгу, який активно розвивається на платформах *Twitch*, *YouTube* та інших сервісах. Ці платформи щодня залучають мільйони глядачів, зацікавлених у спостереженні за ігровим процесом, отриманні експертної думки, розвагах і взаємодії з блогерами в реальному часі.

Однією з ключових платформ у цьому середовищі є *Twitch*, яка завдяки своїй інтерактивності, можливостям монетизації та широкій аудиторії, посідає важливе місце у просуванні нових ігор, проведенні кіберспортивних турнірів та формуванні геймерських спільнот. Дослідження *Twitch* як платформи для презентації ігрових подій дає змогу краще зрозуміти сучасні медіатенденції, оцінити її соціокультурний вплив та визначити її значення в еволюції ігрового блогінгу в Україні.

Ступінь вивченості теми. У контексті нашого дослідження особливу значущість мають праці, присвячені теорії онлайн-стримінгу західних дослідників Жана Бодріяра (*Jean Baudrillard*) – його ідеї про симулякри та гіперреальність були застосовані до аналізу соціального значення трансляцій – та Мануеля Кастельса (*Manuel Castells*) – автора концепції інтернет-галактики та мережевого суспільства, що пояснює, як стримінгові платформи вписуються в сучасний цифровий ландшафт. Роботи цих вчених започаткували вже сучасні наукові праці для таких дослідників як Аманда Лотц (*Amanda D. Lotz*) та Реймон Лобато (*Ramon Lobato*), праці яких присвячені економіці та культурі відеостримінгу, а також Андреас Каплан (*Andreas M. Kaplan*) та Майкл Ханлін (*Michael Haenlein*), які вивчали специфіку *Twitch* та інших стримінгових платформ.

Серед українських дослідників, які вивчали стримінгові платформи або ігрову індустрію, можна виділити кількох фахівців: Назара Бабенка – його діяльність включає створення інструментів аналізу для *Twitch*, *YouTube* та інших платформ, що сприяє глибшому розумінню ринку стримінгу та його впливу на аудиторії; Павла Вишняка, аналізує українську ігрову індустрію, зокрема її розвиток і перспективи, а також розкриває її місце на міжнародній арені. Також в основу нашої роботи покладено дослідження авторки багатьох робіт із стримінгу та кіберспорту Оксани Шинкарук.

Однак попри те цей магістерський проєкт є новаторським у тому, що детально фокусується на платформі *Twitch* як окремому феномені, який не лише представляє ігрову індустрію, але й формує нову форму комунікації між розробниками, стримерами та глядачами. Робота досліджує *Twitch* не просто як технічний інструмент, а як культурний простір, що змінює підходи до сприйняття ігор та взаємодії у цифровому середовищі.

Мета та завдання дослідження. *Мета дослідження* полягає у розкритті специфіки платформи *Twitch* як інструменту презентації, просування та медіакомунікації у сфері сучасної ігрової індустрії, з особливим акцентом на український ігровий блогінг. Дослідження має на меті виявити особливості функціонування *Twitch* у глобальному та національному контекстах, а також окреслити ключові проблеми й виклики, з якими стикаються українські гейм-блогери.

Досягнення мети проєкту вимагає визначення та розв'язання таких *завдань*:

- охарактеризувати платформу *Twitch* як інструмент для проведення ігрових подій;
- дослідити роль *Twitch* у просуванні нових ігор;
- проаналізувати глядацьку аудиторію *Twitch* та її вплив на події ігрової індустрії;
- порівняти *Twitch* з іншими платформами для трансляції ігрових подій;
- визначити сутність ігрового блогінгу та прослідкувати його розвиток в Україні;

- дослідити соціокультурну роль геймерських блогів у молодіжному середовищі;

- вивчити комунікативні особливості українських ігрових блогерів і виклики, з якими вони стикаються (цензура, хейт, безпека).

Об'єкт дослідження – український ігровий стримінг як формат презентації подій сучасної ігрової індустрії.

Предмет дослідження – платформа *Twitch* у контексті діяльності українських гейм-блогерів – її функціонування як засобу проведення, демонстрації та просування ігрових подій, а також мовні особливості, наративні стратегії, стиль комунікації, проблеми та соціокультурна роль гейм-контенту.

Методи дослідження. З огляду на те, що феномен стримінгу аналізується в різних сферах сучасної гуманітаристики, таких як теорія медіа та комунікації, соціологія, психологія, економічні науки, дослідження ігрової індустрії тощо, у нашому проєкті використано інтегральну міждисциплінарну методологічну стратегію і застосовано такі загальнонаукові методи дослідження як аналіз, синтез, узагальнення та компаративістський аналіз (для порівняння *Twitch* з іншими платформами для трансляції ігрових подій).

Для вирішення завдань дослідження використовувалися такі спеціально-наукові методи:

- типологічний (для визначення основних типів ігрових подій);
- статистичний (для аналізу даних щодо популярності подій, переглядів та аудиторії *Twitch*);
- кейс-стаді (для аналізу стримінгових платформ на конкретних прикладах).

Теоретичною основою проєкту стали праці таких вітчизняних дослідників як Шинкарук О., Ярмоленко М., та британських Денг Д. (*Deng J.*), Квадрадо Ф. (*Cuadrado F.*), які досліджують багатогранну роль стримінгових платформ, зокрема *Twitch*, у сучасній ігровій індустрії. Ці роботи розкривають не лише їхнє значення як майданчиків для трансляції ігрового процесу, але й як ключових факторів розвитку кіберспорту та формування нових форм соціальної взаємодії. Фундаментальним для дослідження є розуміння платформи *Twitch* як важливого

інструменту комунікації в ігровій індустрії [38], що виходить за межі простого обміну інформацією та стає середовищем для формування спільнот, обміну культурними кодами та вираження ідентичності.

Особливу увагу приділено дослідженням, які розглядають специфіку комунікації та соціальних взаємодій в онлайн-ігрових середовищах. Зокрема, у працях Кол Г. (*Cole H.*), Майковський Я. (*Majkowski J.*), Стейнкюлер К. (*Steinkuehler C.A.*) та Вільямс Д. (*Williams D.*) аналізуються особливості мови, невербальної комунікації, формування соціальних зв'язків та групової динаміки у віртуальних ігрових просторах. Їхні дослідження є релевантними для розуміння механізмів спілкування на ігрових стрімах, а також функціонування спільнот, що формуються навколо платформ на кшталт *Twitch*. Також важливим є вивчення субкультури геймерських онлайн-спільнот, зокрема у працях дослідника Щербини В., що дозволяє зрозуміти ціннісні орієнтації, норми поведінки та особливості ідентичності учасників цих спільнот, які проявляються і в контексті ігрового блогінгу.

Для ширшого розуміння контексту функціонування ігрового блогінгу враховано роботи, що аналізують сучасний блогерський медіапростір, зокрема дослідження Гуменюк Т., яка розглядає його структуру, особливості та вплив на аудиторію. Дослідження розвитку блогінгу в Україні, проведені Тушевською Т.В. та Мартинюком В.М., дозволяють простежити еволюцію цього явища в національному контексті та виявити специфічні риси його становлення.

Емпіричну основу проекту складають дані, зібрані через аналіз популярних стрімів на *Twitch*, статистичні звіти платформи щодо переглядів і демографії аудиторії (*Enterprise Apps Today, blog.twitch.tv, Twitch Tracker та ін.*).

Наукова новизна дослідження полягає у всебічному аналізі українського ігрового блогінгу як складного медійного явища, що охоплює різні платформи (*Twitch, YouTube, TikTok, Telegram* тощо) та формати комунікації (стріми, відео, текстові блоги, чати). Уперше систематизовано типові стратегії взаємодії українських ігрових блогерів з аудиторією, проаналізовано їхні мовні особливості, стиль комунікації та наративні прийоми в умовах гібридного медіасередовища.

Окрема увага приділена платформі *Twitch* як ключовому інструменту трансляції ігрових подій, популяризації ігор та формування геймерських спільнот. Проведено порівняльний аналіз *Twitch* з іншими платформами (YouTube, Facebook Gaming, TikTok) з метою визначення його унікальних функціональних і комунікативних переваг. Таким чином, дослідження створює цілісну картину сучасного українського ігрового блогінгу та його взаємодії з глобальними трендами.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані як маркетологами, так і розробниками відеоігор для розуміння ефективності *Twitch* як каналу для презентації ігор та проведення кіберспортивних подій. Також висновки можуть бути корисними для гравців і стримерів, які планують використовувати платформу для просування власного контенту. Головні ідеї та положення роботи можуть бути в пригоді у навчальному процесі вищої школи при викладанні дисциплін із комунікативістики, медіадослідження та теорія ігор.

Структура та обсяг дослідження. Магістерський дипломний проєкт складається зі вступу, чотирьох розділів (у тому числі 12 підрозділів), висновків, списку використаних джерел (60 найменувань, з них 39 – іноземними мовами, 40 – досліджувані джерела). Загальний обсяг проєкту – 60 сторінок (з них основна частина 45 сторінки). Проєкт має у собі два додатки. Перший розділ присвячений аналізу платформи *Twitch* та її ролі в проведенні ігрових подій, другий розділ – впливу *Twitch* на розвиток ігрової індустрії, третій розділ присвячений теоретико-методологічним основам дослідження ігрового блогінгу, а четвертий розділ – аналізу сучасного українського блогінгу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОГО БЛОГІНГУ

1.1 Поняття «ігровий блогінг» у сучасному медіапросторі

Відеоігри створюють цілісні, інтерактивні всесвіти, у яких користувачі не просто спостерігають, а стають активними учасниками подій, беручи на себе ролі вигаданих персонажів. Через ці ролі гравці взаємодіють з елементами віртуального середовища — предметами, іншими персонажами, сценаріями та просторами, який дозволяє гравцям повністю зануритися у вигаданий світ [5]. Основною метою ігор є не лише забезпечення розваги, але й створення глибокого, індивідуального досвіду, який дозволяє гравцям повністю зануритися у вигаданий світ.

Ігровий блогінг — це форма медіакомунікації, що фокусується на створенні, публікації й поширенні контенту, безпосередньо пов'язаного з відеоіграми та супутніми цифровими практиками. Контент такого типу охоплює огляди ігор, летсплеї (*let's play*), аналітику ігрових механік, стримінг проходження, тематичні добірки, порівняння платформ, а також елементи взаємодії (коментарі, чат, живі трансляції) [36]. Ключове значення відеоігор як медіа простежується в тому, що вони створюють інтерактивні всесвіти, в яких користувач не лише спостерігає, а виступає активним учасником: «гравець взаємодіє з елементами віртуального середовища — предметами, іншими персонажами, сценаріями та просторами». Така інтерактивність дозволяє зануритися в вигаданий світ і формує глибший індивідуальний досвід.

У статті «Інтернет-журналістика: науковий дискурс-аналіз щодо основних підходів до визначення» йдеться про те, що з появою інтернет-ЗМІ сформувався окремий напрям журналістики — інтернет-журналістика, який суттєво відрізняється від традиційних медіа через цифровізацію, нові форми подачі

інформації й інтерактивність [14]. Автори підкреслюють, що ці зміни трансформували роль журналіста і тепер він може працювати з мережевими платформами, швидко реагувати, створювати контент у різних жанрах, і в цьому контексті блоги стають не просто особистими щоденниками, а професійними майданчиками для журналістської діяльності.

Таким чином, ігровий блогінг цілком може розглядатися як форма інтернет-журналістики, оскільки автори гейм-блогів виконують журналістські функції: вони висвітлюють теми, аналізують ігри, повідомляють новини, інтерв'юють розробників або інших гравців, і роблять це на онлайн-платформах, що відповідає визначенню інтернет-журналістики як окремого напрямку професії, що виник саме з цифровізацією й розвитком мережових ЗМІ.

З погляду типології блогінгу, ігровий блогінг належить до категорії нішевого мультимедійного блогінгу. Він є нішевим, оскільки зосереджується на чітко визначеній темі — ігровій культурі. Основні характеристики ігрового блогінгу такі:

- Тематична спеціалізація: ігрові блоги орієнтовані на геймерську аудиторію, яка має інтерес до ігор як форми дозвілля, культури чи індустрії.

- Форматна і медійна гнучкість: летсплеї, відеоогляди, стрімінги, тематичні підбірки, аналітичні ролики, а також коментарі й живе спілкування з аудиторією в чатах чи коментарях.

- Висока інтерактивність і зворотний зв'язок: автори ігрового контенту часто взаємодіють з глядачами, враховують їхню реакцію, відповідають на питання, змінюють формат під глядацькі запити. Це створює ефект присутності і спільності.

- Автор-орієнтованість та вплив: особистість блогера, його стиль, харизма та експертність відіграють вирішальну роль у залученні й утриманні аудиторії. Глядачі слідкують не тільки за темою (ігри), але й за автором як медіа персонажем.

– Розважальна та інформаційна функції: контент поєднує розвагу з інформуванням, від демонстрації гри та реакцій автора до аналітики ігрових механік, тенденцій індустрії, платформ, жанрів, культури геймерів [5].

Таким чином, від традиційних форм медіа, таких як ігрові журнали чи телевізійні передачі про ігри, ігровий блогінг відрізняється кількома важливими характеристиками. По-перше, це високий рівень інтерактивності. Блогери часто спілкуються зі своєю аудиторією в режимі реального часу, відповідають на запитання, реагують на коментарі та враховують побажання глядачів при виборі контенту [20]. По-друге, ігровий блогінг характеризується різноманітністю форматів та стилів. Кожен блогер формує свій унікальний підхід до подачі матеріалу, що дозволяє залучати різні сегменти аудиторії. По-третє, важливу роль відіграє особистість блогера. Глядачі часто слідкують за конкретними блогерами не лише через їхній ігровий контент, але й через їхню харизму, експертність, почуття гумору, та особисту думку.

Ключовою платформою для розвитку сучасного ігрового блогінгу є інтернет, зокрема такі відеохостинги та стрімінгові сервіси, як *YouTube*, *Twitch* та інші. Ці платформи надають блогерам можливості для трансляції своїх дій в реальному часі або у записі, взаємодії з аудиторією (чати та коментарі), а також для монетизації контенту. Різні жанри відеоігор зумовлюють розмаїття підходів в ігровому блогінгу. Наприклад, летсплеї, що передбачають проходження гри з коментарями, особливо добре підходять для сюжетно-орієнтованих ігор, таких як пригодницькі екшени, RPG та інтерактивні драми, де глядачів цікавлять рішення гравця та його реакції на сюжетні повороти. Інший поширений формат – гумористичні або аналітичні огляди – часто пов'язаний з симуляторами, інді-іграми чи аркадами. Блогер може висвітлювати унікальні механіки, помилки в грі або нестандартні рішення, при цьому важливу роль відіграє особистість автора, його іронія та стиль подачі. Кіберспортивний відеоблогінг переважно охоплює шутери та стратегії в реальному часі. У цьому випадку на перший план виходить експертиза блогера, знання ігрової стратегії, вміння аналізувати ігрові моменти та коментувати змагання або навчати ефективній грі. Також, є сенс

визначити різницю між поняттями «геймер» та «гейм-блогери». Геймери – це переважно саме споживачі ігрового контенту, які грають для розваги [22, С. 3]. Натомість, гейм-блогери є творцями контенту. Вони діляться ігровим досвідом, розважають аудиторію, формують спільноти та часто отримують дохід [37]. Гейм-блогери взаємодіють зі своїми глядачами, на відміну від звичайних геймерів. Тому вони відіграють активнішу та впливовішу роль у геймерському середовищі, виступаючи як інформатори та лідери думок. Таким чином, ігровий блогінг у сучасному медіапросторі є багатогранним явищем, що поєднує елементи розваги, інформації, комунікації та впливу. Його динамічний розвиток та зростаюча популярність серед різних вікових груп роблять його важливим об'єктом для наукового дослідження.

1.2 Еволюція ігрового блогінгу в Україні: короткий історичний огляд

Історія розвитку комп'ютерних ігор має глибоке коріння, однак справжнього поштовху як окрема індустрія вона набула лише з другої половини XX століття. Як зазначають А. Дяченко та О. Зозульов, трансформація ігрових практик відбулася на тлі глобальних технологічних змін і поширення нових форматів дозвілля. «Незважаючи на те, що історія комп'ютерних ігор налічує понад 60 років, відповідна індустрія прийняла близький до сучасного вигляду тільки в 1980-і роки. Дійсно, в 1983 р вперше побачили світ ігрові приставки *Nintendo Entertainment System*, а чотири роки потому – ігри для *IBM PC*. У 1990-ті роки завдяки виникненню онлайн-технологій ігрові практики вийшли на новий рівень розвитку. В Україні комп'ютерні ігри поширювалися трохи уповільненими темпами через об'єктивні причини соціального і економічного характеру, проте в 1980-і роки такі ігри вже можна розглядати в якості помітного елемента радянської масової культури [7]. Як стверджують дослідники, вже в той період комп'ютерні ігри почали формувати новий культурний досвід, навіть попри нерівномірність технологічного розвитку в різних країнах.

Ігровий блогінг в Україні – це відносно нове явище, яке виникло на фоні зростання якості та популярності відеоігор та культури самовираження через відео- та стрім-контент. З моменту своєї появи в середині 2000-х років, український ігровий блогінг пройшов кілька етапів становлення, кожен з яких мав власні особливості. Маючи опір на декілька наукових робіт таких українських університетів як: НУ “Одеська Політехніка”, ЗВО «Український Католицький Університет» та ЗНУ, можна виокремити декілька етапів розвитку ігрового блогінгу в Україні. [1], [18], [19].

Початковий етап (2005–2010 рр.) характеризувався переважно аматорським підходом. В умовах слабкого розвитку українського *YouTube*-сегменту та відсутності усталених традицій відеоконтенту, перші українські ігрові блогери користувалися іноземними платформами, такими як *YouTube* та *Dailymotion*. Переважно контент створювався російською мовою, що обумовлювалося жорстким впливом пострадянського простору та відсутністю належної підтримки україномовного сегменту.

З початком 2010-х років відбулося становлення першої хвилі українських ігрових *YouTube*-каналів. У цей період почали з’являтися блогери, які створювали відеоогляди, летсплеї та тематичні гумористичні добірки. Важливу роль відіграла поява більш стабільного інтернет-з’єднання, доступніших програм для монтажу та загальне зростання популярності відеоконтенту серед молоді.

Нова ера почалася після 2014 року, коли український цифровий простір почав цілеспрямовано дистанціюватися від російськомовного контенту. Це стало поштовхом до розвитку україномовного ігрового блогінгу. Зростає кількість *YouTube*-каналів, що ведуть відеоогляди, проходження ігор, ретроспективи та аналітику винятково українською мовою.

Останні роки (з 2020 р.) відзначаються піднесенням професійного рівня контенту та широким переходом ігрових блогерів на платформи *TikTok*, *Twitch*, тощо. Відбувається збільшення аудиторії, яка надає перевагу україномовному контенту, що підтверджується зростанням переглядів, кількості підписників та появою брендових колаборацій.

