Вісник Національного університету "Львівська політехніка": журналістика
№ 2 (10), 2025

УДК 316.77 : 070 : 654.195 : 314.743

https://doi.org/10.23939/sjs2025.02.073

Тетяна Гиріна
Державний податковий університет,
вул. Університетська, 31, Ірпінь, Київська обл.
hirinatetyana@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-1587-8767

СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО "NEW GAMES JOURNALISM" У КІБЕРСПОРТИВНІЙ РЕАЛЬНОСТІ

© Тетяна Гиріна, 2025

Досліджено соціальнокомунікаційні аспекти застосування New Games Journalism (NGJ) у кіберспортивній реальності, зокрема в українському медіапросторі. Особливу увагу приділено аналізу інформаційних потреб аудиторії, що ґрунтується на результатах опитування користувачів української кіберспортивної платформи Players. Виявлено, що ключовими факторами, які впливають на популярність кіберспортивних медіа, є оперативність подання контенту, рівень аналітики, а також безпосередня присутність журналістів на турнірах.

Дослідження засвідчує високу зацікавленість аудиторії у глибоких аналітичних матеріалах та контенті в стилі NGJ, що виходить за межі традиційного новинного висвітлення кіберспорту. Аналіз каналів отримання інформації підтверджує домінування соціальних мереж (інстаграм, твітер, тікток) та трансляційних платформ (твіч, ютуб), що підкреслює необхідність адаптації кіберспортивного контенту до динамічних цифрових форматів. Водночас значний інтерес до україномовного контенту (75 % опитаних) вказує на актуальність подальшого розвитку національного кіберспортивного медіа-сегмента та його інтеграції у міжнародний інформаційний простір.

На основі отриманих результатів дослідження обґрунтовано рекомендації щодо адаптації світових практик кіберспортивної журналістики до українського контексту. Зокрема, наголошено на важливості залучення журналістів до безпосереднього висвітлення турнірів, впровадження мультимедійних форматів та розширення локального контенту з акцентом на аналітичний і репортажний стиль. Подальші дослідження можуть охоплювати економічні аспекти функціонування кіберспортивних медіа, їхню роль у формуванні іміджу України на міжнародній арені та вплив NGJ на залученість аудиторії.

Ключові слова: New Games Journalism, кіберспортивна журналістика, соціально-комунікаційні підходи, медіааналітика, українські медіа, цифрові платформи, соціальні мережі, залучення аудиторії, мультимедійний контент, журналістські стратегії.

Вступ. New Games Journalism (NGJ) став концептуальною трансформацією традиційного висвітлення ігрової культури, акцентуючи увагу на особистісному досвіді гравця та соціальному контексті відеоігор. Як частина ширшого медіадискурсу, цей підхід відповідає динаміці змін у цифровому середовищі, де кіберспорт є не лише змагальною платформою, а й елементом глобальної креативної економіки. Завдяки своїй багаторівневій природі кіберспортивна журналістика охоплює аналітику ігрових подій, дослідження культурних феноменів відеоігор та розгляд їхнього впливу на суспільство.

Зростання кіберспорту як явища супроводжується формуванням спеціалізованих медіа, які обслуговують як професійну спільноту гравців, так і широку аудиторію ентузіастів. В Україні цей процес віддзеркалює загальносвітові тенденції, водночас адаптуючись до локальних особливостей, таких як мовна ідентичність, структура ринку та економічні умови. В умовах швидкого розвитку цифрових платформ "NGJ" у кіберспортивному середовищі постає не лише як спосіб інформування, а й як засіб формування спільнот, інтеграції локальних ініціатив у глобальні інформаційні потоки та осмислення кіберспорту як соціокультурного явища.

Постановка проблеми. Попри стрімке зростання кіберспорту як частини глобальної цифрової культури, його висвітлення у форматі New Games Journalism залишається фрагментарним. Більшість аналітичних матеріалів у цій галузі зосереджені на технічних аспектах ігрового процесу, статистичних показниках змагань або короткострокових трендах, тоді як глибоке дослідження соціокультурних та комунікаційних механізмів кіберспорту в журналістському дискурсі обмежене. В Україні ця проблема набуває додаткової складності через недостатню розвиненість інституційної підтримки кіберспортивної журналістики, відсутність чітких редакційних стратегій щодо висвітлення кіберспорту в загальнонаціональних медіа та нерівномірний розподіл уваги між традиційними видами спорту та кіберспортивними дисциплінами. Попри наявність спеціалізованих платформ, їхня аудиторія залишається нішевою, що ускладнює розширення комунікаційного впливу NGJ у кіберспортивному середовищі. Розв'язання цієї проблеми потребує наукового аналізу особливостей New Games Journalism у контексті кіберспорту, що сприятиме виробленню ефективних комунікаційних стратегій, здатних інтегрувати кіберспортивну журналістику в загальний інформаційний простір та забезпечити її повноцінну присутність у сучасному медіа-дискурсі.

Актуальність дослідження. Кіберспорт як феномен цифрової культури формує нові комунікативні практики, потребуючи відповідних підходів до його висвітлення. Концепція New Games Journalism, що зосереджується на емпіричному досвіді, рефлексії та соціокультурному аналізі ігрового середовища, є перспективною для розкриття специфіки кіберспорту не лише як виду змагальної діяльності, але і як глобального медіа-явища. Актуальність дослідження зумовлена зростанням суспільного інтересу до кіберспортивної тематики та необхідністю її системного висвітлення в медіапросторі. В умовах конкуренції традиційних та цифрових медіа підхід NGJ може сприяти залученню ширшої аудиторії, створенню якісного наративного контенту та зміцненню позицій кіберспортивної журналістики в інформаційному середовищі. Крім того, науковий аналіз соціально-комунікаційних підходів до New Games Journalism у кіберспорті дасть змогу краще зрозуміти механізми інтеграції кіберспорту в глобальні медіатренди, оцінити його вплив на аудиторію та окреслити перспективи подальшого розвитку спеціалізованих кіберспортивних медіа.