Таким чином, еволюція ігрового блогінгу в Україні є прикладом поступового переходу від хобі до важливої складової цифрової культури, що сприяє утвердженню української мови в цифровому просторі, а також формуванню нових ідентичностей у молодіжному середовищі.

1.3 Соціокультурна роль геймерських блогів у молодіжному середовищі

Ігрові блоги, особливо на платформах типу *Twitch* та *YouTube*, відіграють значущу соціокультурну роль у сучасному молодіжному середовищі. Вони перестали бути виключно джерелом розваг, перетворившись на платформи для соціалізації, формування ідентичності та обміну культурними цінностями серед молодого покоління.

Ігровий блогінг відіграє важливу роль у процесі осмислення відеоігор. Він надає гравцям можливість для рефлексії та самоаналізу, спонукаючи їх обдумувати свій ігровий досвід, аналізувати ігрові механіки та формулювати власні думки щодо ігор. Крім того, блоги створюють цінний простір для спілкування та обміну знаннями між гравцями, дозволяючи обговорювати ігри, ділитися ідеями та отримувати зворотний зв'язок від однодумців. Нарешті, ведення блогу про ігри сприяє навчанню та розвитку критичного мислення, допомагаючи глибше зрозуміти ігрові механізми, особливості наративу, принципи дизайну та ширший культурний контекст відеоігор [23]. Отже, ігровий блогінг не лише збагачує індивідуальний досвід гравця, а й сприяє формуванню спільноти, розвитку аналітичних навичок та глибшому розумінню відеоігор як культурного явища.

Однією з ключових функцій геймерських блогів є створення та підтримка онлайн-спільнот. Молоді люди зі схожими інтересами знаходять один одного через трансляції та відео, активно спілкуються в чатах, коментарях та на суміжних платформах, таких як *Discord*. Ці віртуальні спільноти стають місцем для обміну досвідом, обговорення ігор, пошуку порад та підтримки, що сприяє формуванню почуття приналежності та зменшує відчуття самотності [24]. Дослідження

показують, що онлайн-спільноти, сформовані навколо ігрового контенту, можуть мати позитивний вплив на соціальну адаптацію та емоційний добробут молоді.

Крім того, геймерські блоги є важливим інструментом у формуванні ідентичності молодих людей. Спостерігаючи за улюбленими блогерами, молодь переймає певні моделі поведінки, мовні особливості та культурні коди, що стають частиною їхньої власної ідентичності. Блогери виступають як лідери думок та приклади для наслідування, впливаючи на цінності та уподобання своєї аудиторії. Дослідження «*Where everybody knows your (screen) name: Online games as 'third places'*» [39] підкреслює важливість онлайн-ігрових середовищ, включаючи пов'язаний з ними блогінг, як «третіх місць» для соціальної взаємодії та самовираження поза домом та школою.

Геймерські блоги також сприяють розвитку специфічної молодіжної культури. Вони є джерелом нових мемів, жартів, сленгу та культурних референсів, які швидко поширюються серед молоді. Блогери часто стають популяризаторами нових ігор та ігрових трендів, формуючи таким чином культурний ландшафт молодіжного дозвілля.

Важливо відзначити й освітній потенціал геймерських блогів. Багато блогерів створюють навчальний контент, гайди, огляди стратегій та механік різних ігор, що допомагає гравцям-початківцям покращувати свої навички та розуміти складні ігрові системи. Таким чином, геймерські блоги можуть виступати як неформальні освітні ресурси.

Однак, слід також враховувати потенційні негативні аспекти, такі як вплив нездорової конкуренції, кібербулінг у коментарях та чатах, а також ризики надмірної залежності від віртуального спілкування.

Підсумовуючи, геймерські блоги відіграють важливу соціокультурну роль у молодіжному середовищі, виступаючи платформами для соціалізації, формування власної думки та обміну культурними цінностями.

Висновки до розділу 1

Ігровий блогінг є важливим і багатогранним явищем сучасного медіапростору, що поєднує елементи розваги, інформації, комунікації та впливу. Його розвиток зумовлений трансформацією відеоігор у цілісні інтерактивні середовища, де гравці стають активними учасниками віртуального світу. Ігровий блогінг суттєво відрізняється від громадянського як за змістом, так і за функціями: він орієнтований на геймерську аудиторію, розважальний і аналітичний контент, тоді як громадянський – на суспільні проблеми та активізм. Проте обидва використовують подібні інструменти – відео, тексти та соціальні мережі.

Ігровий блогінг виконує низку значущих функцій: сприяє рефлексії над ігровим досвідом, розвитку критичного мислення, поширенню знань про ігрову індустрію та формуванню геймерських спільнот. Важливу роль відіграють індивідуальність блогера, інтерактивність контенту, різноманіття форматів і жанрова специфіка відеоігор. Сучасні платформи на кшталт *YouTube* і *Twitch* надали нові можливості для розповсюдження такого контенту, монетизації та побудови взаємодії з аудиторією.

Історія ігрового блогінгу в Україні пройшла шлях від аматорських спроб у 2000-х до потужного руху, що активно підтримує україномовний контент і сприяє цифровій культурній трансформації. Із середини 2010-х років, особливо після 2014 року, українські блогери дедалі активніше переходять на українську мову, розвивають якісний контент і розширюють свою присутність на різних платформах. З 2020-х років ігровий блогінг набуває професійного вигляду, зростає кількість глядачів, підписників і партнерств.

Соціокультурна роль геймерських блогів у молодіжному середовищі також є надзвичайно важливою. Вони стали платформами для соціалізації, самовираження, формування ідентичності та створення онлайн-спільнот. Завдяки цим спільнотам молодь отримує підтримку, можливість ділитися досвідом та почуття приналежності. Блогери стають лідерами думок, їхній вплив виходить за межі ігрової тематики й охоплює мовні, культурні та поведінкові моделі. Таким

чином, ігровий блогінг не лише відображає трансформації у сфері цифрових медіа, а й активно формує нові соціальні та культурні реальності, зокрема серед молодого покоління.

РОЗДІЛ 2

TWITCH ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ

2.1 Ігрова індустрія, кіберспорт, стримінг, *Twitch*: дефініції ключових понять дослідження

Ігрова індустрія має значний вплив на сучасну культуру, оскільки процеси комп'ютеризації, віртуалізації та оцифрування інформації відіграють провідну роль. Ігрова індустрія виводить інформаційні та комунікаційні процеси на новий технологічний рівень. Розвиток відеоігор сприяв модернізації комп'ютерних технологій, і з тих пір вони використовуються і в інших сферах людського життя. Те ж саме відбувається і з технологіями віртуалізації реального світу. Спочатку це використовувалося виключно в ігровій індустрії, а потім знайшло своє втілення в інших спеціалізованих галузях.

Сучасні дослідники не надають однозначного визначення терміну «ігрова індустрія», використовуючи його задля характеристики процесів розробки, маркетингу та розповсюдження відеоігор. Термін «індустрія» у перекладі з латини означає «діяльність», а онлайн-словник *Lexio* Оксфордського університету визначає його як «фабрично-промислову діяльність з використанням машинної техніки» [58]. Відеоігри створюються з використанням промислового технічного обладнання (від персональних комп'ютерів до друкарських верстатів). Виробничий процес відеоігри включає в себе її створення (від розробки концепції до втілення в конкретній формі на компакт-диску або іншому запам'ятовуючому пристрої), рекламу (презентація ігор, створення тематичних товарів, варіанти підписки, залучення до співпраці відомих акторів і т. д.) і поширення (продажу, копіювання, залучення медіаресурсів і т. д.). Кошти, отримані від продажу відеоігор, приносять значну частину прибутку в економіку країни, що робить істотний вплив на економічну сферу, і тому ігрову індустрію можна вважати частиною сучасної економіки. Таким чином, ігрову індустрію можна розглядати

як ще один сектор економіки, що займається розробкою, рекламою та розповсюдженням відеоігор.

У сучасному світі також стрімко набирає популярності кіберспорт, перетворюючись із розважального заняття на повноцінний вид спорту, який привертає мільйони глядачів і залучає до участі гравців з усього світу. Цей феноменальний розвиток став можливим завдяки інтеграції інноваційних технологій і цифрових платформ, що відкрили нові горизонти для спортивних змагань у віртуальному просторі. Спираючись на визначення, що дано Міністерством молоді та спорту України, кіберспорт (електронний спорт) – це індивідуальний та/або командний вид спорту з регламентованими правилами, заснований на взаємодії спортсмена з повністю або частково штучним простором (відеогра, мобільна гра, віртуальна та/або доповнена реальність тощо), його об'єктами та елементами через використання інноваційних та/або цифрових технологій і технічних засобів, у якому досягнення, майстерність, підготовленість спортсменів виявляються та уніфіковано порівнюються шляхом проведення навчально-тренувального процесу та змагань з різних дисциплін [16]. Кіберспорт є не лише яскравим відображенням прогресу цифрових технологій, а й інноваційним видом спорту, який формує новий рівень комунікації та змагальності у глобальній спільноті. Його унікальність полягає в здатності об'єднувати людей, стирати межі між реальним і віртуальним просторами та відкривати перспективи для розвитку нових спортивних дисциплін.

Наступним терміном цієї роботи є стримінг. На сьогодні терміни «стримінг», «онлайн-стримінг» є поняттями, що застосовуються переважно в комп'ютерних технологіях. Термін «стримінг» походить від англійського слова «streaming» – «потоківий» та визначається як «прослуховування музики або перегляд відео в режимі реального часу замість завантаження файлу на комп'ютер з метою його подальшого перегляду» [64], чи як «спосіб передачі даних від провайдера до кінцевого користувача, при якому контент знаходиться на віддаленому сервері, та для його відтворення на пристрої ні завантаження, ні установка не потрібні». Виходячи з вищевикладеного, стримінг – це процес,

технологія передачі інформації через Інтернет, яка дозволяє отримати доступ до цієї інформації без відтворення (скачування) користувачем.

Однією із найпопулярніших стримінгових платформ є *Twitch*, про яку і піде мова у даній роботі. Як відомо, *Twitch* – це потокова платформа, яка дозволяє користувачам транслювати свій екран під час гри [27]. Люди можуть ділитися своїм досвідом гри та взаємодіяти з іншими в режимі реального часу. *Twitch* дуже відрізняється від існуючих відеоплатформ, оскільки невелика кількість ігор постійно досягає феноменального домінування. На нашу думку, *Twitch* – це, по суті, складна ігрова екосистема, яка поєднує незмінно популярні ігри протягом багатьох років, нещодавно випущені ігри, які користуються сплеском популярності, і навіть старі ігри, які з'являються на платформі. Незважаючи на значну різницю в переглядах каналів, канали з найвищим рейтингом, хоча й займають значну частку глядачів, демонструють несподівано високий відтік. Причина такого відтоку криється в іншій унікальній особливості цієї екосистеми, а саме в турнірах, живих подіях, які тривають обмежений проміжок часу, але здатні привернути величезну частку переглядів, коли вони відбуваються, а також домінувати в переглядах пов'язані ігри.

У нашій роботі фігурують також такі основні поняття як *інтерактивний контент*, що є формою контенту, що дозволяє глядачам взаємодіяти з трансляцією в реальному часі, тим самим бути також залученими до створення цього контенту [41]; *монетизація контенту* – процес отримання прибутку стримерами через донати, підписки, рекламу та партнерські програми [8] *партнерські програми* – угоди між платформами та контент-мейкерами, які дозволяють монетизувати творчість [46]. Перелічені поняття відображають ключові аспекти функціонування *Twitch* як платформи, що об'єднує інноваційні технології, інтерактивність та економічні інструменти. Їхній синтез забезпечує унікальний досвід як для стрімерів, так і для глядачів, сприяючи подальшому розвитку ігрової індустрії та цифрової культури в цілому.

Отже, ігрова індустрія є значущим елементом сучасної економіки та культури, активно сприяючи розвитку інформаційних і комунікаційних

технологій. Вона не лише формує нові технологічні рішення, але й визначає їх подальше використання в інших галузях. Розширення кіберспорту та популяризація стримінгу через платформи, такі як *Twitch*, створюють нові можливості для взаємодії, глобальної комунікації та економічного зростання. Кіберспорт, як яскравий приклад цифрових інновацій, змінює уявлення про спорт і відкриває нові перспективи для гравців, організаторів і глядачів, об'єднуючи людей через віртуальний простір. Стримінг, зі свого боку, став ключовим інструментом у популяризації відеоігор і розвитку інтерактивного контенту. Платформа *Twitch*, зі своєю унікальною екосистемою, виступає потужним механізмом просування як ігор, так і пов'язаних із ними подій, забезпечуючи унікальну інтеграцію турнірів, живих трансляцій та глядацької взаємодії. Таким чином, поєднання технологій, інтерактивності та економічних інструментів робить ігрову індустрію важливим чинником сучасного світу, який не лише розважає, а й створює нові можливості для культурного й економічного зростання.

2.2 Трансляція подій на *Twitch*

Twitch грає ключову роль трансляції подій з ігрової індустрії. Платформа стала головним місцем для проведення прямих ефірів, що охоплюють такі заходи як кіберспортивні турніри, анонси нових ігор, конференції розробників та тематичні виставки.

За останнє десятиліття *Twitch* зарекомендував себе як провідна платформа для прямих трансляцій, значно розширивши свою аудиторію. Щомісяця активні стримери *Twitch* у 2020 році за *Enterprise Apps Today* [52] (рис. 1.1).

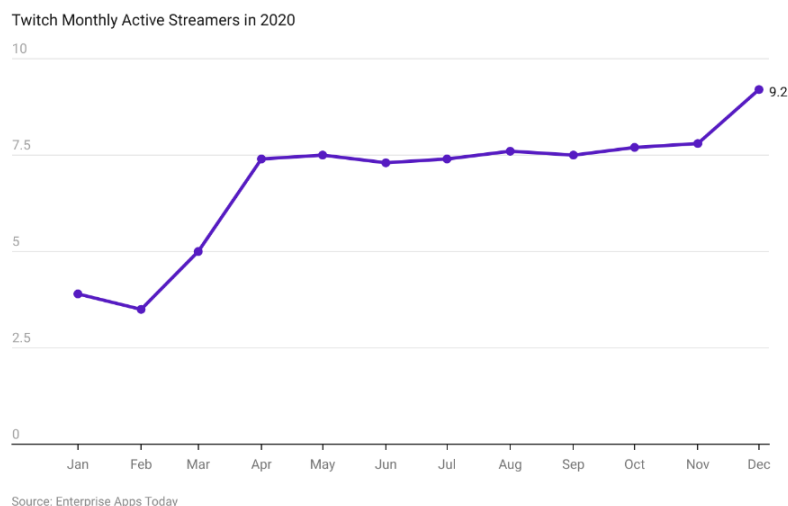


Рис. 2.1 Щомісяця активні стримери *Twitch* у 2020 році
за *Enterprise Apps Today* [52]

У 2020 році *Twitch* демонстрував значне зростання кількості активних стрімерів, що відображено на графіку. На початку року, у січні-лютому, кількість активних стрімерів становила близько 3 мільйонів. Проте вже з березня спостерігається різкий стрибок, який досяг понад 7 мільйонів у квітні. Така динаміка, ймовірно, пояснюється впливом пандемії COVID-19, коли більше людей звернулися до онлайн-розваг і трансляцій через обмеження фізичної соціальної активності. Починаючи з травня і до жовтня, кількість активних стрімерів залишалася стабільною, з невеликими коливаннями на рівні 7,5 мільйонів. Це свідчить про те, що аудиторія *Twitch* досягла певного рівня насичення в середині року. Однак у листопаді-грудні відбувся новий стрибок, коли кількість активних стрімерів зросла до 9,2 мільйона. Це може бути пов'язано із святковим сезоном та запуском нових популярних ігор, які привернули увагу як стрімерів, так і глядачів.

Таким чином, 2020 рік став рекордним для *Twitch* за кількістю активних стрімерів. Платформа отримала значний поштовх у розвитку завдяки пандемії, стрімкому зростанню популярності онлайн-стримінгу та активному розширенню ігрової індустрії. Зростання наприкінці року підтверджує перспективність платформи та її ключову роль у світі цифрових розваг.

На момент 2023 року на *Twitch* налічується близько 9,2 млн. активних користувачів на місяць. Це зростання помітно прискорилося за останні кілька років: з 3,9 млн. активних користувачів у 2020 році до 9,2 млн. в даний час [там само]. Зростання кількості користувачів підкреслює зростаючий інтерес до платформи як джерела розваг, живого спілкування та унікального контенту. Постійне зростання аудиторії *Twitch* демонструє стійкий інтерес до платформ для трансляцій, відкриваючи нові можливості для подальшого розвитку та взаємодії з користувачами.

Одним із головних напрямків *Twitch* є кіберспорт. Турніри з ігор, таких як *Dota 2*, *League of Legends*, *CS: GO* і *Valorant*, збирають на платформі мільйони глядачів з усього світу. Найбільш значущі події, такі як *The International* або *World Championship*, супроводжуються високоякісною трансляцією з професійними коментарями, аналітикою та інтерактивними елементами [46]. Це дозволяє глядачам не лише спостерігати за тим, що відбувається, а й почуватися частиною глобальної ігрової спільноти.

Презентації нових ігор стали невід'ємною частиною *Twitch*. Видавці та розробники використовують платформу для трансляції прем'єр, демонстрації ігрового процесу та спілкування з аудиторією. Наприклад, ігри, такі як *Cyberpunk 2077* і *Starfield*, супроводжувалися ексклюзивними трансляціями, де глядачі могли поставити питання розробникам і побачити подробиці ігрового процесу. Як зазначають американські дослідники відеострімінгу *Twitch* Вільям Гамільтон (William A. Hamilton), Олівер Гарретсон (Oliver Garretson) Ендрю Керн (Andruid Kerne) у своїй фундаментальній праці “Стримінг на *Twitch*: сприяння участі спільноті геймерів в сучасних мультимедіа” (*Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media*), великі виставки, такі як *E3*, *Gamescom* та *The Game Awards*, активно використовують *Twitch* для трансляції своїх заходів [31]. Це дозволяє залучити не лише присутніх на місці глядачів, а й глобальну аудиторію, яка може стежити за подіями в реальному часі. Платформа також підтримує багатоканальний стримінг, що дозволяє транслювати один захід з різних ракурсів або різними мовами.

У статті Юліани Севч під назвою “Чому *Twitch* стає популярним серед українців: приклади відомих стрімерів” розповідається про популярних україномовних стрімерів на платформі *Twitch* [45]. Зокрема, виділено таких творців: Михайло Лебіга (Leblga) — лідер за переглядами та зібраними коштами для ЗСУ; *MrLABR* — стрімер *World of Tanks*; Андрій *Ghostik* Кадик — кіберспортсмен, відомий за грою в Dota 2, який також активно допомагає армії; Богдан (*Did_Shinobi*) — ветеран АЗОВу, який стрімить та продає одяг на підтримку ЗСУ. Наголошено на важливості популяризації українського контенту й відмови від російських стрімерів.

Таким чином, *Twitch* надає зручні інструменти для інтеграції реклами та спонсорських проєктів у трансляції. Наприклад, компанії можуть розміщувати банери, запускати трейлери або пропонувати ексклюзивний контент для глядачів. Це робить *Twitch* важливою частиною маркетингової стратегії для ігрових брендів. Проте організація великих подій на *Twitch* потребує ретельної підготовки. Необхідно забезпечити стабільну якість трансляції, роботу чату та модерацію коментарів. Особливо це актуально для заходів із високою відвідуваністю, де кількість глядачів може обчислюватись мільйонами.

2.3 Переваги та недоліки *Twitch* як платформи презентації подій ігрової індустрії

Twitch має низку переваг, що роблять її ідеальною платформою для презентації ігрової індустрії, головною із них є широка аудиторія. Сотні мільйонів користувачів з усього світу роблять *Twitch* ефективним інструментом для донесення інформації про нові ігри, заходи та послуги.

Інтерактивність є основною особливістю платформи. Користувачі можуть взаємодіяти зі стрімерами в чаті, брати участь у голосуваннях, ставити запитання та отримувати відповіді у реальному часі. Дослідники в спільноті HSI експериментували з різними інструментами для забезпечення участі аудиторії, включаючи інструменти, які розкривають глядачам біометричні дані стрімерів

[38], елементи відображення хедз-ап (наприклад, для глядачів, щоб голосувати або давати підказки) [35], виразні візуальні елементи глядача та ігри, де аудиторія відіграє певну роль у самій грі [30] створили доповнювач до відеогри *Hearthstone*, який уможлиблює новий канал зв'язку між стримерами та їхніми глядачами, надаючи глядачам практичний спосіб залучитися до ігрового процесу, а *Fanzo* [там само] створили орієнтовану на аудиторію гру жахів, яка вимагає від аудиторії використання живого чату, щоб допомогти стримеру проходити гру. Подібним чином комерційні назви ігор намагалися включити участь аудиторії, наприклад, *Choice Chamber* дозволяє глядачам голосувати за ігрові події. Це створює унікальний рівень залучення, недоступний для інших форматів трансляцій.

Висока якість трансляцій дозволяє розробникам демонструвати ігри з максимальною графічною деталізацією. Сучасні технології *Twitch* підтримують трансляції у *Full HD* та 4K, що особливо важливо для AAA-проектів з упором на візуальні ефекти.

За даними офіційного сайту *Twitch.tv* монетизація на *Twitch* надає стримерам та компаніям можливість заробляти на підписках, рекламі та донатах [59]. Для глядачів часто пропонуються ексклюзивні пропозиції, такі як внутрішньоігрові бонуси або унікальні смайли, що стимулює їх до фінансової підтримки стримерів.

Незважаючи на безліч переваг, *Twitch* має свої недоліки. Висока конкуренція між стримерами ускладнює просування нового контенту. Алгоритми платформи часто віддають перевагу популярним каналам, що обмежує можливості новачків.

Крім того, платформа стикається з проблемою модерації, яка завжди була проблемою з моменту її створення. Очевидно, що в онлайн-чаті багато тролів, і від них важко позбутися. Це може стати проблемою для стримерів, які намагаються залучити якісних спонсорів та брендів. Це також може стати проблемою для глядачів віком до 10 років. На *Twitch* є кілька інструментів модерації, доступних на веб-сайті *Twitch moderation*, але більшість користувачів платформи стверджують, що вони не дуже ефективні [66]. Великий потік коментарів у чаті вимагає використання автоматизованих інструментів та залучення модераторів, що вимагає додаткових ресурсів.

Ще однією складністю є технічна сторона. Для успішної роботи на *Twitch* потрібне якісне обладнання та стабільне інтернет-з'єднання. Це може стати перешкодою для невеликих студій або індивідуальних розробників, які прагнуть презентувати свої проекти. Також, контент, трансльований на *Twitch*, залишається ексклюзивним для платформи протягом перших 24 годин після трансляції, протягом цього часу його не можна поширювати на інших платформах. Крім того, архівований відеоконтент, доступний на запит, отримує мінімальну увагу порівняно з прямими ефірами, що є особливістю *Twitch* [61]. Порушення цього правила може призвести до блокування облікового запису.

Отже, незважаючи на недоліки, *Twitch* залишається потужним інструментом для просування ігрової індустрії. Його роль як платформи для трансляцій та взаємодії з аудиторією продовжує зростати, зміцнюючи зв'язок між розробниками, гравцями та спільнотою. У майбутньому платформа розширюватиме свої можливості, пропонуючи ще більш різноманітний контент та нові технології, щоб залишатися лідером у своїй галузі.

Висновки до розділу 2

Ігрова індустрія сьогодні є одним із провідних секторів цифрової економіки, поєднуючи розробку, маркетинг та поширення відеоігор, а також створюючи потужну базу для розвитку суміжних технологій. Її синтез із кіберспортом та стримінговими платформами, такими як *Twitch*, дозволяє інтегрувати інноваційні технології в культурну та економічну сфери, сприяючи глобальній взаємодії та розвитку інтерактивного контенту. *Twitch* зарекомендував себе як беззаперечний лідер у сфері стримінгу відеоігор, ставши провідною платформою для кіберспорту та ігрової індустрії загалом. Завдяки інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу, високій якості відео та мінімальній затримці *Twitch* забезпечує ідеальне середовище для стримерів і глядачів, заохочуючи взаємодію та підтримку через чат і функції монетизації. *Twitch*, як ключовий гравець у сфері стримінгу, формує новий рівень взаємодії між творцями контенту та аудиторією. Платформа сприяє популяризації

кіберспорту, надаючи можливість організовувати високоякісні трансляції турнірів, презентацій ігор та інших івентів, які об'єднують мільйони глядачів у реальному часі. Її унікальність полягає у здатності забезпечувати інтерактивність, високоякісну графіку та різноманітні інструменти монетизації. Протягом своєї історії *Twitch* також продемонстрував здатність ефективно залучати партнерів і працювати з найбільшими компаніями та організаціями, що забезпечило йому стабільне лідерство в індустрії. Разом з цим, *Twitch* стикається із викликами, такими як висока конкуренція серед стримерів, потреба в якісній модерації контенту та технічні обмеження для нових користувачів. Проте платформа продовжує вдосконалюватись, залишаючись одним із найперспективніших інструментів для розвитку ігрової індустрії та цифрових технологій. Однак є й недоліки, такі як проблеми з модерацією контенту та залежність від одного сервісу для виконання деяких функцій. Тим не менш, *Twitch* продовжує залишатися важливою частиною еволюції ігрової індустрії та є серцем і душею геймерів і кіберспортсменів по всьому світу.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ TWITCH НА РОЗВИТОК ПОДІЙ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1 Роль *Twitch* у просуванні нових ігор

Стримінг впливає на багато сфер життя, включаючи розваги, освіту та спорт. Це змінює спосіб споживання контенту людьми та відкриває нові можливості для творців контенту та глядачів. Потокове передавання надає нам доступ до широкого спектру розваг та інформації на одному пристрої. Ця тенденція стає все більш популярною і поширюється, дозволяючи насолоджуватися контентом відповідно до власного графіку і освоювати новий світ цифрових можливостей. Потокове передавання також впливає на те, як споживається ігровий контент. До 2010-х років, щоб переглянути нову гру або оцінити ігровий процес, треба було придбати власну ігрову консоль або комп'ютер, встановити гру та грати в неї годинами. Але тепер геймери можуть відкрити потокову платформу *Twitch* та спостерігати, як інші стримери грають у найновіші ігри, даючи змогу оцінити геймплей, графіку, особливості механіки та взаємодію зі стрімером [49]. Це величезна перевага для гравців, оскільки вони можуть оцінити гру перед покупкою та визначити, чи варта вона грошей та часу. Крім того, завдяки стримінгу гравці можуть отримувати поради, рекомендації та стратегії від досвідчених гравців, які транслюють свої ігрові сесії. Це надає потенційним гравцям можливість скласти власне уявлення про продукт, що значно підвищує зацікавлення.

Twitch є однією з найбільш впливових платформ у просуванні нових ігор, адже поєднує відеотрансляції, інтерактивність, живе спілкування з аудиторією та широкий спектр інструментів для залучення уваги геймерів [29]. Основні методи, що сприяють популяризації ігор на *Twitch*, включають живі трансляції ігрового процесу, спеціальні промо-стріми з розробниками, партнерські програми з відомими стримерами та інтерактивні елементи, що дозволяють глядачам безпосередньо взаємодіяти зі стрімером та грою.

Також, видавці ігор часто співпрацюють із *Twitch* для організації спеціальних трансляцій та ігрових подій, на яких розробники демонструють нові можливості продукту, відповідають на запитання аудиторії та проводять розіграші. Це забезпечує додаткову увагу до гри, збільшуючи обізнаність аудиторії. Однак *Twitch* призвів до появи абсолютно нового видовища «рецензування» ігор – коли потенційний покупець налаштовується на стримера, який грає і коментує гру, і бере участь в огляді, який є набагато довшим і детальнішим, а також по суті має форму діалогу. Як пояснив один з оглядачів ігор, коли вони вперше спробували робити огляди на *Twitch*, він «підживлювався їхнім ентузіазмом і запрошував глядачів по суті керувати стрімом, надаючи інтерактивності цьому досвіду» [53]. Це спонукало рецензента порівняти цей досвід з ігровою «демо» версією – зазвичай безкоштовною версією гри, яку можна завантажити, і яка дає доступ до невеликої частини загального контенту гри. Хоча колись демоверсії були надзвичайно поширеними, вони стають дедалі рідкіснішими в індустрії внаслідок численних структурних змін у секторі, які виходять за рамки цього магістерського проєкту. Так, американський журналіст і експерт у галузі технічного маркетингу Дж. Евангело стверджує, що «*Twitch* – це нова демоверсія гри» [там само], хоча, можливо, тепер вона опосередкована стримером, а не власними діями гравця. Окремо варто зазначити важливість партнерських програм *Twitch* із популярними стримерами. Співпраця з відомими контент-мейкерами дозволяє охопити широку глядацьку аудиторію, що є особливо важливим для просування нових продуктів. Стримерам часто надаються ексклюзивні матеріали, доповнення до ігор, а також можливість першими транслювати гру, що створює ажіотаж та привертає увагу геймерів.

Наприклад, одна із популярних партнерських програм – співпраця із *Razer*, потужною компанією в індустрії відеоігор із відповідною репутацією. Зрештою, вона виграла нагороду *Best of CES* дев'ять разів [60]. Приєднання до партнерської програми *Razer* відбувається через *Impact*, щоб отримати 30-денне вікно *cookie* та комісійні у розмірі 3% на периферійні пристрої та \$5 за одиницю на ігрові системи. *Razer* також пропонує спеціальну програму для стримерів за

назвою *#RazerStreamer*, що обіцяє «захоплюючі привілеї та переваги», включаючи одноразовий код на 15% знижку на продукцію *Razer* [там само]. Такі приклади не є виключеннями, вони свідчать про успішну колаборацію між стримінговими платформами та компаніями ігрової індустрії.

Для просування ігор на платформі *Twitch* важливо враховувати вплив не лише великих стримерів, а й мовників середнього рівня. Незважаючи на увагу до топ-стримерів, як свідчать статистичні дані, представлені на *blog.twitch.tv* [57]. 46% продажів ігор на платформі посідає канали з аудиторією від 33 до 3333 одночасних переглядів (рис. 2.1).

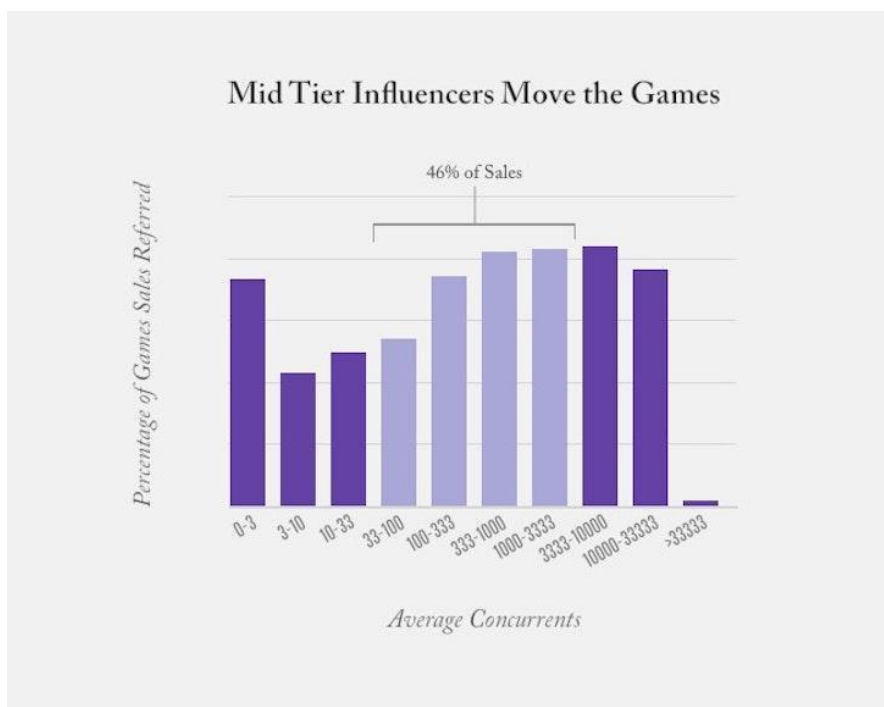


Рис. 3.1 Впливові особи середнього рівня переміщують ігри, за офіційною статистикою на *blog.twitch.tv* [57]

Найменші та середні канали значно ефективніше конвертують перегляди у покупки порівняно з великими стримерами: середні канали роблять це у 13 разів, а невеликі – у 1000 разів краще. Це підтверджує, що *Twitch* не лише наповнює

інформаційне поле навколо гри, а й сприяє прямим продажам, особливо завдяки залученню аудиторії. Прикладом такого впливу є стрімер Lirik. Його глядачі попросили зіграти у гру *Hurtworld*, що призвело до її популяризації серед стримерів середнього рівня. У результаті 52% продажів гри в Steam припали на канали з аудиторією 33-3333 глядачів, тоді як частка великих каналів склала менше 10% [там само]. Це свідчить про важливість залучення аудиторії на платформах середнього масштабу для стимулювання продажів.

Успішне просування гри на *Twitch* залежить не тільки від охоплення, а й від залучення аудиторії стримерів. Важливо працювати з мовниками, які щиро зацікавлені у грі, оскільки вони залучають найбільш залучених гравців. Інтерактивність – одна з головних переваг *Twitch*, адже вона надає можливість глядачам взаємодіяти як із стрімером, так і з ігровим контентом. Чати, голосування, роздача предметів у грі та інші функції дозволяють глядачам активно брати участь у процесі, формуючи емоційний зв'язок з продуктом і стимулюючи бажання його придбати.

Таким чином, *Twitch* є не лише платформою для перегляду ігрового контенту, а й потужним інструментом для формування інтересу до нових ігор і стимулювання їхньої популярності. Інтерактивність платформи та залучення спільноти створюють сприятливі умови для успішного виходу ігрових продуктів на ринок.

3.2 Успіх ігрових продуктів на *Twitch*: приклади та механізми популяризації

Twitch зіграв важливу роль у просуванні багатьох ігрових продуктів, що стали популярними саме завдяки інтеграції з платформою. Вдало продумана стратегія взаємодії з аудиторією, трансляції геймплею та прямий контакт із глядачами дали змогу деяким іграм швидко здобути широку популярність. Одним із найвідоміших прикладів є гра *Among Us*, яка стала надзвичайно популярною завдяки стрімам на *Twitch* [56]. Глядачів захоплювала можливість стежити за

інтерактивною взаємодією гравців у ролі «членів екіпажу» та «імпостерів», що створювало інтригу і цікавість, а також мотивувало до участі в грі. Мало хто знає, що ця гра насправді вийшла в 2018 році. Тому що більшість гравців згадають про це тільки в 2020 році, під час пандемії COVID, коли гра отримала свій другий шанс [там само]. Однією з головних причин, чому *Among Us* досягла величезного успіху на *Twitch* є те, що гра стає веселішою у великому лобі, в ідеалі з 8-10 гравцями, що може стати чудовим місцем для пошуку нових друзів, але також може бути важким знайти таке велике лобі. Стримери демонструють цей аспект і можуть зібрати достатню кількість гравців із глядачів, що дивляться стрім, таким чином створюючи інтерактивність між глядацькою аудиторією та автором стріму.

Інший приклад успіху на платформі – гра *Fall Guys*, яка залучила велику аудиторію завдяки легкому геймплею та веселому змагальному формату, що активно транслювався популярними стримерами [56]. *Fall Guys* швидко привернула увагу, ставши вірусною на *Twitch*, адже її грайливість та хаотичні ігрового процесу викликали великий інтерес глядачів і сприяли швидкому поширенню через стримінгові канали.

Valorant також є прикладом успіху завдяки *Twitch*, але з трохи іншим підходом [54]. Компанія *Riot Games* створила маркетингову стратегію, яка поєднала закритий бета-тест із системою дропів, доступних через *Twitch*. Користувачі мали змогу отримати доступ до гри, переглядаючи стріми *Valorant*, що не лише підвищувало зацікавлення, але й збільшувало кількість глядачів та підписників на платформі. Цей метод стимулював глядачів до активного перегляду трансляцій, що призвело до швидкого поширення популярності гри. «*Valorant* та її рекордні показники проілюстрували, що часи запуску гри шляхом простого залучення топ-інфлюенсерів, безумовно, змінилися для тих, хто хоче оптимізувати ландшафт лайв-стримінгу», – сказав генеральний директор *StreamElements* Дорон Нір (*Doron Nir*) [там само]. «Завдяки тому, що в закритому бета-тестуванні лише обрані стримери могли пропонувати бета-ключі, які дозволяли іншим геймерам взяти участь, ці бета-ключі стали ключем до успіху в залученні геймерів та аудиторії, а також чудовим доказом того, що існують нові способи використання

технологій для підвищення впливу гри». Це гарний приклад безпрограшного варіанту для обох сторін домовленостей, де *Twitch* та партнерські стримери отримують величезну кількість глядачів, а *Riot Games*, тим часом, оптимізує свої маркетингові витрати.

Загалом, такий успіх цих ігор на *Twitch* став можливим завдяки низці механізмів, серед яких – інтерактивність платформи, вплив стримерів та здатність глядачів отримати особливий досвід, спостерігаючи за грою. Спеціальні заходи, такі як розіграші доступу до ігор або ексклюзивного контенту, залучали ще більше глядачів, що підсилювало ажіотаж навколо ігрового продукту. Отже, *Twitch* не тільки підтримує просування нових ігор, але й активно формує їхній успіх, забезпечуючи значний інтерес і залучення аудиторії.