Формулювання мети та завдань статті. Метою дослідження є аналіз соціальнокомунікаційних підходів до застосування New Games Journalism у кіберспортивній реальності, а також виявлення ефективних механізмів його інтеграції в український медіапростір. Особлива увага приділяється дослідженню інформаційних потреб аудиторії кіберспортивних медіа, що ґрунтується на результатах опитування користувачів української платформи "Players".

Досягнення поставленої мети передбачає виконання завдань у контексті: аналізу особливостей кіберспортивного медіадискурсу; моніторингу сприйняття аудиторією кіберспортивних медіа та визначення ключових факторів, що впливають на їх популярність (оперативність, якість контенту, представництво українських журналістів на турнірах тощо); дослідження уподобань аудиторії щодо формату та змісту кіберспортивного контенту; визначення каналів споживання інформації про кіберспорт (соціальні мережі, спеціалізовані сайти, трансляційні платформи) та оцінки рівня представленості українського кіберспорту в медіапросторі, зокрема на міжнародному рівні; розгляду ролі патріотичних і соціальних ініціатив у кіберспорті як чинника формування іміджу України у світі, а також їхнє відображення у медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кіберспорт як частину спортивної індустрії та економіки розглядають Ю. Чікіш, М. Каррерас-Сімо, Х. Гарсі [11]. Дослідник у галузі інформаційних технологій Університету Копенгагена (Данія) К. Вердер вбачає в ньому "з одного боку засіб самореалізації та задоволення через бажання виграти та розваги і створення цінностей з іншого боку" [21, с. 393–399]. Особливості висвітлення кіберспорту в електронних спортивних медіа проаналізували Дж. Вольф, А. К. Кот [22], А. Торрес-Тукумідіс [19], в українському науковому дискурсі А. Волобуєва та О. Петрик. [1, с. 69–77]. Психологічний аспект кіберспортивної реальності гравців на предмет тильту та управління емоційним станом дослідили О. Шинкарук, А. Скалозуб та Я. Шарга [10, с. 83–95].

Виклад основного матеріалу. Дискусії щодо визнання кіберспорту повноцінною галуззю спорту в академічному середовищі ще не завершені. Від 1967 р., коли Р. Х. Бейер створив першу відеоігрову консоль "Brown Box" [18], змагальний процес еволюціонував від моделі "машина – алгоритм – людина" до моделі "людина – алгоритм – людина", що наблизило змагальний процес до стандартів його спортивного тлумачення. Серед аргументів скептиків: малорухливий спосіб життя функціонерів, що передбачає активність окремих груп м'язів, а не всього тіла, допустимий загальний низький рівень фізичної підготовки, що загалом не заважає досягненню результатів, інші "негативні ризики, пов'язані із заняттями кіберспортом (залежність, насильство, соціальна ізоляція, посилення сексизму або нерухомого способу життя)" [11]. З усіма застереженнями кіберспортом прийнято вважати "організовану комп'ютерно-посередницьку та змагальну гру" [15, с. 211–232].

У 2024 р. глобальна аудиторія спостерігачів за кіберспортом становила "611 мільйонів, включаючи 302 мільйони основних і 308 мільйонів випадкових глядачів" [14]. Прогнозовано щорічно їхня кількість має зростати на 5 %. Водночас "у світі налічувалося приблизно 3,32 мільярда активних гравців відеоігор. Лише за вісім років ця цифра зросла більш ніж на 1 мільярд" [12]. Гравців чоловічої статі становить приблизно 1,7 млрд, жінок-геймерок – 1,39 млрд [12]. Потужний ринок послуг зумовлює залучення капіталу, що актуалізує дослідження в галузі економіки відеоігрової індустрії та потребує окремого дослідницького інтересу. У 2019 р. глобальні доходи від кіберспорту сягали приблизно $1,1 млрд [13, с. 5], а у 2024 р. вже $282 млрд [12].

Подібна динаміка розвитку ринку віртуального спорту стимулює поступ дотичних секторів економіки, соціальних інститутів, серед яких і журналістика. Спортивна журналістика сягає своїм корінням початку XIX ст., коли повідомлення стосувалися змагань із кінного спорту та боксу і адресувалися елітним колам суспільства. Протягом XX ст. вона стала невід'ємною складовою інформаційного бізнесу, а в XXI ст. збагатилася окремим пулом авторів, які намагаються розібратися та популяризувати його сучасну цифрову складову – кіберспорт. Журналістика відеоігор розвивалася паралельно з індустрією відеоігор від 1970-х рр. та пройшла трансформацію від тематичних колонок на газетних шпальтах спеціалізованих журналів до різноманітної галузі журналістики із сегментацією за різними аспектами відеоігор, використанням анонсів, оглядів, звітів, рецензій, нарисових, критичних форм як в текстовій, так і в мультимедійних формах. Сучасний кіберспортивний журналіст – це людина, яка збирає та аналізує інформацію для створення контенту, який визначається суспільним інтересом та може виражатися в новинах, репортажах, аналітичних статтях, звітах про матчі, а також інтерв'ю з гравцями та іншими фахівцями у галузі. Кіберспортивна журналістика – один із тематичних видів інформаційної діяльності, яка в контексті розважальної, рекреативної роботи розкриває теми кіберспорту – "організованої змагальної діяльності в електронних іграх" [7, с. 69].

Особливості діяльності за напрямом кіберспорту в інформаційній сфері визначається найвпливовішими тематичними платформами у всьому світі. Серед них: "ESPN Esports" (США, спеціалізується на висвітленні кіберспорту), "Dot Esports" (США, висвітлює широкий спектр дисциплін: "LoL", "Dota 2", "CS2", "Valorant", "Call of Duty" та ін.), "Upcomer" (США, аналітичні статті, інтерв'ю, кіберспортивна журналістика), "HLTV" (Данія, провідний ресурс для висвітлення

“Counter-Strike 2”, статистики гравців і команд), “Dexerto” (Велика Британія, охоплює кіберспорт, стрімінг та поп-культуру відеоігор), “The Esports Observer” (Німеччина) – зосереджений на бізнес-аспектах кіберспорту, інвестиціях та спонсорстві, “GosuGamers” (Швеція) – новини, рейтинги команд, огляди матчів у “Dota 2”, “LoL”, “CS2”), “Inven Global” (Південна Корея, акцент на азійському кіберспорті, зокрема “LoL”, “PUBG”), “Liquipedia” (міжнародний проєкт, вікі-енциклопедія про кіберспорт із детальною історією турнірів).

В українськомовному тематичному секторі знаковими є проєкти “WePlay Esports” (міжнародна компанія з українським корінням, яка організовує турніри з “Dota 2”, “CS2”, “PUBG”, “Mortal Kombat” та інших дисциплін, а також активно розвиває кіберспортивний контент), “Maincast” (одна з найбільших українських студій аналітики та трансляцій кіберспортивних подій, що співпрацює з “Valve”, “ESL” та іншими міжнародними організаторами), “Esports.ua” (медіа, яке висвітлює кіберспортивні події, новини команд, трансфери гравців та бізнес-аспекти індустрії); “Frag.ua” (добре відомий в українському кіберспортивному середовищі сайт, що активно висвітлював “CS” та “Quake”), “GameInside.ua” (платформа, яка охоплює не лише кіберспорт, а й індустрію відеоігор загалом, зокрема інтерв’ю з гравцями та стрімерами), “UPEA (Ukrainian Professional Esports Association)” (організація, яка сприяє розвитку кіберспорту в Україні, проводить локальні турніри та популяризує дисципліни), “CyberX Esports” (медіапроєкт, який аналізує поточні тенденції кіберспорту та взаємодіє з гравцями та організаторами), “NaVi.gg” (офіційний сайт організації “Natus Vincere”, що надає інформацію про своїх гравців, матчі та діяльність клубу), “Ukrainian Esports Federation (UESF)” (федерація, яка розвиває та регулює кіберспорт в Україні, займається офіційним визнанням дисциплін та підтримкою гравців), “Players” (“це сучасне медіа про український та світовий кіберспорт. Про ігри, гравців та для гравців”) [17].

Кожна із організацій має відповідний комунікаційний підрозділ, який забезпечує інформаційний супровід знакових подій, інформує про різні аспекти функціонування ігрової індустрії. З метою суспільних інтересів та популяризації кіберспорту, а також для визначення переваг і викликів, з якими стикаються українські кіберспортивні медіа в умовах конкуренції з міжнародними платформами, ми поставили собі завдання зрозуміти переваги та виклики, з якими стикаються українські кіберспортивні медіа та шляхи залучення більшого числа аудиторії. Для реалізації цього завдання у період 16–20 грудня 2024 р. було проведено опитування користувачів української платформи “Players” [4], однойменний телеграм-канал якої налічує 1500 підписників. Серед 28 опитаних – експерти ігрової індустрії, журналісти відповідної платформи, геймери вікової категорії “до 18-ти років” – 18,5 %, “18–24” – 22,2 %, “25–34” – 48,1 %, “35–44 роки” – 11,1 %. Користувачі категорії “від 45 років” на запрошення долучитися до анкетування не відгукнулися. Закриті та відкриті запитання анкети зумовили отримання структурованих та не структурованих текстових відповідей, які було піддано вторинному аналізу на підкріплення гіпотез дослідження, крім того, вони виконали функцію унаочнення та документування суджень респондентів, зокрема у відповідь на пропозицію нових форматів, жанрів для висвітлення тощо. Опитування акумулювало аудиторію тематичного телеграм-каналу “Players” [4], тому справедливими результати дослідження вважаємо для аудиторії ком’юніті кіберспорту в розрізі “New Games Journalism”.

Тематичний дискурс контенту спеціалізованої тематики об’єднує однодумців різних сфер зацікавленості. Об’єднанні навколо кіберспорту користувачі спеціалізованих медіа щодня моніторять інформаційну стрічку улюблених галузевих ресурсів (63,4 %), ще 35,7 % респондентів відстежують кілька разів на тиждень. Примітно, що варіант відповіді час від часу у форматі кількох візитів на місяць не зацікавило жодного респондента, вкотре підтверджуючи тезу про активність та системність ком’юніті та його членів. На тематичних платформах відвідувачів цікавлять новини світового (82,1 %), та українського (78,6 %) кіберспорту, прямі трансляції матчів (60,7 %) та аналіз і висвітлення турнірів (50 %) [6]. Показово, що опитані хочуть читати повідомлення від журналістів, які висвітлюють події безпосередньо з місць проведення змагань. Це б дало змогу посилити ефект присутності користувачів, надаючи більш живі та детальні репортажі. Такий підхід підкреслює

важливість оперативності та якості контенту, що є ключовими для задоволення потреб активної та зацікавленої аудиторії. Крім того, швидкість появи новин (67,9 %) є найважливішим аспектом, який цінують користувачі, що підкреслює значущість оперативного інформування у галузі кіберспорту [6].