3.3 *Twitch* як платформа для кіберспортивних подій

Twitch відіграє ключову роль у розвитку кіберспорту, забезпечуючи платформу для трансляції змагань, побудови спільнот і просування кіберспортивних подій на глобальному рівні. Статистика показує, що *Twitch* має близько 3000 мільйонів унікальних глядачів на місяць [20, С. 44]. Це свідчить про те, що глядачі виявляють великий інтерес до кіберспорту через потокову платформу. Завдяки своїй доступності та великій аудиторії, платформа стала основним місцем для стримінгу турнірів, включно з такими масштабними подіями, як *The International* з *Dota 2*, *League of Legends World Championship*, *CS Major Championships* та ін. [20]. Участь мільйонів глядачів у реальному часі під час перегляду трансляцій сприяє створенню унікальної атмосфери змагань, що робить події більш видовищними та залучає все більше нових глядачів.

Особливість *Twitch* як платформи для кіберспорту полягає в інтерактивності, яка дає змогу глядачам безпосередньо взаємодіяти з трансляцією через коментарі та емоційні реакції в чатах. Це підсилює відчуття присутності та залучення, що є важливим для формування стійкої спільноти кіберспортивних фанатів. Стримінгова платформа *Twitch* не тільки створила умови для кіберспорту, але й

стала важливим інструментом у розвитку цієї індустрії. Згідно із статистикою, що надана у дослідженні “Стримінгові платформи як інструмент популяризації та розвитку кіберспорту”, над яким працював колектив авторів (О. Шинкарук, М. Ярмоленко, Ю. Юхно та В. Ленінченко). Переглянувши понад 2,72 000 годин контенту в прямому ефірі за один квартал, *Twitch* значно перевершила таких конкурентів, як *YouTube Live*, більш ніж на 7,3554 мільйона годин за той же період [там само]. *Twitch* стала невід'ємною частиною кіберспортивних організацій та професійних гравців і служить основною платформою для трансляції турнірів та подій. Це дозволяє розширити охоплення та доступність кіберспортивного контенту для глобальної аудиторії. Крім того, впровадження на *Twitch* можливості безкоштовної трансляції ще більше підвищило цінність платформи в екосистемі кіберспортивних трансляцій. Завдяки спільній трансляції мовники можуть показувати іншу трансляцію на каналі, одночасно коментуючи подію.

Платформа підтримує спеціальні функції, як роздача подарунків, ексклюзивних емодзі та ігрових предметів, які можуть бути розіграні серед глядачів, що мотивує аудиторію до активної участі. *Twitch* також сприяє популяризації кіберспорту через підтримку аматорських турнірів і локальних змагань, що дозволяє розвивати нові таланти. Багато молодих гравців, починаючи з локальних стрімів на *Twitch*, поступово здобувають увагу й переходять на професійну сцену, отримуючи можливість долучитися до великих турнірів.

Яскравим прикладом стримера, якого помітили професіонали завдяки його трансляціям на *Twitch*, є Майкл *Shroud* Гржесік. Він почав свою кар'єру, граючи в *Counter-Strike: Global Offensive*, де виділявся видатною точністю стрілянини, аналітичним підходом до гри та високим рівнем механіки. Його стріми на *Twitch* швидко привернули увагу професіоналів *CS:GO*, оскільки він часто транслював матчі на публічних та напівпрофесійних серверах, демонструючи свої навички. У 2014 році його талант був помічений однією з провідних кіберспортивних організацій Північної Америки – *Cloud9*. Майкл був запрошений до основного складу команди та успішно грав на професійному рівні до 2018 року [63]. Після завершення кіберспортивної кар'єри *Shroud* повністю присвятив себе стримінгу і

став одним з найпопулярніших і найвідоміших стримерів у світі. Таким чином, платформа виступає не тільки як засіб для трансляції подій, а й як середовище, де розвиваються майбутні професіонали, формуються нові команди та створюються нові кіберспортивні бренди. Крім цього, *Twitch* активно співпрацює з організаторами змагань та спонсорами для підтримки високої якості трансляцій і залучення додаткових ресурсів, що сприяє зростанню кіберспорту як комерційної галузі. Бренди, спонсори та рекламодавці знаходять платформу привабливою для співпраці, адже аудиторія кіберспортивних заходів є активною та лояльною. У результаті *Twitch* не тільки об'єднує гравців і глядачів з усього світу, а й підтримує економічний розвиток кіберспортивної індустрії.

Отже, завдяки всім цим факторам, *Twitch* став незамінною платформою для кіберспортивних подій, де спільнота глядачів і гравців може взаємодіяти, підтримувати улюблені команди та розширювати інтерес до кіберспорту.

3.4 Глядацька аудиторія *Twitch*

Глядацька аудиторія є одним із найбільших ресурсів *Twitch*, що формує цінність платформи як для контент-мейкерів, так і для рекламодавців, партнерів та індустрії в цілому. Згідно із статистикою платформи за 2023 рік, вона має 14 000 активних користувачів щомісяця та в середньому 245 мільйонів глядачів у будь-який час. Лише у 2023 році глядачі переглянули 80 мільярдів годин контенту, але, що цікаво, лише топ десяти тисяч найкращих стримерів забезпечили 76% часу перегляду цих годин [69]. Аудиторія *Twitch* в основному складається з молодих користувачів, причому 52% її користувачів складають люди у віці від 25 до 34 років, що говорить про те, що платформа приваблює аудиторію середнього віку [48]. Це також підкріплюється фактом, що користувачі в середньому проводять на платформі 95 хвилин на день, з неймовірною кількістю 210 мільярдів хвилин, переглянутих тільки кіберспортивного контенту з моменту запуску *Twitch* [там само]. Завдяки цій демографічній специфіці, *Twitch* зміг створити міцну спільноту користувачів, які не тільки переглядають трансляції, але

й активно взаємодіють зі стримерами через чати, підтримують їх фінансово через донати та підписки, беруть участь у різноманітних інтерактивних активностях і розіграшах.

Однією з ключових особливостей глядацької аудиторії *Twitch* є її висока залученість. Глядачі проводять на платформі значну кількість часу, що робить *Twitch* конкурентоспроможним навіть порівняно з традиційними медіа. Багато з них переглядають не лише основні стріми, а й менші, нішеві трансляції, що дозволяє *Twitch* об'єднувати людей за інтересами, а також сприяє розвитку більш вузьких спільнот. Це дає можливість стримерам взаємодіяти з конкретними групами глядачів, враховуючи їхні інтереси та потреби. На взаємодію між стримерами та їх аудиторією впливає розмір потоку. Як вказують вже згадані нами вище автори дослідження Вільям Гамільтон (*William A. Hamilton*), Олівер Гарретсон (*Oliver Garretson*) Ендрю Керн (*Andruid Kerne*), стримери зазвичай повідомляли, що вони могли ефективно взаємодіяти зі 100-150 глядачами, читаючи коментарі до потоку, приймаючи пропозиції щодо ігор тощо [31]. Поза цим числом, – підкреслюють американські дослідники, – взаємодія часто була некерованою, а соціальні аспекти, навіть між користувачами, були зменшені.

Платформа також підтримує різні рівні підписки, які дозволяють глядачам отримувати ексклюзивні бонуси, доступ до закритих чатів або унікальні емодзі. Ця система стимулює глядачів ставати більш активними учасниками стрімів та створює відчуття належності до спільноти. Крім того, значну роль відіграють «рейди» – спільні перегляди стрімів на інших каналах, які стримери організовують для своїх глядачів, сприяючи зростанню нових аудиторій і підтримуючи атмосферу взаємної підтримки.

Глядацька аудиторія *Twitch* є цінним активом не лише для самої платформи, а й для компаній та брендів, які активно використовують *Twitch* для реклами та просування. Оскільки основна аудиторія складається з молодих людей, які важко досяжні через традиційні канали медіа, *Twitch* забезпечує унікальний доступ до цієї категорії споживачів. Рекламодавці мають змогу взаємодіяти з глядачами через спонсоровані трансляції, інтеграції в стріми, рекламні кампанії в чатах та

інші форми співпраці зі стримерами. Це дозволяє створювати ненав'язливі, але ефективні рекламні формати, які сприймаються аудиторією значно краще, ніж традиційні методи просування.

Таким чином, глядацька аудиторія *Twitch* є не тільки джерелом прибутку для платформи, але й активним учасником контенту, що сприяє розвитку стримерів і всієї спільноти. Завдяки високій залученості та інтерактивності, ця аудиторія забезпечує платформі стабільний ріст, а також створює привабливе середовище для подальшого розвитку кіберспортивної та ігрової індустрії.

3.5 Конкуренція з іншими платформами

Twitch залишається провідною платформою для трансляцій у галузі відеоігор, кіберспорту та інтерактивного контенту, але конкуренція в цій сфері зростає. Основними конкурентами *Twitch* є такі платформи, як *YouTube Gaming*, *Facebook Gaming* та *TikTok Live*. Кожна з них пропонує унікальні можливості для стримерів та глядачів, що дозволяє залучати ширшу аудиторію і створювати альтернативи для користувачів, які шукають новий досвід чи кращі умови.

Порівнюючи *Twitch* і *YouTube*, важливо розуміти технічні аспекти. Обидві платформи пропонують пряму трансляцію, але різними способами. *Twitch* зосереджується на прямій трансляції з почуттям спільноти, особливо на іграх. *YouTube* пропонує як живий, так і попередньо записаний вміст для охоплення широкої аудиторії, таким чином на ігровий стримінг *YouTube* припадає лише 15% від загальної кількості годин перегляду ігор, на відміну від *Twitch*, який домінує в цій категорії [71]. *Twitch* монетизує через підписки та біти, а *YouTube* використовує рекламу та членство в каналах. Фактично найбільше переглядів на платформі становили категорії «Розваги», «Новини та політика» та «Ігри».

До переваг платформи *YouTube* можна віднести те, що це головний веб-сайт для перегляду відеовмісту, що залучає різноманітну аудиторію. Для творців *YouTube* розуміння алгоритму *YouTube* є вирішальним для успіху, це допомагає рекомендувати прямі трансляції та відео потенційним глядачам. Функція *YouTube*

Premieres дозволяє користувачам транслювати попередньо записаний контент у прямому ефірі, а бібліотека за запитом полегшує підписникам перегляд прямої трансляції після її завершення [61]. Також, у *Twitch* відсутня важлива функція *YouTube*: можливість призупинити або перемотати пряму трансляцію. Якщо призупинити трансляцію, а потім знову натиснути «відтворити», відбудеться перехід до поточного моменту.

Щодо недоліків, на відміну від *Twitch*, *YouTube* ніколи не йшов за успіхом архівного відеовмісту; *YouTube* не наголошує на вихованні спільноти, тому інструменти взаємодії з глядачами, як-от чати чи емоції, відносно обмежені. І головним мінусом є високий бар'єр для монетизації відео порівняно з іншими платформами [там само]. Отже, *YouTube* має низку переваг, таких як велика аудиторія, функція трансляції попередньо записаного контенту та можливість призупиняти або перемотувати прямі трансляції. Однак платформа має обмежену взаємодію з глядачами і високий бар'єр для монетизації. Відсутність акценту на спільноті та архівному контенті також є її недоліками порівняно з платформою *Twitch*, що може обмежити успіх деяких творців.

Іншим конкурентом *Twitch* є *Facebook Gaming*. У 2021 році *Twitch* лідирував на ринку потокового передавання ігор, з 70% ринку та 5,79 мільярдами годин перегляду. Платформа мала 30 мільйонів активних користувачів щодня та 140 мільйонів щомісяця. *Facebook Gaming* посів друге місце з 16% ринку, 1,29 мільярдами годин перегляду, 400 000 унікальних каналів і понад 230 мільйонів користувачів щомісяця в групах [70]. *Twitch* залишається лідером на ринку потокового передавання ігор, маючи значну частку ринку і велику аудиторію.

Дана платформа має кілька переваг, зокрема інтеграцію з *Facebook*, що дозволяє легко залучати аудиторію через стрічку новин, швидко ділитися вмістом і знижувати конкуренцію. Менша конкуренція дає можливість стримерам бути помітнішими. Крім того, наявні інструменти для взаємодії з глядачами, такі як групи та сторінки, а також можливість транслювати через смартфон і простий інтерфейс для користувачів. Проте є й недоліки: обмежена база користувачів,

складнощі з охопленням більш широкої аудиторії, низька інтуїтивність інструментів взаємодії, і відсутність можливості повної конфіденційності через автоматичне розкриття імені в коментарях [61]. Отже, *Facebook Gaming*, хоча й відстає, але продовжує зростати завдяки інтеграції з *Facebook* і наявності активних груп. Обидві платформи пропонують різні можливості для стримерів і глядачів, але *Twitch* здобуває більшу популярність серед геймерів.

Третім конкурентом *Twitch* у цій роботі розглядається *TikTok Live*. Дана платформа характеризується швидкістю, спонтанністю та тенденціями, що робить її ідеальною для творців, які хочуть спілкуватися з великою аудиторією в режимі реального часу. *TikTok Live* зосереджується на легкому, швидкому контенті, такому як поради щодо способу життя, уроки краси, кулінарні демонстрації та творчі трансляції, заохочуючи миттєву реакцію та коментарі глядачів і створюючи динамічну активність.

До переваг *TikTok* можна віднести те, що стримінгова платформа приваблює велику та різноманітну аудиторію, зокрема серед молодших вікових груп. Платформа пропонує чудові інструменти для взаємодії та залучення, такі як подарунки та коментарі, що дозволяють стримерам активно взаємодіяти з глядачами. Крім того, мобільні потоки на *TikTok* дуже зручні для користувачів, що робить процес стрімінгу доступним та простим. Також, не менш важливим є можливість розширювати свій обліковий запис *TikTok*, публікуючи короткий вміст так само, як і з *Shorts* відео на *YouTube*. Однак, до недоліків відносяться певні обмеження для користувачів з менше ніж 1000 підписників, адже вони не можуть проводити прямі трансляції. Також монетизація для творців контенту має свої обмеження, зокрема щодо реклами та співпраці з брендами. Крім того, просування прямих трансляцій за межами платформи може бути складним завданням, що обмежує охоплення аудиторії [54]. Отже, *TikTok Live* ідеально підходить для творців, які віддають перевагу коротким, спонтанним взаємодіям, часто з невимушеним контентом, орієнтованим на тренди. У той час як *Twitch* відомий своїми орієнтованими на спільноту інтерактивними прямими трансляціями,

ідеальними для творців, які прагнуть побудувати міцні довгострокові стосунки зі своїми глядачами.

Потокові платформи різноманітніші, ніж будь-коли раніше, кожна зі своїми унікальними функціями та перевагами. *Twitch* виділяється як найпопулярніша платформа для потокової трансляції ігор, але *YouTube* надає широкий спектр інструментів для створення контенту, які краще підходять для певних потреб. Тим часом геймери на консолі можуть покластися на *Facebook Gaming*, а *TikTok* обирає інноваційний шлях, дозволяючи творцям використовувати короткі відео разом із випадковими ігровими потоками. Вибір правильної платформи для прямої трансляції залежить від кількох ключових факторів, з яких найважливішим є тип вмісту, який автор хоче створити. Однак *Twitch* має широку та стійку спільноту глядачів та стрімерів, що робить його привабливим для брендів і рекламодавців, які хочуть долучитися до молодіжної аудиторії.

Таким чином, хоча *Twitch* стикається з жорсткою конкуренцією, унікальні функції платформи та її стабільна аудиторія дозволяють їй зберігати своє лідерство в індустрії. Проте зростаючий тиск із боку *YouTube Gaming*, *Facebook Gaming* та нових гравців на ринку підштовхує платформу до вдосконалення сервісів та пошуку нових можливостей для залучення користувачів.

Висновки до розділу 3

Twitch значно впливає на популяризацію нових ігор завдяки своїй інтерактивності, живим трансляціям, партнерським програмам із популярними стримерами та співпраці з розробниками. Платформа дозволяє користувачам оцінювати ігри перед купівлею, отримувати рекомендації й формувати власну думку про продукт, тоді як розробники отримують потужний інструмент для залучення аудиторії. Успіх таких ігор, як *Among Us*, *Fall Guys* та *Valorant*, демонструє ефективність *Twitch* у популяризації. Використання інтерактивних елементів, як-от закриті бета-тести та розіграші, дозволяє швидко привернути увагу та залучити гравців.

Twitch також є основною платформою для кіберспортивних подій, сприяючи їх популяризації та розвитку. Інтерактивність платформи створює можливості для формування стійких спільнот, дозволяє відкривати нові таланти та залучати мільйони глядачів до масштабних турнірів. Аудиторія *Twitch*, що складається переважно з молодих і активних користувачів, є ключовим ресурсом для платформи. Висока залученість глядачів не лише сприяє розвитку контент-мейкерів, але й забезпечує стабільний ріст спільнот і підвищує економічну активність.

Незважаючи на конкуренцію з боку *YouTube Gaming*, *Facebook Gaming* та *TikTok Live*, *Twitch* зберігає лідерство завдяки фокусу на інтерактивність, розвиток спільнот і якісний ігровий контент. Конкурентний тиск стимулює платформу до вдосконалення послуг, що ще більше зміцнює її позиції в індустрії.

Загалом, *Twitch* відіграє важливу роль у розвитку ігрової індустрії, забезпечуючи просування нових ігор, підтримку кіберспорту та формування глобальних спільнот гравців.

РОЗДІЛ 4

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО БЛОГІНГУ

4.1 Огляд провідних українських ігрових блогерів на платформі *Twitch*

Зростання популярності ігрового контенту в Україні є очевидним, про що свідчить активне збільшення аудиторії українських ігрових блогерів. Позитивна динаміка приросту підписників, яку демонструють блогери, яскраво ілюструє зростаючий інтерес українців до цієї сфери. Глядачі не просто переглядають контент, а й активно підписуються на нові канали, що підкреслює їхню зацікавленість у різноманітному ігровому досвіді та бажанні слідкувати за улюбленими блогерами.

Крім того, висока залученість глядачів є ще однією важливою тенденцією. Значна середня кількість глядачів на трансляціях свідчить про їхню майстерність у залученні та утриманні аудиторії. Цей успіх може бути зумовлений різноманітними факторами, серед яких цікавий та оригінальний контент, харизматична та енергійна подача матеріалу, а також активна взаємодія з глядачами у чаті, що створює відчуття спільноти та живої комунікації. Таким чином, українські ігрові блогери не лише нарощують свою аудиторію, але й формують певну спільноту навколо свого контенту.

Огляд провідних українських ігрових стрімерів на платформі *Twitch* проводився з використанням даних сайту «*Twitch Top Streamers*» [68]. Для дослідження було обрано 5 ігрових блогерів, які займають найвищі позиції у рейтингу. Аналізувалися їхні показники за останні 30 днів.

1. *Leb1ga* (Лебіга Михайло Анатолійович).

- Середня кількість глядачів: 21,120
- Час трансляцій (30 днів): 31 година
- Пік глядачів: 56,784
- Години перегляду: 655,000
- Підписники за 30 днів: +9,700

– Загальна аудиторія: 536,800 підписників

Леб1га спеціалізується на трансляціях змагань у *Counter-Strike 2*, а також стрімить матчі кіберспортивних турнірів у режимі коментатора. Його контент поєднує гумор та доступність – глядач отримує як якісну гру, так і живе спілкування. *Леб1га* регулярно знімає реакції на патчі та інші розважально-інформаційні формати.