Для повного розуміння того, як формуються інформаційні вподобання користувачів, необхідно розглянути їхні уподобання щодо джерел інформації. Серед них переважають соціальні мережі (інстаграм, твітер та тікток) – 71,4 %, що свідчить про їх значну роль у поширенні новин та взаємодії з аудиторією. Ці платформи дають змогу швидко ділитися оновленнями та створювати спільноти навколо кіберспортивних подій. Далі йдуть спеціалізовані сайти (35,7 %), що підкреслює важливість наявності детальної та структурованої інформації для зацікавлених користувачів. Трансляції турнірів на твіч та ютубі також мають значну популярність (67,9 %), що відображає зацікавленість у прямих ефірах та візуальному контенті, який дає змогу глибше зануритися в атмосферу змагань. Ці дані підкреслюють необхідність для медіа використовувати різноманітні канали для забезпечення всебічного охоплення та задоволення різноманітних потреб аудиторії, що є важливим для підтримки активності та залученості користувачів у кіберспортивній спільноті [6].

Респонденти високо оцінюють представленість українського кіберспорту в медіа. 50 % опитаних вважають, що український кіберспорт достатньо представлений у ЗМІ, тоді як 35,7 % вважають його представленість частковою [6]. Ці дані свідчать про те, що хоча український кіберспорт має певну присутність у медіа, все ще існують напрями для покращення, особливо щодо забезпечення більш повного та всебічного висвітлення. У галузевих медіа, на думку опитаних, частково (42,9 %) та достатньо (39,3 %) висвітлюють тематику українського кіберспорту. Водночас надихають і тримають інтерес до новин зі світу віртуального спорту повідомлення про перемоги українських команд, гордість, яку вони відчувають за Україну (39,3 %), інші надихаються майстерністю та продуктивністю окремих гравців та мотивуються їхніми здобутками (28,6 %). Для фахівців такі повідомлення викликають жвавий інтерес і співвіднесення себе з іншими гравцями, які дослягли успіху (17,9 %) [6].

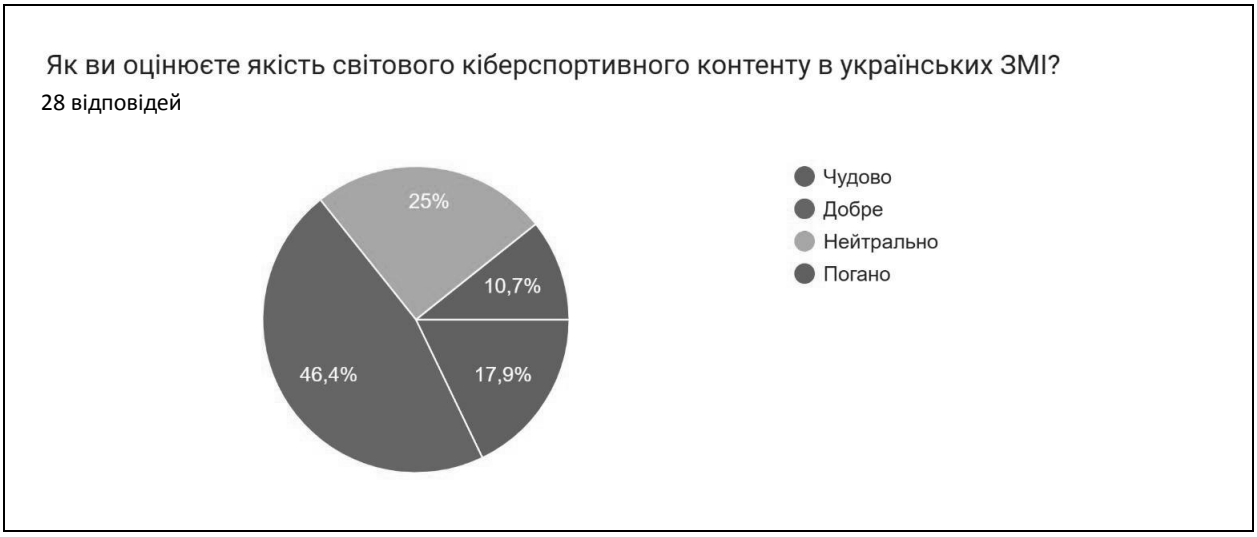


Рис. 1. Оцінка респондентами якості світового кіберспортивного контенту в українських медіа

Рівень світового кіберспортивного контенту респонденти оцінюють добре (46,4 %) та чудово (17,9 %). Ці результати свідчать про те, що українські медіа ефективно інтегрують міжнародний кіберспортивний контент у свої платформи, забезпечуючи високий рівень інформативності та професіоналізму. Однак, незважаючи на загальну задоволеність, частина аудиторії все ще бачить можливості для покращення, що може стосуватися швидкості оновлення інформації або глибини аналізу. Це підкреслює необхідність для українських ЗМІ продовжувати вдосконалювати свій

контент, щоб повністю відповідати очікуванням споживачів і закріпити свої позиції в глобальному інформаційному просторі (рис. 1).

На заваді відчутного поступу медіа відповідної тематики не творчі категорії чи не збіг з очікуваннями аудиторії, а вичерпність ресурсів та фінансування (57,1 %), обмежене охоплення аудиторії, коли про означені медіа не знають поціновувачі комп'ютерних ігор та вмотивовані глядачі (28,6 %). За належного вирішення цих пунктів конкуренція із зарубіжними проєктами для українських ресурсів є другорядною (10,7 %) [6]. Натомість визначним є рівень патріотизму користувачів, половина з яких переконана, що представленість українських шкіл на міжнародній арені достатня, або ж навіть провідна (28,6 %) (рис. 2).

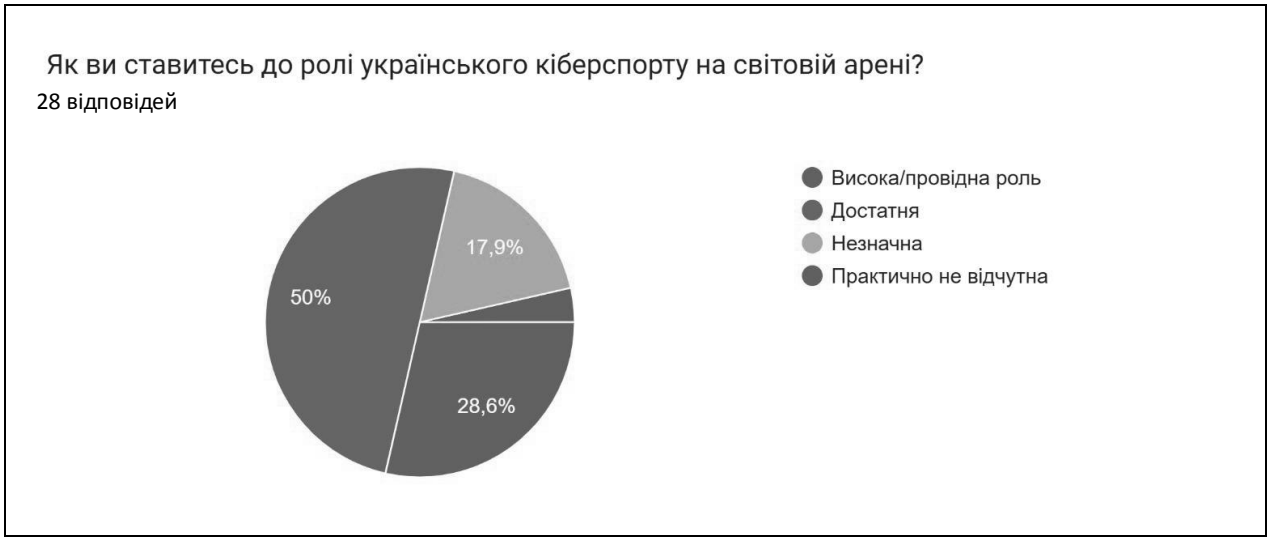


Рис. 2. Як ставляться респонденти до ролі українського кіберспорту на світовій арені?

Ці оцінки підтверджуються реальними досягненнями українських команд у 2024 р. Зокрема, команда "Natus Vincere" (NAVI) здобула перемогу на турнірі "Intel Extreme Masters Rio 2024" з гри "Counter-Strike 2", отримавши приз у розмірі $100000 [5]. Крім того, "NAVI" стали чемпіонами турніру "Esports World Cup 2024", обігравши у фіналі німецьку команду MOUZ з рахунком 2:1 та отримавши призовий фонд у $400000 [8]. Інші українські команди також демонструють значні успіхи. Зокрема, команда "Monte" досягла фіналу онлайн-турніру "CCT Season 2 Europe Series 16" з гри "Counter-Strike 2" [16], що свідчить про зростаючий потенціал українських колективів на міжнародній арені. Статистичні дані підтверджують позитивні оцінки респондентів щодо міжнародної представленості українських кіберспортивних команд, підкреслюючи їхні вагомі досягнення та перспективи на майбтунє.

Кожна з цих перемог, успішних виступах на глобальному рівні, надає суб'єктності українському кіберспорту, а Україні як державності представництва на міжнародному рівні, що особливо цінно серед молодої успішної аудиторії з різних країн. Саме вони на місцях доноситимуть до своїх громад не лише інформацію про гідне представлення Україні на спортивних змаганнях, а й ближче знайомитимуться із загрозами, з якими щодня стикаються українці, долаючи ворога на своїй землі. Патріотизм українських гравців та команд виражається у низці ініціатив, спрямованих на підтримку Збройних Сил України та підвищення обізнаності про ситуацію в країні. Серед них Благодійний турнір "Кубок Єдності", проведений у травні 2022 р. за участі 25 українських команд з різних міст з метою збору коштів на підтримку ЗСУ [3]. Українські кіберспортсмени активно беруть участь у благодійних стрімах та акціях, спрямованих на збір коштів для українських військових, демонструючи свою солідарність та підтримку захисникам країни, співпрацюють з благодійними фондами, організовуючи спільні заходи та ініціативи для підтримки постраждалих від конфлікту та