Окрім ігрового контенту, *Леб1га* активно підтримує ЗСУ – проводить благодійні стріми, під час яких збирає кошти на потреби ЗСУ, волонтерські ініціативи та шпиталі. У цих ефірах він долучає спільноту до добрих справ, підкреслюючи важливість єдності та взаємодопомоги під час війни. Така діяльність значно підвищує довіру до блогера та формує навколо нього свідому аудиторію.

Леб1га не просто стример, а медіаособистість, яка поєднує розважальний контент з громадянською відповідальністю. Саме така багатогранність дозволяє йому залишатися лідером українського *Twitch*.

2. CS2_MAINCAST

– Середня кількість глядачів: 3,498

– Час трансляцій (30 днів): 207,2 години

– Пік глядачів: 91,541

– Години перегляду: 725,000

– Підписники за 30 днів: +6,600

– Загальна аудиторія: 223,000 підписників

Канал *CS2_MAINCAST* – це професійний стрім-майданчик, який транслює топові кіберспортивні події з *Counter-Strike 2*. Контент орієнтований на пряму трансляцію турнірів, включно з професійною аналітикою та експертними коментарями. Тут регулярно проводяться трансляції таких світових чемпіонатів, як *BLAST Premier*, *ESL Pro League*, *IEM Katowice*, а також місцеві та регіональні турніри.

CS2_MAINCAST — це зразок професійного кіберспортивного контенту в Україні, з фокусом на якість та аналітику. На відміну від особистих блогерських

каналів, тут працює ціла команда продюсерів, аналітиків, ведучих і коментаторів. Саме тому цей канал займає провідне місце у формуванні українського погляду на світовий кіберспорт.

3. *DOTA2_MAINCAST*.

- Середня кількість глядачів: 1 828
- Час трансляцій (30 днів): 176 годин
- Пік глядачів: 42 575
- Години перегляду: 322 000
- Підписники за 30 днів: +703
- Загальна аудиторія: 117 000 підписників

Канал *DOTA2_MAINCAST*, як і *CS2_MAINCAST* є каналом, що належать до *Maincast* – провідної української кіберспортивної компанії, яка транслює головні світові турніри.

Цей канал присвячений трансляціям турнірів з *Dota 2* у професійному. Глядачі тут так само отримують доступ до кіберспортивних змагань у прямому ефірі – з якісною аналітикою, коментарями та живими обговореннями.

Канал активно формує україномовну *Dota 2*-аудиторію. Хоча формат не персоналізований, стріми мають постійне ядро глядачів, які слідкують за професійними подіями, що забезпечує великі обсяги перегляду.

4. *THETREMBA*.

- Середня кількість глядачів: 2,972
- Час трансляцій (30 днів): 66,8 годин
- Пік глядачів: 7,042
- Години перегляду: 198,000
- Підписники за 30 днів: +9,000
- Загальна аудиторія: 110,000 підписників

Thetremba – україномовний стример, який поєднує геймерський контент із живим спілкуванням із глядачами. Його стріми охоплюють як динамічні багатокористувацькі ігри, так і глибокі сюжетні проекти (*The Last of Us Part*; *S.T.A.L.K.E.R.*; *Silent Hill*; *Until Dawn*, тощо).

Особливістю його каналу є не лише гра, а й значна кількість контенту формату «in real life» (IRL) – прямі ефіри з життя, спілкування з аудиторією поза іграми, реакції, подорожі, роздуми на суспільні теми.

5. *VALENTINOPRADAGUCCI* (Міхієнко Валентин Олександрович).

- Середня кількість глядачів: 2,409
- Час трансляцій (30 днів): 35,7 годин
- Пік глядачів: 13,137
- Години перегляду: 86,000
- Підписники за 30 днів: +4,900
- Загальна аудиторія: 39,800 підписників

VALENTINOPRADAGUCCI — один із найяскравіших і найсамобутніших представників сучасного україномовного *Twitch*. Його контент включає як геймерський сегмент, так соціальний стендап. У центрі трансляцій – не лише ігри, а й сам стример як персонаж: експресивний, емоційний, з гумором і нестандартним поглядом на реальність.

Оснoву становлять IRL-стріми, гумористичні реакції, живе спілкування, іноді – летсплеї (*Counter-Strike 2*).

Таким чином, серед усіх розглянутих стримерів найбільше охоплення та вплив має *Leblga*, який демонструє найвищий середній онлайн. Його трансляції поєднують шоу, гру та живу комунікацію. Це приклад стримера як повноцінної публічної постаті.

Натомість *cs2_maincast* і *dota2_maincast* зосереджені повністю на професійних кіберспортивних трансляціях. Попри менший відсоток середнього онлайну, вони мають найбільші обсяги перегляду завдяки тривалим ефірам і трансляціям світових турнірів. Їхній контент високоякісний, але менш персоналізований, орієнтований на аналітику й турнірну подію.

Thetremba вирізняється як стример «для глядача» – він поєднує популярні та сюжетні ігри з емоційною подачею й інтерактивом. Завдяки простоті подачі, гумору та IRL-контенту він утримує увагу аудиторії та активно нарощує підписників.

Valentinoprada є прикладом культурного феномену в *Twitch*. Контентом цього блогера є не класичні стріми, а *live*-перформанси, що включають елементи стендапу. Незважаючи на невелику кількість годин в ефірі, він показує високий пік онлайн і стабільне зростання, виходячи за рамки традиційного геймерського формату.

4.2. Мова, наративні стратегії та стиль комунікації українських геймерів

У цифровому середовищі, що постійно змінюється, комунікація геймерів охоплює широкий спектр мовних практик і наративних стратегій, які суттєво впливають на формування спільнот, персонального бренду стримерів та культури взаємодії загалом. «Можна виділити три типи комунікації в Інтернеті:

- Розмовний тип, або тип чату, що описує різні інтернет-чати.
- Кореспондентський тип, іншими словами електронна пошта, що описує спосіб спілкування електронною поштою, дискусійні або хобі-форуми.
- Гіпертекстовий тип, що стосується текстів, доступних у Всесвітній павутині, таких як наукові статті, посібники, книги тощо» [25].

Це свідчить про те, що комунікація в геймерському середовищі інтегрує всі три типи онлайн-взаємодії, створюючи багатовимірний простір, у якому формуються спільноти, підтримується динамічний обмін інформацією та вибудовується унікальний цифровий стиль кожного стримера чи учасника спільноти.

Різні платформи та формати контенту, які вони використовують (стріми на *Twitch*, відео на *YouTube*, спілкування в чатах та коментарях), можуть бути віднесені до цих категорій. Наприклад:

Онлайн-трансляції на *Twitch* часто поєднують елементи розмовного типу (спілкування в чаті в реальному часі) та гіпертекстового типу (інформація на сторінці каналу, посилання).

Відео на *YouTube* можуть бути як формою гіпертексту (якщо містять навчальну інформацію або огляди), так і елементом розмовного стилю (через коментарі блогера) [там само].

Мова українських геймерів в онлайн-іграх прагне економності та швидкості, тому часто використовує англійські аббревіатури, такі як:

– *афк (afk)* - відійшов від клавіатури (away from keyboard)

– *бб (bb)* - бувай (bye bye)

– *кеп (cap)* - захоплення (capture)

– *кік (kick)* - вигнати (forced disconnection)

– *хп (exp)* - досвід (experience points)

– *лаг (lag)* - затримка зв'язку

– *омг (omg)* - о боже мій (oh my god) [25, С. 59].

– поряд з можливими україномовними скороченнями (наприклад, *прів* - привіт, *щас* - зараз) та сленгом.

Через домінування англійської в ігровій індустрії, її вплив є значним. Заради оперативності спілкування гравці часто нехтують граматику.

Український сегмент *Twitch*, особливо у сфері геймерського контенту, демонструє чітке формування власного мовного, комунікаційного та наративного стилю, який вирізняється з-поміж глобального інформаційного потоку. Проаналізовані стримери – *Leblga*, *cs2_maincast*, *dota2_maincast*, *Thetremba* та *valentinopradagucci* – яскраво ілюструють цю тенденцію, кожен по-своєму розвиваючи мову і стиль подачі.

Насамперед важливо підкреслити утвердження української мови як базової платформи комунікації. Усі п'ятеро блогерів ведуть трансляції виключно українською, що ще кілька років тому було рідкісним явищем у геймерському середовищі. Це свідчить про зростання національної ідентичності в цифровій культурі й переосмислення ролі мови як частини бренду стримера. У плані наративних стратегій, кожен з них використовує різні підходи.

Leblga поєднує серйозність з гумором, формуючи наратив навколо відповідальності, змагання та патріотизму. Його трансляції часто містять елементи

реального життя (збір коштів, обговорення суспільних тем), що створює відчуття живої, неформальної розмови з глядачем. Його стиль – чесний, прямолінійний, динамічний.

cs2_maincast і *dota2_maincast*, як студійні формати, використовують структурований аналітичний стиль. Чітке подання інформації, спеціалізована лексика, коментаторський тон. Тут переважає професійна дистанція – емоційно нейтральне, але глибоко експертне мовлення.

Thetremba застосовує особистісний, емоційний наратив, що будується на щирості, самоіронії та спільному «переживанні гри». Трансляції цього блогера – це радше розповідь із глядачем як другом, ніж демонстрація геймплею. Мовний стиль – розмовний, динамічний, з частими жартами, посиланнями на актуальний культурний контекст, меми.

Стиль *valentinopradagucci* відрізняється від інших форм. На стрімах переважає гіперболізований, пародійний, іноді абсурдний контент. Блогер використовує інтернет-жаргон, «трольне» мовлення. Такий тип комунікації особливо близький більш молодіжній аудиторії.

Усі ці приклади демонструють, що українські геймери на *Twitch* не просто транслюють гру – вони будують історії, формують настрій, ведуть діалог з аудиторією, який є важливим елементом сучасної цифрової культури. Мова в цьому процесі – не лише засіб передачі інформації, а інструмент ідентичності, спільності й впливу.

4.3 Проблеми і виклики: цензура, хейт, інформаційна безпека

Сучасний простір гейм-блогінгу, попри свій розважальний та комунікаційний потенціал, стикається з низкою серйозних проблем та викликів, серед яких особливе місце займають питання цензури, хейту та інформаційної безпеки. Ці аспекти не лише впливають на блогерів, але й формують етичні та соціальні межі функціонування цього сегменту медіапростору.

Питання цензури в гейм-блогінгу є багатограним. З одного боку, блогери можуть стикатися з цензурою з боку платформ (наприклад, *Twitch*, *YouTube*) через порушення правил спільноти щодо контенту, авторських прав або неприйнятної поведінки. Ці обмеження можуть призводити до видалення контенту, блокування каналів або обмеження монетизації.

З іншого боку, в українському контексті особливої актуальності набуває цензура російських ігор у сучасному просторі гейм-блогінгу. В українському середовищі чітко простежується загальна тенденція до культури «відміни» російських відеоігор, що є безпосереднім виявом громадянської позиції гравців та блогерів. Паралельно з цим існують інформаційні ініціативи, такі як *Steam* «Обережно, русняві ігри» [44] метою яких є надання можливості ідентифікації ігор, розроблених або виданих російськими компаніями, з метою уникнення їхнього придбання та підтримки. Ця цензура є переважно самостійною ініціативою блогерів та їхньої аудиторії, відображаючи громадянську позицію.

Хейт є серйозною проблемою для багатьох онлайн-платформ, і гейм-блогінг не є винятком. Блогери часто стають об'єктами негативних коментарів, образ, погроз та цькування як з боку окремих користувачів, так і організованих груп. Причинами хейту можуть бути різні фактори: від незгоди з думкою блогера щодо гри до коментарів, пов'язаних із зовнішністю, національністю чи іншими особистими характеристиками блогерів. Хейт може мати значний негативний вплив на психологічний стан блогерів, їхню мотивацію та якість контенту.

Twitch, наприклад, має політику нульової толерантності до мови ненависті, яка включає заборону на пропаганду насильства, розпалювання ненависті на основі захищених характеристик (раса, етнічна приналежність, релігія тощо) та підтримку груп ненависті. Платформи намагаються боротися з хейтом шляхом модерації та впровадження інструментів для блокування та скарги на образливий контент, однак ця проблема залишається актуальною [25]. Питання інформаційної безпеки є критично важливим для гейм-блогерів. Це включає захист особистих даних, акаунтів на платформах від зламу, запобігання поширенню шкідливого програмного забезпечення та протидію дезінформації. *Twitch* забороняє доксинг

(поширення особистої інформації з метою завдати шкоди) та сватінг (навмисне надання неправдивих повідомлень службам екстреної допомоги). Платформи також вживають заходів для запобігання та боротьби із захопленням облікових записів. В умовах геополітичної напруженості, особливо в Україні, інформаційна безпека набуває додаткового значення, оскільки блогери можуть ставати цілями кібератак або кампаній з дезінформації, спрямованих на поширення пропаганди або дискредитацію. *Twitch* також забороняє поширення шкідливої дезінформації, включаючи дезінформацію, спрямовану проти захищених груп, шкідливу медичну дезінформацію та дезінформацію, що підриває чесність громадських або політичних процесів [26]. Інформаційна безпека є ключовим аспектом діяльності гейм-блогерів, особливо в умовах сучасних загроз. Вона вимагає постійної уваги, відповідальності та співпраці з платформами для забезпечення захисту особистих даних, цифрової репутації та інформаційної стійкості.

Для подолання цих проблем та викликів необхідні спільні зусилля як самих блогерів, так і платформ. Розвиток інструментів модерації, підвищення обізнаності щодо інформаційної безпеки, формування культури поваги та толерантності в онлайн-середовищі є важливими кроками для створення безпечного та сприятливого простору для розвитку гейм-блогінгу. В українському контексті особлива увага має приділятися питанням цензури російського контенту та протидії російській пропаганді в ігровому медіапросторі.

Висновки до розділу 4

Сучасний український геймерський блогінг на платформі *Twitch* демонструє активне зростання й виокремлення як окремого сегменту цифрової культури. Провідні українські стримери не лише нарощують аудиторію, а й формують навколо себе активні онлайн-спільноти, що об'єднуються навколо спільних інтересів, національних цінностей і почуття належності до українського культурного простору. Найуспішніші блогери, зокрема *Leblga*, поєднують розважальний контент із соціальною відповідальністю, перетворюючись на

повноцінних публічних діячів, які впливають не лише на глядачів, але й на суспільні настрої в умовах війни.

Професійні студійні канали, як-от *CS2_MAINCAST* та *DOTA2_MAINCAST*, репрезентують іншу модель геймерського контенту – зосереджену на аналітиці, якості трансляцій та залученні до світових кіберспортивних подій. Їхній внесок полягає в популяризації української мови у сфері кіберспорту, формуванні фахової термінології та піднятті планки професіоналізму на новий рівень. Попри меншу емоційність і персоналізацію, ці проєкти грають ключову роль у розвитку українського *Twitch* як повноцінної платформи для трансляцій глобального масштабу.

Інші блогери, як *Thetremba* і *Valentinopradaucci*, демонструють широту форматів і креативний підхід до побудови комунікації з глядачами. Вони комбінують геймерський контент з *IRL*-форматами, стендапом, життєвими спостереженнями та особистими роздумами, що робить їх стріми гібридом розваги, самовираження й соціального коментаря. Таким чином, український *Twitch* поступово виходить за межі вузького ігрового контексту, набуваючи ознак повноцінного медіапростору.

На рівні мови й стилю комунікації спостерігається становлення окремого україномовного геймерського дискурсу. Це виявляється у переході стримерів на українську мову, розвитку специфічного лексикону зі змішаними елементами сленгу, скорочень, англomовних запозичень та жаргону. Кожен з досліджених блогерів формує власну стилістику – від професійної аналітики до емоційної імпровізації – і цим збагачує медіакультуру сучасної України.

Отже, український геймерський блогінг уже не є маргінальним явищем, а трансформується в значущий елемент цифрової публічності, який об'єднує молодь, створює нові культурні коди та відкриває перспективи для формування свідомого, креативного, патріотичного інформаційного середовища.

РОЗДІЛ 5

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІГРОВОГО БЛОГІНГУ НА TWITCH

5.1 Мета, завдання та методика дослідження

Метою емпіричного етапу дослідження є всебічне розуміння ключових особливостей сприйняття українського ігрового блогінгу аудиторією платформи *Twitch*, аналіз мотивів перегляду стрімів, визначення ролі інтерактивності у формуванні спільнот та з'ясування того, яким чином україномовні стримери впливають на формування медіапростору сучасної молоді. Оскільки попередні розділи теоретично описують структуру ігрової індустрії та блогінгу, історію розвитку стрімінгової культури в Україні, специфіку функціонування *Twitch* як інструмента цифрової комунікації та практики українських стримерів, практична частина роботи спрямована на емпіричне підтвердження чи уточнення теоретичних висновків. Насамперед важливо отримати та зібрати дані безпосередньо від глядачів, адже саме вони є тією соціальною групою, що формує популярність *Twitch*-контенту, визначає поведінку стримерів та бере участь у творенні геймерських спільнот. Саме тому дослідження ґрунтується на методі онлайн-анкетування, який є найбільш доцільним для вивчення цифрової аудиторії, оскільки респонденти вже взаємодіють із медіаплатформами, мають достатній рівень цифрової компетентності, у більшій мірі віддають перевагу онлайн інструментам – і це забезпечує валідність відповідей.

Відповідно до поставленої мети, у дослідженні було сформульовано низку завдань, спрямованих на глибокий і комплексний аналіз поведінкових та мотиваційних характеристик аудиторії. До основних завдань належать такі: визначити соціально-демографічний портрет глядачів українського ігрового контенту на *Twitch*; з'ясувати їх основні мотиви перегляду стрімів, включаючи прагнення до розваг, навчання, соціальної взаємодії чи підтримки локального контенту; виявити рівень популярності україномовного ігрового блогінгу та

чинники, що впливають на ставлення аудиторії до українських стрімерів; проаналізувати ступінь значущості інтерактивних інструментів *Twitch*, таких як чат, реакції, донати, опитування та інші механіки залучення; оцінити роль *Twitch* у формуванні та підтримці геймерських спільнот, включаючи *Discord*-канали, *Telegram*-чати, фанатські групи та інші цифрові мікросередовища. Зрештою, важливим завданням дослідження є інтерпретація отриманих результатів у контексті розвитку сучасного українського медіапростору, а також порівняння їх із теоретичними положеннями, викладеними у попередніх дослідженнях, таких як “*Modeling and analyzing the videogame live-streaming community*” авторами якого є Г. Наскімента (Gustavo Nascimento), М. Рібейро (Manoel Ribeiro), Л. Серф (Loïc Cerf) [37].

Методика нашого дослідження ґрунтується на використанні онлайн-анкети, яку було створено на платформі *Google Forms*. Анкета містила закриті, напівзакриті та відкриті запитання, що дозволило отримати як кількісні, так і якісні дані. Закриті запитання забезпечили можливість аналізу розподілу відповідей, формування таблиць та статистичних характеристик, тоді як відкриті запитання дозволили респондентам висловити власну думку щодо розвитку українського *Twitch*-контенту, його сильних та слабких сторін, а також визначити очікування стосовно подальшого розвитку платформи та поведінки стрімерів. Для збору респондентів анкета була поширена через соцмережі, у тематичних геймерських групах, *Discord*-спільнотах українських стрімерів та в середовищі тих, хто регулярно переглядає *Twitch*. Завдяки такому підходу було зібрано 120 відповідей, що забезпечило достатній масив даних для узагальнення тенденцій. Вибірка репрезентує активну частину української *Twitch*-аудиторії, тобто тих користувачів, які дійсно взаємодіють із платформою, а отже, можуть надати найбільш інформативні відповіді.

Анкета складалася з п'яти основних блоків. Перший блок охоплював соціально-демографічні дані (вік, стать, рівень зайнятості, місце проживання), що дозволило описати загальний портрет респондентів та зіставити мотиваційні та поведінкові відмінності в окремих групах. Другий блок був присвячений

інтенсивності використання платформи: як часто респонденти дивляться стріми, які пристрої використовують, які категорії ігор переглядають, чи підписані на конкретних стримерів, тощо. Третій блок фокусувався на мотивах перегляду контенту – від пошуку розваг до прагнення навчитися новим технікам гри чи знайти спільноту за інтересами. Четвертий блок аналізував мовні вподобання та ставлення до україномовного контенту, важливість мови стримера та загальні зміни, пов’язані з переходом аудиторії на україномовний контент після 2022 року. П’ятий блок містив питання про інтерактивність: участь у чаті, донати, голосування, реакції, присутність у фанатських спільнотах поза *Twitch*.

Для того, щоб структурувати отримані дані, було побудовано кілька аналітичних таблиць, однією з яких є таблиця, що відображає критерії формування вибірки (табл. 5.1). Вона дозволяє продемонструвати, за якими характеристиками формувалася масив відповідей, і чому саме така вибірка є доречною для дослідження поведінкових патернів української *Twitch*-аудиторії.

Таблиця 5.1

Критерії формування вибірки та характеристика респондентів

Параметр вибірки	Опис та значення для дослідження
Частота перегляду <i>Twitch</i>	Враховувалися лише ті, хто дивиться <i>Twitch</i> хоча б раз на місяць
Рівень цифрової компетентності	Респонденти мають регулярний доступ до інтернету та цифрових платформ
Вікова категорія	Від 16 до 35 років — основна аудиторія ігрового стримінгу
Залученість до геймерських спільнот	Участь у чатах, <i>Discord</i> -каналах, фанатських групах
Знання українського медіапростору	Респонденти знайомі з україномовними стримерами

Сфери інтересів	Ігровий контент, кіберспорт, стримінг, онлайн-спілкування
Територіальна належність	Проживання в Україні або належність до української діаспори

Обробка даних здійснювалася за допомогою описової статистики: визначалися відсоткові розподіли відповідей, середні значення за найбільш поширеними категоріями, здійснювалося групування респондентів за віковими та поведінковими характеристиками. Також застосовувався метод порівняльного аналізу, що дозволив зіставити різні сегменти аудиторії, наприклад, тих, хто переглядає *Twitch* щоденно, із тими, хто заходить на платформу рідше. Деякі якісні відповіді були проаналізовані за контент-аналізом коротких текстових коментарів, що дозволило виділити типові теми: оцінка атмосфери українських стримів, згадки про токсичність, думки про розвиток україномовних ігрових каналів, важливість активного чату, тощо.

Такий комплексний підхід дозволив не лише отримати структуровані кількісні дані, а й проаналізувати глибинні ставлення, оцінки та думки аудиторії. Це робить результати дослідження придатними для подальших висновків, де розглядається вплив платформи *Twitch* на формування цифрових спільнот і потенціал українського ігрового блогінгу як складника сучасної цифрової журналістики [32]. Завдяки чіткому дотриманню методики, вдало поєднанню відкритих і закритих запитань та участі саме активних користувачів платформи вдалося отримати достатньо надійні й достовірні результати, які можна впевнено застосовувати для розуміння того, як розвивається український сегмент *Twitch* і як змінюється ігровий блогінг загалом.

5.2 Аналіз результатів опитування аудиторії *Twitch*

Аналіз результатів опитування аудиторії *Twitch* дає змогу окреслити цілісний портрет респондентів, виявити їхні поведінкові практики споживання

ігрового контенту, мотиваційні установки та ставлення до українських стримерів, а також оцінити рівень залученості до інтерактивних інструментів платформи [33]. Отримані дані підтверджують, що український сегмент *Twitch* формується насамперед молоддю, яка сприймає ігровий блогінг як частину повсякденного дозвілля й одночасно як важливий елемент цифрової культури. Для повнішого розуміння специфіки цієї аудиторії розглянемо ключові параметри вибірки та пов'язані з ними тенденції.

Розподіл респондентів за статтю виявився доволі збалансованим, що вже саме по собі є показовим результатом. Традиційно геймерське середовище стереотипно сприймається як «чоловіче», однак емпіричні дані свідчать про значну присутність жінок серед глядачів *Twitch*, які активно цікавляться ігровим контентом та долучаються до онлайн-спільнот. Це добре ілюструє наведена нижче таблиця.

Таблиця 5.2

Розподіл респондентів за статтю

Стать	Кількість респондентів, осіб	Частка, %
Жіноча	62	51,7
Чоловіча	55	45,8
Інше / не бажаю зазначати	3	2,5
Разом	120	100,0

Як бачимо, у дослідженні взяли участь як жінки, так і чоловіки, причому частка жінок навіть переважає. Це свідчить про руйнування гендерних стереотипів та розширення залученості різних груп у геймерський простір. Також наявність респондентів, які не бажають ідентифікувати свою стать, вказує на

певну толерантність середовища до різноманітних ідентичностей, що є характерною рисою багатьох онлайн-спільнот.

Ще одним важливим параметром є вікова структура вибірки. Результати опитування показали, що домінуючою групою є молодь віком 18–25 років, однак представлені й старші респонденти, які зберігають сталий інтерес до ігор та стрімінгу. Це підтверджує, що *Twitch* для багатьох є не короткочасною підлітковою забавою, а тривалою практикою дозвілля й комунікації.

Таблиця 5.3

Розподіл респондентів за віком

Вікова група	Кількість респондентів, осіб	Частка, %
16–17 років	10	8,3
18–20 років	38	31,7
21–25 років	48	40,0
26–30 років	15	12,5
31 рік і старше	9	7,5
Разом	120	100,0

Переважання групи 18–25 років пояснюється тим, що саме ця категорія найактивніше користується цифровими медіа, має достатню технічну обізнаність і вільний час для регулярного перегляду стрімів [21]. Водночас присутність респондентів старшого віку демонструє, що ігровий блогінг поступово виходить за межі вузької молодіжної субкультури та інтегрується в ширший контекст цифрового дозвілля дорослого населення.

З погляду територіального розподілу досліджуваної аудиторії, більшість респондентів проживають у містах, однак помітною є частка глядачів із селищ і

сільської місцевості, що свідчить про розширення доступу до стримінгових платформ і стабільного інтернету не лише в мегаполісах.

Таблиця 5.4

Місце проживання респондентів

Тип населеного пункту	Кількість респондентів, осіб	Частка, %
Місто-мільйонник або столиця	36	30,0
Місто обласного чи районного значення	60	50,0
Селище міського типу	12	10,0
Сільська місцевість	12	10,0
Разом	120	100,0

Половина опитаних мешкають у містах обласного чи районного значення, що підтверджує певну «децентралізацію» геймерських практик: *Twitch* більше не є привілеєм великих міст, а стає доступним інструментом дозвілля для широкого спектра населення. Це важливо з огляду на формування всеукраїнських онлайн-спільнот, у яких взаємодіють глядачі з різних регіонів, об'єднані спільним інтересом до ігор та медіакультури [3, С. 1398]. Таким чином, українські стримери та гейм-блогери (як творці медіакультури) виконують функцію не лише розважального, але й ідентичнісного посередника. Через популяризацію української мови та культури вони опосередковано сприяють конструкції національної ідентичності.

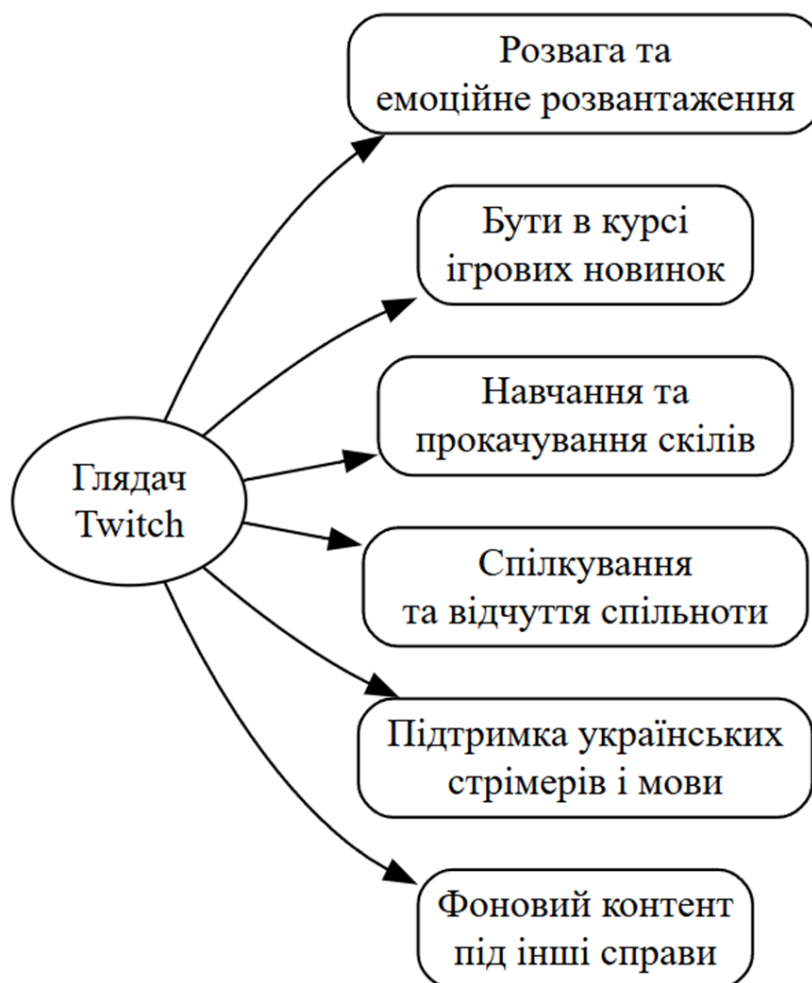


Рис. 5.1. Основні мотиви перегляду українських *Twitch*-стрімів

Значна частина опитаних дивиться стріми щодня або кілька разів на тиждень (табл. 5.5). Це показує, що взаємодія з платформою є регулярною та стає важливою частиною щоденного інформаційно-розважального дозвілля. Така популярність пояснюється тим, що живі відеотрансляції (стрімінг) сформували новий веб-орієнтований жанр розваг, якого немає в традиційних медіа. Платформи на кшталт *Twitch* створюють своєрідне інтерактивне “соціальне телебачення”, де глядачі можуть взаємодіяти з улюбленими стримерами на особистому рівні.

Наше дослідження показує та підтверджує вже існуючі дослідження, щодо зростання онлайн-співтовариства базується на декількох основних мотиваціях глядачів: бажанні отримувати нові знання та вчитись у стримерів (тип мотивації “Учень”), підтримка українських стримерів (“Натхненний”), прагненні до розваг (подібно до перегляду популярних телешоу), потребі у відчутті спільноти (“Натовп”), бути в курсі ігрових новин та фоновий контент під інші справи (рис. 3.1) [51]. Взаємодія між стримером і глядачами має двосторонній характер, що сприяє формуванню унікальних стосунків та розвитку нового соціального онлайн-співтовариства.

Таблиця 5.5

Частота перегляду стрімів на *Twitch*

Частота перегляду	Кількість респондентів, осіб	Частка, %
Щодня	46	38,3
Кілька разів на тиждень	53	44,2
1–3 рази на місяць	15	12,5
Рідше ніж раз на місяць	6	5,0
Разом	120	100,0

Понад 80 % респондентів переглядають *Twitch* принаймні кілька разів на тиждень, що дає підстави характеризувати їх як сталу, а не випадкову аудиторію (табл.3.5). Це означає, що їхні оцінки та вподобання мають вагоме значення для розуміння загальних тенденцій розвитку українського ігрового блогінгу. Крім того, такий рівень залучення підвищує ймовірність участі глядачів в інтерактивних практиках – від активності в чаті до членства у фанатських спільнотах.

Важливою частиною аналізу є виявлення мотивів, які спонукають аудиторію до перегляду ігрових стримів. Респондентам було запропоновано обрати кілька варіантів, тому сума відсотків перевищує 100 %. Це дозволило зафіксувати багатовимірність мотиваційних намірів, коли один і той самий глядач одночасно шукає і розваги, і корисну інформацію, і соціальну взаємодію.

Таблиця 5.6

Основні мотиви перегляду ігрових стримів на *Twitch*

Мотив перегляду	Частка респондентів, які обрали цей мотив, %
Розвага, відпочинок, емоційне «розвантаження»	82
Бажання бути в курсі ігрових новинок	69
Навчання, прагнення покращити власні ігрові навички	64
Спілкування з іншими глядачами, відчуття спільноти	60
Підтримка українських стримерів та україномовного контенту	58
Перегляд «фоном» під інші види діяльності	47

Базовим мотивом, як і очікувалося, є потреба в розвазі та емоційному відпочинку, однак майже дві третини респондентів також використовують *Twitch* як джерело інформації про нові ігри та спосіб підвищення власної майстерності. Висока частка мотивації, пов'язаної з комунікацією та відчуттям спільноти, вказує на те, що *Twitch* сприймається не лише як телевізійний аналог трансляцій, а як інтерактивний соціальний майданчик. Окремо бачимо важливість підтримки українських стримерів: понад половини опитаних засвідчили, що свідомо

обирають україномовний контент, мотивуючи це бажанням сприяти розвитку українського медіапростору.

Аналіз мовних уподобань респондентів показав, що українська мова відіграє ключову роль у формуванні їхніх глядацьких орієнтацій. Респонденти оцінювали якою мовою вони найчастіше дивляться стріми та які мовні варіанти вважають для себе найбільш комфортними.

Таблиця 5.7

Мовні уподобання глядачів *Twitch*

Варіант відповіді	Частка респондентів, %
Переважно дивлюся україномовні стріми	55
Дивлюся і українські, і англomовні стріми, але з пріоритетом українських	31
Мова контенту для мене не має принципового значення	9
Переважно або лише російськомовні стріми	5
Разом	100

Отримані результати демонструють чітку перевагу україномовного контенту серед опитаних. Лише 5 % респондентів орієнтуються насамперед на російськомовні стріми, тоді як більшість обирає українську або поєднує її з англійською. Така картина може бути пов'язана як із загальними процесами мовної переорієнтації в українському суспільстві, так і з прагненням підтримати локальних авторів, які створюють контент високої якості. Водночас відкритість до англomовних стримерів свідчить про інтегрованість аудиторії в глобальні ігрові тренди.

Окремий блок аналізу стосується ступеня залученості глядачів до інтерактивних можливостей платформи. Респондентів запитували про частоту участі в чаті, взаємодію з іншими глядачами, практики донатів та участь у додаткових спільнотах (*Discord, Telegram* тощо). Результати свідчать, що значна частина аудиторії не обмежується пасивним переглядом, а активно взаємодіє зі стримерами та іншими користувачами.

Таблиця 5.8

Показники інтерактивної залученості аудиторії

Показник інтерактивності	Варіант відповіді	Частка респондентів, %
Участь у чаті під час стріму	Пишу в чат регулярно	62
	Пишу зрідка	27
	Лише читаю чат, не пишу	11
Здійснення донатів стримерам	Донатив(ла) кілька разів	34
	Донатив(ла) регулярно	8
	Не донатив(ла) жодного разу	58
Участь у додаткових спільнотах (<i>Discord, Telegram</i>)	Активно беру участь	24
	Читаю, але майже не пишу	17
	Не складаюсь у додаткових спільнотах	59

Бачимо, що понад половини респондентів регулярно пишуть у чаті, тобто відчують потребу проявляти себе, реагувати на події стріму та бути помітними

для стримера й інших глядачів. Донатна активність менш поширена, проте близько 40% респондентів хоча б раз фінансово підтримували стримерів. Це засвідчує, що частина аудиторії готова інвестувати ресурси в розвиток улюблених каналів та авторів блогу, що має значення для економічної стійкості українського ігрового блогінгу. Натомість участь у додаткових спільнотах є помірною: лише чверть активно комунікують поза ефіром, тоді як більшість або пасивно читають, або взагалі не долучаються до таких майданчиків. Це може свідчити про те, що для багатьох глядачів основною формою інтерактивності залишається саме чат на *Twitch*.

5.3 Інтерпретація результатів та узагальнення впливу *Twitch* на формування геймерських спільнот

Отримані результати емпіричного дослідження дозволяють нам перейти від описового аналізу до глибшої інтерпретації того, як саме платформа *Twitch* впливає на формування та функціонування геймерських спільнот в українському медіапросторі, а також яким чином сучасний український ігровий блогінг інтегрується у контекст цифрової журналістики та медіакультури. З одного боку, *Twitch* виступає каналом розповсюдження розважального відеоконтенту, а з іншого – є своєрідним «соціальним середовищем», у якому створюються нові форми комунікації, солідарності, колективної ідентичності й навіть громадянської активності. Інтерпретація даних опитування дає змогу побачити, як ці виміри поєднуються й перетинаються в досвіді українських глядачів.

По-перше, результати щодо вікової структури та інтенсивності користування *Twitch* свідчать про те, що платформа для більшості опитаних є не епізодичним хобі, а стабільною частиною повсякденного життя. Молоді люди 18–25 років, які домінують у вибірці, поєднують навчання або початок професійної кар'єри з активною участю в цифровій ігровій культурі. Для них *Twitch* виконує одразу кілька функцій: розважальну (відпочинок після навантажень), комунікативну (спілкування з однодумцями) та інформаційно-пізнавальну (знайомство з новими

іграми, геймдизайном, тенденціями індустрії). Висока регулярність перегляду (щодня або кілька разів на тиждень) означає, що глядачі постійно залучені в потік подій, жартів, мемів і дискусій, які циркулюють у межах окремих каналів та спільнот. Це підсилює відчуття приналежності до «групи», підтримує стійкі соціальні зв'язки й створює відчуття «домашнього» цифрового простору [51].