військових, організовують заходи, спрямовані на підтримку національного духу та об'єднання студентів навколо патріотичних ініціатив. На міжнародному рівні беруть участь у міжнародних благодійних турнірах і стрімах, метою яких є збір коштів на підтримку постраждалих від війни в Україні, Українська Професійна Кіберспортивна Асоціація (UPEA) співпрацює з міжнародними партнерами для проведення спільних заходів, спрямованих на підтримку України та інтеграцію українського кіберспорту у світову спільноту [20], українські команди активно беруть участь у міжнародних кіберспортивних турнірах, де не лише демонструють високий рівень гри, а й привертають увагу до ситуації в Україні, використовуючи свої платформи для поширення інформації. Українські кіберспортивні організації закликають міжнародні федерації, такі як Міжнародна федерація кіберспорту (IESF), дотримуватись принципів нейтральності та підтримувати санкції проти країн-агресорів, сприяючи міжнародній підтримці України [9]. Українські кіберспортивні організації, такі як "Maincast", розширюють присутність українськомовного контенту на міжнародних платформах, співпрацюючи з медіагрупами для дистрибуції трансляцій світових турнірів, що сприяє популяризації української культури та підвищенню обізнаності про ситуацію в Україні [2]. Подібні активності унаочнюють тезу про глибоку залученість української кіберспортивної спільноти у підтримку своєї країни та сприяють підвищенню обізнаності міжнародної аудиторії про ситуацію в Україні, про що свідчать результати опитування (рис. 3).

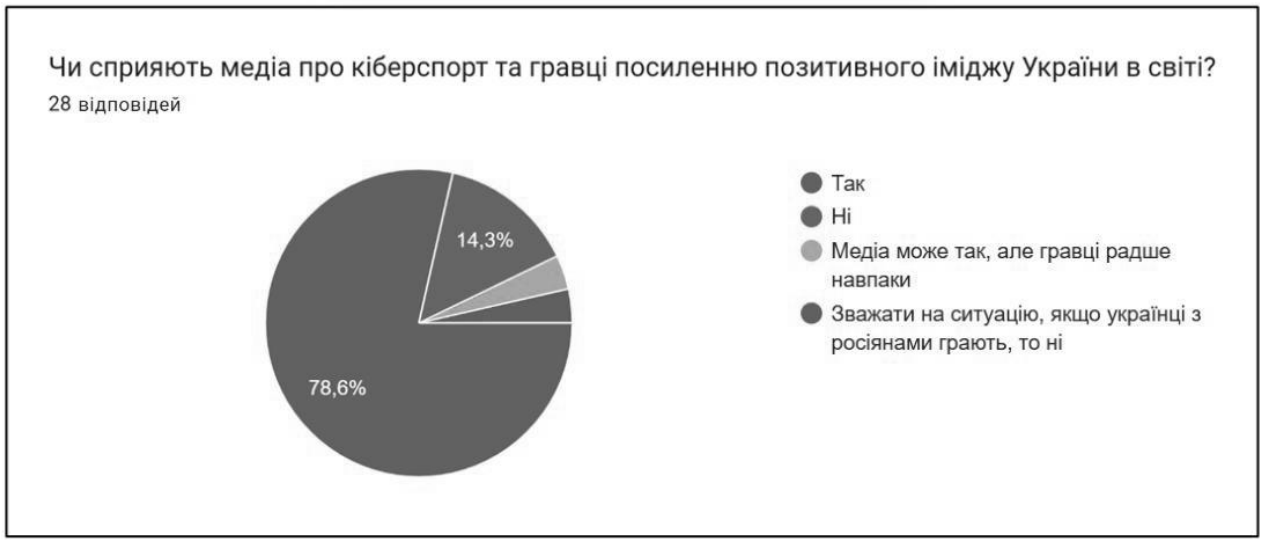


Рис. 3. Вплив медіа про кіберспорт та гравців на посилення позитивного іміджу України в світі

У відкритих відповідях респонденти висловлювали усвідомлення важливості міжнародної присутності українського кіберспорту як чинника популяризації держави у світі. Зокрема, акцентувалося, що спорт загалом, а кіберспорт зокрема, є іміджевим складником національної ідентичності, що формує у глобальної спільноти враження про Україну як країну, що розвиває конкурентоспроможні індустрії. Зазначалося, що участь українських команд у міжнародних турнірах не лише привертає увагу до національного кіберспорту, а й стимулює залучення інвесторів, які підтримують розвиток індустрії. Це сприяє зміцненню ролі України як потужного регіону у світовій кіберспортивній екосистемі. Окремо наголошувалося, що саме українські медіа мають відігравати ключову роль у висвітленні успіхів національних команд, як-от NAVI, забезпечуючи репрезентацію України в інформаційному просторі. Підкреслювалося, що більше світ дізнається про українських гравців, то більше їх сприймають як рівноправних учасників глобального простору. Також респонденти зазначили важливість використання кіберспортивної платформи для донесення інформації про

реалії сучасної України. Зокрема, згадувалося, що контекст війни враховується у міжнародному дискурсі, хоча, на думку деяких учасників опитування, цьому аспекту приділяється недостатня увага.

У сучасному кіберспортивному середовищі питання мовної ідентичності та доступності інформації набуває особливого значення. З одного боку, глобалізація та англомовна домінація у сфері кіберспорту формують запит на контент, зрозумілий міжнародній аудиторії. З іншого – національні ринки розвивають власні медійні простори, що сприяє зміцненню культурної суб'єктності держави. Аналіз мовних преференцій українських споживачів кіберспортивного контенту дає змогу оцінити рівень запиту на україномовні матеріали та окреслити можливі вектори їх розвитку.