По-друге, мотиви перегляду, зафіксовані в опитуванні, прямо вказують на спільнотний характер платформи. Хоча на перший план виходять розвага й відпочинок, майже дві третини респондентів назвали серед своїх мотивів спілкування в чаті та відчуття спільноти. Це означає, що для багатьох глядачів зміст стріму нерозривно пов'язаний із контекстом взаємодії: гра, яку транслює стрімер, стає приводом для розмов, обміну думками, жартів і спільного переживання подій. У цьому сенсі *Twitch* можна розглядати як цифровий аналог «третього місця» – простору неформального спілкування, що не є ні домом, ні роботою, але дає змогу підтримувати соціальні зв'язки та відчуття залученості до групи. Українські ігрові канали, своєю чергою, перетворюються на локальні осередки таких «третьих місць», в яких глядачі не лише споживають контент, а й співстворять його, впливаючи на хід трансляції своїми реакціями, порадами, донатами, участю в голосуваннях.

По-третє, важливим чинником формування спільнот є мовна солідарність, що чітко простежується в перевазі україномовного контенту. Більшість респондентів, а саме 86%, декларують свідомий вибір української мови на *Twitch*, а мотив підтримки українських стримерів входить до топових причин перегляду платформних трансляцій. Це дає підстави говорити про те, що український ігровий блогінг виконує функції не лише розважального сегмента, а й інструмента символічної підтримки мови й культури. Коли глядач обирає україномовний стрім замість іншомовного, він не лише задовольняє потребу в розвазі, а й підтверджує належність до певної спільноти, яка нормалізує використання української в геймерському середовищі.

Цю тенденцію можна конкретизувати через спробу розділити окремі типи глядачів *Twitch* за мотивацією та формою участі. Аналіз комбінації відповідей дозволяє умовно виділити кілька типів аудиторії, що представлені в таблиці.

Таблиця 5.9

Орієнтовна типологія глядачів українського Twitch

Тип глядача	Домінуючі мотиви	Особливості участі в спільноті
«Соціально орієнтований»	Спілкування, відчуття спільноти, підтримка стрімера	Активно пише в чаті, бере участь у фан-спільнотах
«Навчально-мотиваційний»	Підвищення навичок, стеження за індустрією	Дивиться гіді, аналітику, ставить запитання
«Патріотично налаштований»	Підтримка української мови й контенту	Обирає україномовних стрімерів, донатить «своїм»
«Фоновий споживач»	Розвага, фоновий супровід	Рідко пише в чаті, зазвичай пасивний
«Глобальний глядач»	Глобальні тренди, топ-ігри й турніри	Поєднує українські та іноземні канали

Звісно, у реальності межі між цими типами є рухливими, і конкретний глядач може проявляти риси кількох типів одночасно. Однак така типологія дозволяє побачити, що спільнотний вимір *Twitch* базується на поєднанні емоційної, пізнавальної, мовної та ідентифікаційної мотивації, а не зводиться до пасивного споживання відео. Для українських стрімерів це означає необхідність враховувати багатовимірність аудиторії: хтось приходить по атмосферу й спілкування, хтось – по професійний ігровий рівень, а хтось – по відчуття культурної та мовної близькості.

По-четверте, інтерактивні можливості платформи відіграють роль «клею», що скріплює спільноти й перетворює розрізнених глядачів на відносно згуртовані групи. Регулярна участь у чаті, видимість нікнеймів, реакції стримера на коментарі, публічне виведення донатів на екран – усе це посилює відчуття, що кожен глядач може бути поміченим і вплинути на те, що відбувається під час трансляції [29]. Для частини користувачів саме це відчуття живої взаємодії є вирішальним чинником, який відрізняє *Twitch* від пасивних платформ відеоконтенту. Навіть ті глядачі, які рідко пишуть у чаті або ніколи не донатять, все одно включені в цю логіку: вони спостерігають за реакціями інших, співпереживають, запам'ятовують внутрішні мему й «історії каналу», тобто внутрішньо інтегруються в спільноту, хоч і залишаються формально пасивними.

З іншого боку, помірна поширеність участі у додаткових спільнотах (*Discord*, *Telegram*, тощо) вказує на те, що не всі глядачі готові виносити свою присутність за межі ефірного часу. Це може бути пов'язано з браком часу, небажанням розширювати коло цифрових комунікацій або ж прагненням зберігати *Twitch* як «обмежену» зону дозвілля, не перевантажуючи себе надлишковими соціальними зв'язками. Таким чином, *Twitch*-спільнота часто має концентричну структуру: ядро становлять найактивніші учасники, які присутні в усіх каналах і практиках, тоді як ширші кола аудиторії обмежуються участю лише в чаті або навіть тільки переглядом стрімів.

По-п'яте, з огляду на мовні й мотиваційні установки аудиторії можна говорити про те, що український *Twitch* стає майданчиком формування специфічних геймерських ідентичностей (рис. 3.2). Глядачі не просто дивляться гру – вони конструюють у спільноті певний образ «свого» стримера: оригінального, близького за цінностями, переважно україномовного, здатного підтримати розмову та реагувати на актуальні події в країні [42]. У межах таких каналів народжуються сталі жарти, внутрішні прізвиська, повторювані сценарії взаємодії, які відрізняють одну спільноту від іншої й роблять її унікальною для учасників. Це дає підстави трактувати українські *Twitch*-канали як малі спільноти

практики, де спільним є не лише інтерес до конкретної гри, а й набір ритуалів, норм і цінностей.

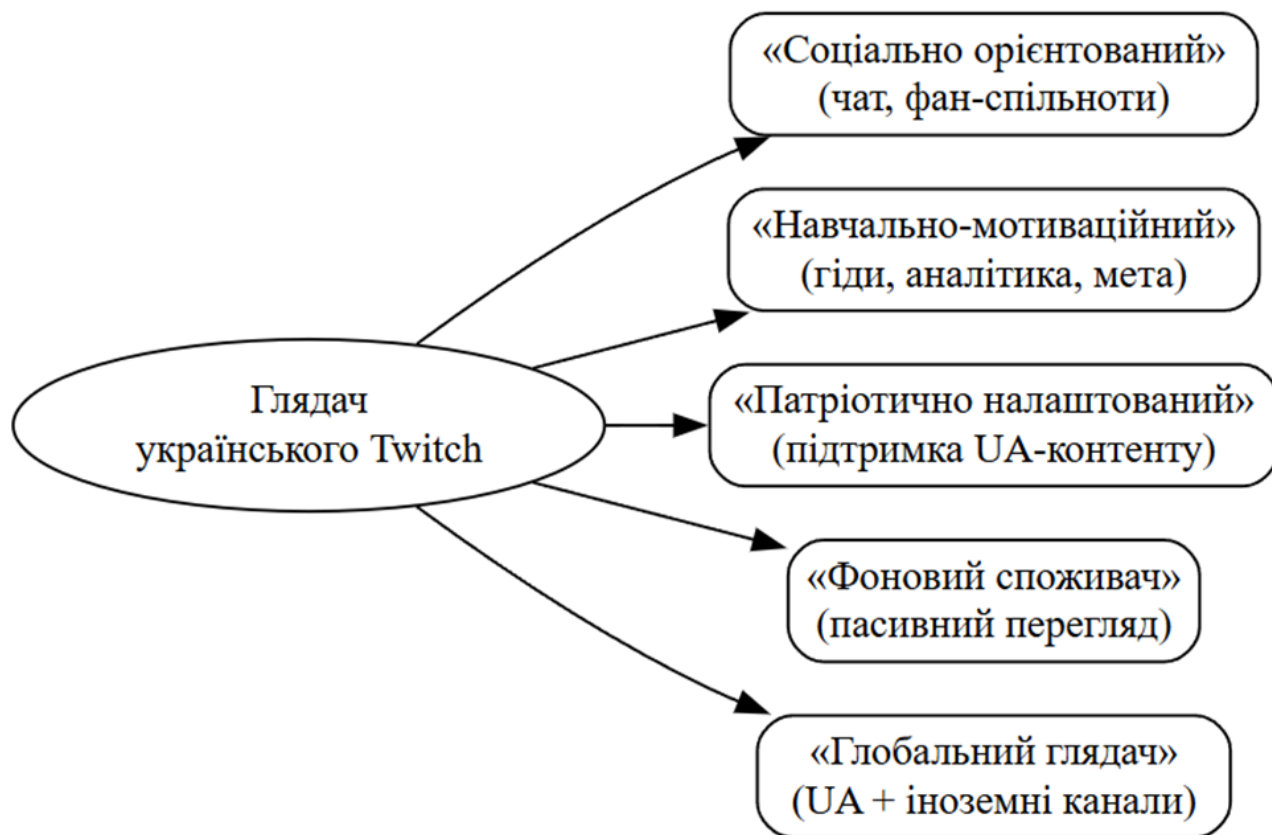


Рис. 5.2. Типологія глядачів українського *Twitch* за мотивацією

Цікаво й те, що підтримка українських стримерів часто поєднується з елементами громадянської позиції. Хоч опитування безпосередньо не фокусувалося на політичних питаннях, у відкритих відповідях респонденти нерідко згадують, що для них важливо підтримувати авторів контенту, які відкрито говорять про український контекст, благодійні збори, допомогу армії чи волонтерські ініціативи. Таким чином, інтерактивність і можливість миттєвих донатів роблять *Twitch* інструментом не лише культурної, а й соціальної ідентичності. Це додає ще один вимір до впливу платформи на формування спільнот – спільноти стають не тільки геймерськими, а й частково

громадянськими, підтверджуючи актуальність даного дослідження у час повномасштабного вторгнення.

Узагальнюючи, можна окреслити основні напрями впливу *Twitch* на формування геймерських спільнот в українському медіапросторі, що відображено в наступній таблиці.

Таблиця 5.10

Основні напрями впливу *Twitch* на геймерські спільноти

Напрямок впливу	Основні прояви в українському сегменті
Соціальний	Створення «третіх місць», підтримка дружніх контактів
Культурно-мовний	Популяризація української мови, формування локального контенту
Освітньо-інформаційний	Передача ігрових знань, знайомство з новими проєктами
Емоційно-психологічний	Емоційна підтримка, спільне переживання подій
Економічний	Донати, підписки, підтримка незалежних творців
Громадянський	Благодійні збори, акценти на суспільно значущих темах

Кожен із цих напрямів взаємопов'язаний із іншими та підсилює їх. Наприклад, мовна підтримка українського контенту має і культурне, і громадянське значення, а донати можуть бути як чисто економічним, так і емоційним жестом підтримки [32]. У цьому комплексі і формується цілісна картина функціонування геймерських спільнот, які значною мірою базуються на *Twitch* та пов'язаних із ним платформах.

Висновки до розділу 5

Емпіричний етап дослідження, що ґрунтувався на методі онлайн-анкетування, забезпечив системне виявлення ключових особливостей сприйняття українського ігрового блогінгу аудиторією платформи *Twitch* та підтвердив значну частину теоретичних положень щодо функціонування стримінгу як інструмента цифрової комунікації та соціалізації. Результати дозволяють окреслити цілісний портрет українського глядача *Twitch*, його мотиваційні установки, поведінкові патерни та оцінити рівень залучення платформи до процесів формування спільнот.

Отримані дані свідчать, що український сегмент *Twitch* формується переважно молоддю віком 18-25 років (71,7 %), для якої перегляд стрімів є стабільною та регулярною практикою повсякденного життя. Понад 80% респондентів дивляться стріми принаймні кілька разів на тиждень, що характеризує їх як сталу, а не випадкову аудиторію. Прикметною є і гендерна децентралізація: частка жінок (51,7%) у вибірці навіть незначно переважає чоловіків (45,8%), що вказує на руйнування традиційних стереотипів "чоловічого" геймерського середовища. Територіальний розподіл також демонструє децентралізацію геймерських практик: половина опитаних мешкає в містах обласного чи районного значення, підтверджуючи, що *Twitch* став доступним інструментом дозвілля для широкого спектра населення, сприяючи формуванню всеукраїнських онлайн-спільнот.

Дослідження підтвердило, що інтерактивність є "клеєм", що скріплює спільноти. Понад 60% глядачів регулярно пишуть у чаті, тоді як близько 40% хоча б раз фінансово підтримували стрімерів (донати). Ця активність перетворює розрізнених глядачів на "малі спільноти практики".

У межах цих спільнот відбувається формування специфічних геймерських ідентичностей:

- Глядачі активно конструюють образ "свого" стрімера: оригінального, близького за цінностями, переважно україномовного, здатного підтримати розмову та реагувати на актуальні події в країні;

– На каналах народжуються сталі жарти, внутрішні прізвиська та традиції, що відрізняють одну спільноту від іншої;

– *Twitch*-канали функціонують як цифровий аналог "третього місця" – простору неформального спілкування, що підтримує стійкі соціальні зв'язки.

Український ігровий блогінг виконує багатовимірну функцію, що виходить за межі суто розваг. Він інтегрується у ширші контексти цифрової журналістики та медіакультури, забезпечуючи: соціальну підтримку, створюючи осередки солідарності та дружніх контактів; культурно-мовний розвиток, завдяки популяризації української мови та формуванні локального контенту; освітньо-інформаційний обмін, передаючи знання про ігри та індустрію; громадянську спільність, де інтерактивність та донати перетворюють *Twitch* на інструмент благодійних зборів та акцентів на суспільно значущих темах, додаючи геймерським спільнотам вплив на соціально важливі проблеми.

Таким чином, український *Twitch* є динамічним соціально-комунікативним феноменом, який відіграє помітну роль у конструюванні національної ідентичності та цифрової культури молоді, ефективно поєднуючи розважальний, пізнавальний та ідентифікаційний потенціал.

ВИСНОВКИ

Наше дослідження, присвячене *Twitch* як ключовій стримінговій платформі, доводить, що вона виконує роль мосту між ігровою індустрією та її аудиторією. Це інтерактивний сервіс, який дозволяє не лише транслювати ігровий процес у режимі реального часу, але й створювати спільноти, проводити кіберспортивні змагання, рекламувати нові проєкти та залучати глобальну аудиторію до подій різного масштабу. Дослідження платформи *Twitch* як основного інструменту для трансляції ігор та розвитку ігрової індустрії дозволяє зробити кілька важливих висновків щодо її ролі в сучасному світі кіберспорту, геймерської культури та її інтеграції з іншими аспектами цифрової індустрії.

У результаті проведеного дослідження підтверджено, що *Twitch* здобув популярність завдяки своїм перевагам у вигляді високої швидкості передачі даних, низької затримки й інтеграції з геймерськими консолями та мобільними додатками, що дозволяє користувачам без особливих технічних навичок транслювати свій контент. Платформа також активно сприяє розвитку кар'єр стримерів, надаючи їм можливість монетизувати свій контент через підписки, донати й рекламні угоди. Стримери, як *Shroud* та інші популярні фігури, стали не тільки символами успіху на *Twitch*, але й брендами, що підкреслюють важливість платформи як місця для розвитку цифрових кар'єр.

Згідно з результатами дослідження, також було виявлено, що *Twitch* має значний вплив на розвиток подій ігрової індустрії, сприяючи просуванню нових ігор та підтримуючи екосистему кіберспорту. *Twitch* дозволяє не тільки глядачам, а й розробникам ігор взаємодіяти з аудиторією в реальному часі, що сприяє швидкому розповсюдженню новин про нові проєкти, тестування ігор та зворотному зв'язку від користувачів. Завдяки цьому *Twitch* займає центральну роль у розширенні цифрових спільнот, що сприяють популяризації не тільки ігор, а й культурних та соціальних аспектів геймерського досвіду.

У ході дослідження було також підтверджено, що *Twitch* став основною платформою для кіберспортивних турнірів, зокрема таких великих подій, як «*The*

International» з Dota 2, які зібрали рекордні аудиторії, що налічують десятки мільйонів глядачів, що свідчить про вплив платформи на глобальний розвиток кіберспорту. Інтерактивні функції *Twitch*, зокрема чат, донати та функція *SuperChat* (для *YouTube*), сприяють активному залученню глядачів до подій і підвищенню рівня залученості аудиторії, що робить платформу не тільки місцем перегляду, а й активної участі.

У контексті конкуренції *Twitch*, незважаючи на зростаючу кількість альтернатив, таких як *YouTube Gaming* або *Facebook Gaming*, залишається лідером на ринку потокових ігор. Навіть спроби створення конкурентних платформ не призводять до значних результатів, оскільки *Twitch* володіє унікальними можливостями для монетизації та залучення користувачів. Це дозволяє платформі не тільки утримувати лідерство, а й постійно розвивати свою інфраструктуру, запроваджуючи нові технології, такі як 4K відео чи інтеграція з хмарними сервісами *Amazon*.

У результаті дослідження було також розкрито ключові аспекти розвитку, функціонування та соціального значення ігрового блогінгу в Україні, з особливим акцентом на платформу *Twitch* та її провідних українських авторів. Сутність поняття «ігровий блогінг» у контексті сучасного медіапростору полягає в поєднанні розважального, комунікативного та аналітичного компонентів, що реалізуються через онлайн-платформи. Ігровий блогінг сьогодні – це не лише трансляція ігрового процесу, а й створення цілісного медіапродукту, котрий включає взаємодію з глядачем, інтерпретацію ігор та громадянське самовираження автора.

Еволюція ігрового блогінгу в Україні пройшла шлях від аматорського контенту до високопрофесійних каналів, які створюють повноцінний україномовний медіапростір. Особливо динамічний розвиток відбувся після 2014 року, коли блогери почали цілеспрямовано відмовлятися від російськомовного сегменту на користь національно орієнтованого контенту, що посилює ідентичність українського геймерського суспільства.

Соціокультурна роль геймерських блогів полягає у формуванні молодіжних спільнот, зростанні медіаграмотності, підтримці національної мови та культури в цифровому середовищі. Блогери виступають не лише як розважальники, а й як медіаособистості, що транслюють цінності, підтримують ЗСУ та залучають глядачів до діалогу. З огляду на це, ігровий блогінг стає важливим інструментом формування громадянської позиції молоді, оскільки зараз саме блогери є лідерами думок для своєї аудиторії та можуть впливати на її світогляд.

Огляд провідних українських *Twitch*-блогерів показав значну жанрову й стилістичну різноманітність: від професійного кіберспорту (*cs2_maincast*, *dota2_maincast*) до персоналізованих трансляцій (*Leblga*, *Thetremba*, *valentinoprada*). Ці канали охоплюють різні аудиторії та формують нові форми медійного впливу – від аналітики до емоційного залучення. У мовному та стилістичному аспекті українські блогери демонструють багатство комунікаційних стратегій – від професійної термінології в кіберспортивних трансляціях до живої мови в *IRL*-стрімах. Мова – не лише інструмент подачі, а маркер ідентичності, який об'єднує аудиторію навколо цінностей та культури.

Попри стрімкий розвиток, український ігровий блогінг стикається з низкою викликів. Серед них – цензура платформ, особливо в темах війни; кібербулінг і хейт у чатах і коментарях; а також інформаційна безпека, що стає критично важливою в умовах війни. Український ігровий блогінг сьогодні – це не просто аматорська розвага, а важлива частина цифрової культури та соціального простору молоді. Він формує нову мову, нові типи лідерства, сприяє консолідації української аудиторії та має значний вплив на суспільну думку.

Отримані результати підкреслюють потенціал ігрового блогінгу як інструменту культурної дипломатії та м'якої сили України на міжнародній арені, адже україномовний контент може формувати позитивний імідж країни та доносити правдиву інформацію до світової аудиторії. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення впливу ігрового блогінгу на формування громадянської позиції молоді, його потенціалу у розвитку креативних індустрій та його ролі у протидії російській пропаганді в інформаційному просторі.

Емпіричний етап дослідження, проведений за допомогою онлайн-анкетування, дозволив окреслити цілісний портрет української аудиторії Twitch та підтвердив ключові теоретичні положення про стримінг як важливий інструмент цифрової комунікації. Виявлено, що основу українського сегмента становить молодь віком 18–25 років, для якої *Twitch* є регулярною практикою повсякденного дозвілля, а не епізодичним заняттям. Показовим є й гендерний баланс – жінки становлять трохи більше половини вибірки, що демонструє подолання усталених стереотипів про «чоловічу» природу геймінгу. Територіальна різноманітність аудиторії підтверджує загальноукраїнський характер платформи: значна частина глядачів – мешканці міст обласного та районного значення, що свідчить про широку доступність стримінгу.

Внаслідок дослідження нами виявлено, що інтерактивність є ключовим фактором формування спільнот: більшість глядачів активно користуються чатом, беруть участь у внутрішніх жартах та традиціях, а майже половина фінансово підтримували стримерів. Це перетворює аудиторію на малі спільноти практики, у межах яких формуються власні культурні коди, мікроідентичності та унікальні медійні традиції. Український ігровий блогінг виконує комплексну функцію: від розважальної – до соціальної, освітньої та громадянської. *Twitch* слугує простором мовної й культурної консолідації, популяризує українську мову й створює локальний контент, а також стає платформою для благодійних зборів та суспільно важливих ініціатив. У підсумку, український *Twitch* постає як динамічний соціально-комунікативний феномен, що формує цифрову культуру молоді, підтримує національну ідентичність, що важливо під час повномасштабного вторгнення, і поєднує розважальний, пізнавальний та громадянський потенціал сучасного ігрового блогінгу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блогерство як феномен сучасного інформаційного суспільства // Національний університет «Одеська політехніка». 2020. URL : https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/studolympconf/fenomen_bloggerstva.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з франц. Київ : Основи, 2004. 230 с.
3. Везомська С., Голубчик Г., Каюн В. Роль культурної спадщини в процесі конструювання національної ідентичності українців // Вісник Науки Та Освіти, 10(28). 2024. URL : [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10\(28\)-1387-1403](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10(28)-1387-1403) (дата звернення: 25.11.2025).
4. Гондюл О. Д. Наукові дослідження застосування ігрових технологій в медіа // Нотатки сучасної науки. 2022. № 3. С. 5. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/notmodsc_2022_3_3 (дата звернення: 25.11.2025).
5. Гондюл О. Д. Типологія ігрових технологій у сучасній журналістиці: від гейміфікації до новинних ігор // Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія. 2024. Вип. 3 (13). С. 5 – 16.
6. Гуменюк Т. Сучасний блогерський медіапростір. Український інформаційний простір. № 1(9). С.57–68. URL : <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/257083/254010> (дата звернення: 25.11.2025).
7. Дяченко А., Зозульова О. Досвід сегментування аудиторії геймерів в Україні. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134943> (дата звернення: 25.11.2025).
8. Єщенко П. С., Жебка В. В., Ступак С. В. Проблеми монетизації цифрового контенту // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2014. №1(9). С. 22–27.
9. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ : ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с. URL :

https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39534/1/V_Ivashchenko_SMKT_2021.pdf (дата звернення: 25.11.2025).

10. Кастельс М. Інтернет галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / пер. з англ. Київ : Ваклер, 2007. 304 с.

11. Лисенко Т., Морозова О. Ознаки кіберспорту як спортивної дисципліни // Науково-методичні основи використання інформаційних технологій в галузі фізичної культури та спорту : зб. наук. пр. Харків : ХДАФК, 2019. Вип. 3. С. 63–67.

12. Лобовікова Е. А. Кіберспорт: особливості становлення в Україні // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. 2009. Вип. 15. С. 539–542.

13. Лобовікова О. О. Специфіка взаємодії в соціальних мережах // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2014. Вип. 62. С. 164-172. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2014_62_22 (дата звернення: 25.11.2025).

14. Нестеряк Ю. Маруховська-Картунова О. Інтернет-журналістика: науковий дискурс-аналіз щодо основних підходів до визначення // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Теорія та історія журналістики. 2024. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 35 (74) № 4 Частина 2 С. 189-194. URL : <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/31> (дата звернення: 25.11.2025).

15. Погребняк І. Блогінг як форма сучасного мережевого художньо публіцистичного жанру // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31(70). №3. Ч.3. С. 229-233. URL : https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_3/38.pdf (дата звернення: 25.11.2025).

16. Правила спортивних змагань з кіберспорту (електронного спорту) (нова редакція) // Міністерство молоді та спорту України, 2021. URL : https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Sport/Pravyla_zmagan/2021/pravila-kibersport.pdf (дата звернення: 25.11.2025).

17. Тушевська, Т. В., Мартинюк В. М. Розвиток блогінгу в Україні // Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 14 квіт. 2020 р. / Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С. 342-344. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/handle/123456789/9750> (дата звернення: 25.11.2025).
18. Фісунов А., Баловсяк Н., Бабенко В. Ігролад - цикл матеріалів про відеоігри // ЗВО «Український католицький університет». 2024. URL : <https://er.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f8c7f34c-36a0-4934-8fab-2019ae357cd5/content> (дата звернення: 25.11.2025).
19. Цветкова К., Санакоєва Н. Відеоблогінг як інструмент в українському рекламно-комунікаційному просторі // Запорізький національний університет. 2022. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/10383/1/Tsvietkova%202022.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).
20. Шинкарюк О., Ярмоленко М., Ярмоленко Ю., Юхно Ю., Лениченко В. Стримінгові платформи як інструмент популяризації та розвитку кіберспорту // Sport Science Spectrum. 2024. № 1. URL : <https://doi.org/10.32782/spectrum/2024-1-7> (дата звернення: 25.11.2025).
21. Щербина В. Субкультура геймерських онлайн-спільнот – складова культуротворення в середовищі нових медіа // Культурологічна думка, 2015. № 8. С. 164-167. URL: <https://tinyurl.com/4kmuczxs> (дата звернення: 25.11.2025).
22. Ai J., Cross B., Bignell C. The construction of gamer identity in narratives about video game playing and formal education learning experiences. 2023. URL : <https://doi.org/10.25304/rlt.v31.2852> (дата звернення: 25.11.2025).
23. Blogging for Facilitating Understanding: A Study of Video Game Education. URL : https://doi.org/10.1162/ijlm_a_00063 (дата звернення: 25.11.2025).
24. Cole, H., & Griffiths, M. D. Social interactions in online gaming // CyberPsychology & Behavior, 2007. 10(3). 321-326. URL : https://www.academia.edu/2442243/Social_interactions_in_online_gaming (дата звернення: 25.11.2025).

25. Communication in online games on the example of own research // Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Wrocław. 56–63. URL : <https://t.ly/pmgDL> (дата звернення: 25.11.2025).
26. Community Guidelines Introduction to Safety on Twitch. URL : https://safety.twitch.tv/s/article/Community-Guidelines?language=en_US (дата звернення: 25.11.2025).
27. Deng J., Cuadrado F., Tyson G., Uhlig S. Behind the game: Exploring the twitch streaming platform // IEEE 14th International Workshop on Network and Systems Support for Games (NetGames) : Conference. Zagreb, Croatia, 2016. URL : https://www.researchgate.net/publication/285055799_Behind_the_Game_Exploring_the_Twitch_Streaming_Platform (дата звернення: 25.11.2025).
28. D. Lotz A. Streaming Video. New York, NY : NYU Press, 2023. 376 p. (Critical Cultural Communication).
29. Dux J., Kim J. Social Live-Streaming: Twitch.TV and Uses and Gratification Theory Social Network Analysis // 8th International Conference on Computer Science, Engineering and Application. Shanghai, 2018. P. 47–61.
30. Fanzo J., Gu R., Han J., Majmudar K., Deng T., Cheng F., Li C., Hammer J. What Lurks in the Dark: An Audience Participation Horror Game // CHI PLAY '17 Extended Abstracts: Extended Abstracts Publication of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play. Amsterdam, 2017. P. 621 - 624. URL : <https://doi.org/10.1145/3130859.3130865> (дата звернення: 25.11.2025).
31. Hamilton, W., Garretson, O., Kerne, A. Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media // CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2014. P. 1315–1324. URL : <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2556288.2557048> (дата звернення: 25.11.2025).
32. Johnson M. 'It's like the gold rush': the lives and careers of professional video gamestreamers on Twitch.tv // Information, Communication and Society. Vol. 22, No. 3. – P. 336–351. 2017. URL : <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386229> (дата звернення: 25.11.2025).

33. Johnson M. The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry // *Media Culture & Society*. Volume 41, Issue 5. 2018. URL : <https://doi.org/10.1177/0163443718818363> (дата звернення: 25.11.2025).
34. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // *Intelligent Information Management*, Vol. 8. No. 5, September 30, 2016. 2010. P. 59-68. URL : <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003> (дата звернення: 25.11.2025).
35. Lessel P., Vielhauer A., Krüger A. Expanding Video Game Live-Streams with Enhanced Communication Channels: A Case Study // *CHI '17: Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Denver, 2017. P. 1571–1576. URL : <https://doi.org/10.1145/3025453.3025708> (дата звернення: 25.11.2025).
36. Mizina A. What Are Gamer Blogs? Understanding Their Role in the Gaming Community. 2025. URL : <https://t.ly/uHDUn> (дата звернення: 25.11.2025).
37. Nascimento G., Ribeiro M., Cerf L. Modeling and Analyzing the Video Game Live-Streaming Community // *9th Latin American Web Congress*. 2014. URL : <https://doi.org/10.1109/LAWeb.2014.9> (дата звернення: 25.11.2025).
38. Robinson R., Rubin Z., Márquez Segura E., Isbister K. All the feels: designing a tool that reveals streamers' biometrics to spectators // *FDG '17: Proceedings of the 12th International Conference on the Foundations of Digital Games*. New York, 2017. P. 1-6. URL : <https://doi.org/10.1145/3102071.3102103> (дата звернення: 25.11.2025).
39. Steinkuehler, C.A. and Williams, D. Where Everybody Knows Your (Screen) Name: Online Games as “Thirdplaces” // *Journal of Computer Mediated Communication*, 2006. № 11. 885-909. URL : <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00300.x> (дата звернення: 25.11.2025).

Досліджувані джерела

40. Зростання ігрового бізнесу та український геймдев // МінФін. 2024. URL : <https://minfin.com.ua/ua/2024/05/21/127364918/> (дата звернення: 25.11.2025).
41. Іванина М. Міщенко С. Інтерактивний контент для залучення клієнтів // elit-web.ua. 2021. URL : <http://surl.li/krsdmt> (дата звернення: 25.11.2025).
42. Кирилова, О. В. Навчальний посібник з дисципліни «Сучасне медіавиробництво» для здобувачів спец. «Журналістика» [Електронний ресурс] / О. В. Кирилова, Л. В. Хотюн. – Дніпро : Дніпровський нац. ун-т ім. О. Гончара, 2025. 180 с. URL : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0062871.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).
43. Кравченко С. М. Гейміфікація: до аналізу семантики поняття. URL : <https://t.ly/M2Mf6> (дата звернення: 02.05.2025).
44. Обережно, русняві ігри // steampowered.com URL : <https://store.steampowered.com/curator/42985013/> (дата звернення: 05.05.2025).
45. Севч Ю. Чому Twitch стає популярним серед українців: приклади відомих стрімерів // Медіакритика. 2024. URL : <https://t.ly/M2Mf6> (дата звернення: 25.11.2025).
46. Що таке партнерська програма: як вона працює та дозволяє заробляти // Освітній проєкт Smart Lab. URL : <https://smartlab-study.com/blog/article/10.php> (дата звернення: 25.11.2025).
47. Best Esports Tournaments: the biggest and weirdest events to watch on twitch // Ballantine's. URL : <https://www.ballantines.com/en/blog/best-esports-tournaments-the-biggest-and-weirdest-events-to-watch-on-twitch/> (дата звернення: 25.11.2025).
48. Clement J. Twitch.tv global visitors 2025, by age group // statista.com URL: <https://www.statista.com/statistics/634057/twitch-user-age-worldwide/> (дата звернення: 25.11.2025).
49. Dean B. Twitch Usage and Growth Statistics: How Many People Use Twitch? 2024. URL : <https://backlinko.com/twitch-users> (дата звернення: 25.11.2025).

50. Distribution of Twitch.tv users worldwide as of February // Statista.com : by age group, 2024. URL : <https://www.statista.com/statistics/634057/twitch-user-age-worldwide/> (дата звернення: 25.11.2025).
51. Edge N. Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community // *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. Vol. 4 No. 2 pg. 1-2. 2013. URL : <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=821> (дата звернення: 25.11.2025).
52. Elad B. A List Of Vital Twitch Statistics And Trends For Content Creators To Map The Scale Of The Platform // *EnterpriseAppsToday*. 2023. URL : <https://www.enterpriseappstoday.com/stats/twitch-statistics.html> (дата звернення: 25.11.2025).
53. Evangelho J. How One Morning On Twitch Changed My Perception Of Livestreaming And Game Reviews Forever // *Forbes*. 2014. URL : <https://t.ly/RmjkK> (дата звернення: 25.11.2025).
54. Grayson C. A Comparison of the Top Streaming Platforms: Which One is Right for You? 2023. URL : <https://t.ly/ljzEm> (дата звернення: 25.11.2025).
55. Grubb J. Valorant and Twitch build symbiotic relationship of success // *VentureBeat*. 2020. URL : <https://venturebeat.com/business/valorant-twitch-symbiotic-success/> (дата звернення: 25.11.2025).
56. Harkin C. 7 Indie Games That Got A Boost Thanks To Twitch 2023 // *GameRant*. 2023. URL : <https://gamerant.com/indie-games-increased-popularity-thanks-twitch/> (дата звернення: 25.11.2025).
57. Hernandez D. Game Creator Success on Twitch: Hard Numbers // *BlogTwitchTV*. 2016. URL : <https://blog.twitch.tv/en/2016/07/13/game-creator-success-on-twitch-hard-numbers-688154815817/> (дата звернення: 25.11.2025).
58. Industry // *Dictionary.com*. URL : <https://www.dictionary.com/browse/industry> (дата звернення: 25.11.2025).
59. Monetize your Content // *Twitch.Tv*. URL : <https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/paths/monetize-your-content/> (дата звернення: 25.11.2025).

60. Norris P. 13 Best Affiliate Programs for Streamers in 2024 (Top Offers) // AuthorityHacker. 2024. URL : <https://www.authorityhacker.com/affiliate-programs-streamers/> (дата звернення: 25.11.2025).
61. Pros and Cons of the Live Streaming Video Platforms // ShowGg. URL : <https://show.gg/pros-and-cons-of-the-live-streaming-video-platforms> (дата звернення : 25.11.2025).
62. Shroud // Esports Charts. URL : <https://escharts.com/players/shroud> (дата звернення: 25.11.2025).
63. Shroud // Liquipedia. URL : <https://liquipedia.net/counterstrike/Shroud> (дата звернення: 25.11.2025).
64. Streaming // Cambridge Dictionary URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/streaming> (дата звернення: 25.11.2025).
65. Streams Charts URL : <https://streamscharts.com/> (дата звернення: 25.11.2025).
66. The Advantages and Disadvantages of Using Twitch // ITGenio. URL : <https://itgenio.net/blog/advantages-and-disadvantages-of-using-twitch#popup-close> (дата звернення: 25.11.2025).
67. Twitch History // Zippia : The Career Expert. URL : <https://www.zippia.com/twitch-interactive-careers-1461889/history/> (дата звернення: 25.11.2025) .
68. Twitch Top Streamers // twitchtracker.com URL : <https://twitchtracker.com/channels/ranking/ukrainian> (дата звернення: 20.05.2025).
69. Twitch Tracker : [статистика Twitch]. URL : <https://twitchtracker.com/statistics> (дата звернення: 25.11.2025).
70. Twitch vs YouTube vs Facebook Gaming: What's the Best Platform to promote your game // CloutBoost. 2022. URL : <https://t.ly/1FrkM> (дата звернення: 25.11.2025).
71. Twitch vs YouTube: Where Should You Stream? // Castr : Tips and Tricks. 2024. URL : <https://t.ly/5N1zW> (дата звернення: 25.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

TWITCH TOP STREAMERS									
Overall Rank is based on average concurrent viewers, followers, views and stream time for the last 30 days, May 2025, Ukrainian language									
UKRAINIAN		ANY CHANNEL		click the table header to sort		LIVE STREAMS LIST			
				Overall	Last 30 days				
		AVG VIEWERS	TIME STREAMED	ALL TIME PEAK VIEWERS	HOURS WATCHED	RANK	FOLLOWERS GAINED	TOTAL FOLLOWERS	TOTAL VIEWS
#1	 LEB1GA	16,718	35.3 hours	56,784	590K	151	+7.8K	536K	--
#2	 CS2_MAINCAST	3,723	173.2 hours	91,541	645K	312	+3.2K	226K	--
#3	 DOTA2_MAINCAST	1,828	176 hours	42,575	322K	716	+703	117K	--
#4	 THETREMBA	2,998	48.5 hours	7,042	145K	1,035	+3.0K	113K	--
#5	 VALENTINOPRADAGUCCI	2,409	35.7 hours	13,137	86.0K	1,536	+4.9K	39.8K	--

Загальний рейтинг україномовних гейм-блогерів на платформі Twitch (за останні 30 днів)

Рейтинг україномовних гейм-блогерів на платформі Twitch

STREAMERS WITH THE MOST VIEWERS									
Ranked by average concurrent viewers for the last 30 days, May 2025, Ukrainian language									
UKRAINIAN		ANY CHANNEL		click the table header to sort			LIVE STREAMS LIST		
		AVG VIEWERS	TIME STREAMED	ALL TIME PEAK VIEWERS	HOURS WATCHED	RANK	FOLLOWERS GAINED	TOTAL FOLLOWERS	TOTAL VIEWS
#1	 LEB1GA	16,718	35.3 hours	56,784	590K	151	+7.8K	536K	--
#2	 CS2_MAINCAST	3,723	173.2 hours	91,541	645K	312	+3.2K	226K	--
#3	 THETREMBA	2,998	48.5 hours	7,042	145K	1,035	+3.0K	113K	--
#4	 VALENTINOPRADAGUCCI	2,409	35.7 hours	13,137	86.0K	1,536	+4.9K	39.8K	--
#5	 DOTA2_MAINCAST	1,828	176 hours	42,575	322K	716	+703	117K	--

Рейтинг україномовних гейм-блогерів на платформі Twitch за кількістю переглядів (за останні 30 днів)