За результатами опитування, переважна більшість (75 %) віддає перевагу українській мові, що вказує на зростаючий запит на україномовний медіаконтент у цій сфері. Водночас 14,3 % обирають англійську мову, що може свідчити про інтеграцію українських користувачів у глобальний кіберспортивний простір, де англомовний контент є домінуючим. 10,7 % зазначили, що їм байдуже, якою мовою читати про кіберспорт, що вказує на певну адаптивність частини аудиторії до різних мовних середовищ. Водночас запропонований варіант російської мови не обрав жоден опитаний [6] (рис. 4). Ці дані підкреслюють важливість розвитку україномовного кіберспортивного контенту, оскільки він є основним джерелом інформації для значної частини спільноти. Водночас актуальним залишається питання двомовності або мультиканальної подачі матеріалів для охоплення як локальної, так і міжнародної аудиторії.

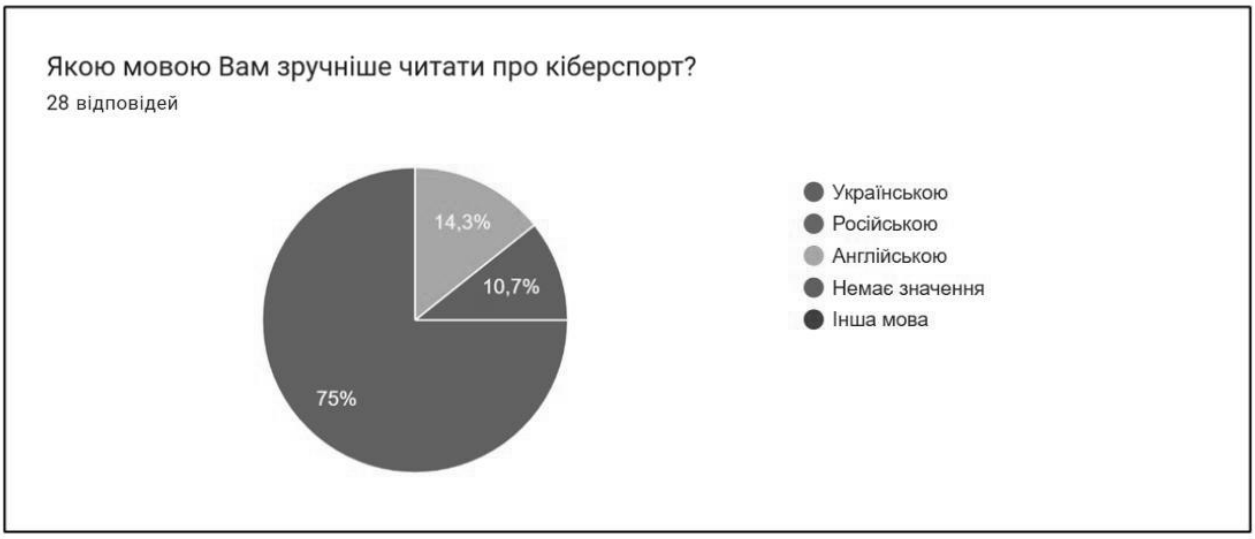


Рис. 4. Мова, якою респондентам зручніше сприймати інформацію про кіберспорт

Отже, результати опитування демонструють чітку тенденцію до формування самостійного україномовного сегмента кіберспортивних медіа, що відповідає загальним процесам мовної деколонізації в українському інформаційному просторі. Перевага україномовного контенту серед аудиторії кіберспорту свідчить про необхідність його подальшого розвитку та розширення, зокрема через створення якісних аналітичних матеріалів, репортажів та мультимедійного контенту, адаптованого до інтересів користувачів. Водночас інтеграція частини української аудиторії у глобальне кіберспортивне середовище через англомовний контент відкриває перспективи для міжнародної співпраці українських медіа та розширення їхнього впливу за межами національного ринку. Це може стати важливим чинником для посилення міжнародного позиціонування українського кіберспорту та популяризації його гравців і команд у світовому масштабі.

Висновки. Дослідження соціальнокомунікаційних підходів до New Games Journalism (NGJ) у кіберспортивній реальності засвідчило, що цей формат відіграє важливу роль у формуванні сучасного медіадискурсу, зокрема у взаємодії з аудиторією, висвітленні кіберспортивних подій та конструюванні національного інформаційного простору. Результати опитування користувачів платформи Players дали змогу окреслити основні тенденції у споживанні кіберспортивного контенту. Виявлено, що головними критеріями ефективності медіа для аудиторії є оперативність подання інформації, глибина аналітики та безпосереднє представництво журналістів на змаганнях. Переважна більшість споживачів віддає перевагу україномовному контенту, що підкреслює необхідність подальшої локалізації та розвитку національного сегмента кіберспортивних медіа.

Аналіз каналів отримання інформації свідчить про домінування соціальних мереж (інстаграм, твітер, тікток) та трансляційних платформ (твіч, ютуб), що вказує на необхідність адаптації NGJ до форматів короткої динамічної подачі контенту та інтеграції мультимедійних елементів. Водночас спеціалізовані сайти залишаються важливими джерелами поглибленої аналітики, що створює підґрунтя для розвитку жанрового розмаїття NGJ. Український кіберспорт має потенціал до посилення міжнародної присутності, проте стикається з низкою викликів, серед яких фінансова нестабільність, конкуренція з глобальними медіаплатформами та обмежена інтеграція в інформаційний простір світових кіберспортивних спільнот. Водночас патріотичний фактор та соціальні ініціативи відіграють значну роль у формуванні позитивного іміджу України, що може слугувати додатковим важелем впливу у міжнародному медіаполі.

Перспективи подальших досліджень охоплюють глибший аналіз ефективності NGJ у різних сегментах кіберспортивного контенту, оцінку впливу мультимедійних форматів на залученість аудиторії та вивчення економічних аспектів функціонування українських кіберспортивних медіа. Особливий інтерес становить розробка моделей адаптації світових практик кіберспортивної журналістики до національного контексту та визначення оптимальних стратегій інтеграції NGJ у глобальний інформаційний простір.

ЛІТЕРАТУРА

1. Волобуєва А., Петрик О. Особливості висвітлення кіберспорту в електронних спортивних медіа. *Образ*. 2018. № 28 (2). С. 69–77.

2. Данькова Н. Кіберспортивні канали Maincast дистрибутуватиме група "1+1". *Детектор Медіа.* 2024. URL: https://detector.media/infospace/article/235067/2024-11-22-kibersportyvni-kanaly-maincast-dystrybutuvatyme-grupa-11/?utm_source=chatgpt.com.

3. 25 українських команд зібрали кошти для ЗСУ на благодійному кібертурнірі "Кубок Єдності". *056.UA*. 2022. URL: https://www.056.ua/news/3398022/25-ukrainskih-komand-zibrali-kosti-dla-zsu-na-blagodijnomu-kiberturniri-kubok-ednosti?utm_source=chatgpt.com.

4. Друзі, просимо вас приділити 5 хвилин вашого часу і пройти опитування про кіберспортивні медіа. *Players*. 2024. URL: https://t.me/playersua/10993.

5. Кишеневський М. Шостий фінал за рік: українська кіберспортивна команда NaVi перемогла на IEM Rio 2024. *#ШоТам.* 2024. URL: https://forbes.ua/news/ukrainska-kibersportivna-komanda-navi-vigrala-final-iem-rio-2024-z-counter-strike-2-14102024-24157.

6. Комунікативні стратегії медіа в українському та світовому кіберспорті. Google Форми. 2024. URL: https://forms.gle/XUHAX2Jnm5EvarKGA.

7. Куніцин Є., Жванія Л. Кіберспортивна журналістика в сучасному медіапросторі. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку* : збірник тез доповідей Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених. 2022. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/33325/1/Kunitsyn.pdf.

8. Тарасовський Ю. Українська NaVi перемогла у турнірі Esports World Cup 2024 з Counter-Strike 2. *Forbes.* 2024. URL: https://forbes.ua/news/ukrainska-navi-peremogla-u-turniri-esports-world-cup-2024-z-counter-strike-2-22072024-22519.

9. Україна закликає IESF дотримуватись принципів нейтральності в кіберспорті. *Minmolodsport*. 2024. URL: https://www.instagram.com/p/DClihUjNGbQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.

10. Шинкарук О., Скалозуб А., Шарга Я. Стратегії запобігання та мінімізації тильту в кіберспорті. *Спортивна медицина фізична терапія та ерготерапія*. 2024. № 1. С. 83–95.

11. Chikish Y., Carreras-Simó M., Garci J. eSports: A New Era for the Sports Industry and a New Impulse for the Research in Sports (and) Economics? 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/332781901_eSports_A_New_Era_for_the_Sports_Industry_and_a_New_Impulse_for_the_Research_in_Sports_and_Economics.

12. Duarte F. How Many Gamers Are There? (New 2024 Statistics). *Exploring topics*. 2025. URL: https://explodingtopics.com/blog/number-of-gamers.

13. Esports: The world of competitive gaming. An overview. British Esports Association. 2019. 18 p.

14. Global eSports Market Report (2024). ASO World. 2024. URL: https://asoworld.com/blog/global-esports-market-report-2024/.

15. Hamari J., Sjöblom M. What is eSports and why do people watch it? *InternetResearch*. 2017. No. 27 (2). Pp. 211–232.

16. Monte ганебно програли росіянам у фіналі турніру з Counter-Strike 2. *Українська правда. Чемпіон.* 2025. URL: https://champion.com.ua/ukr/esports/ukrajinska-komanda-monte-prograla-rosiyanam-u-finali-turniru-z-counter-strike-2-1025341/?utm_source=chatgpt.com.

17. Players – Все про ігри та кіберспорт. 2025. URL: https://players.com.ua/.

18. The Father of the video game: the Ralph Baer prototypes and electronic games. National Museum of American History. 2024. URL: https://americanhistory.si.edu/collections/object-groups/the-father-of-the-video-game-the-ralph-baer-prototypes-and-electronic-games.

19. Torres-Toukoumidis A., Alejandro López N. R., Vega Ramírez J. F. A., Palma-Ruiz J. M., Marin-Gutierrez I. Esports and the Media. Challenges and Expectations in a Multi-Screen Society. Routledge. 2022. 134 p.

20. Ukrainian Professional sports association. 2025. URL: https://upea.com.ua/about/.

21. Werder K. Esport. Business & Information Systems Engineering. 2022. No.64 (3). Pp. 393–399.

22. Wolf J., Cote A. C. Esports Journalism. Routledge Handbook of Esports. 2024. 764 p.

REFERENCES

1. Volobuieva, A., Petryk, O. (2018). Features of eSports coverage in electronic sports media. *Obraz*, 28 (2), 69–77.

2. Dankova, N. (2024). Maincast esports channels will be distributed by the "1+1" group. *Detektor Media*. Retrieved from https://detector.media/infospace/article/235067/2024-11-22-kibersportyvni-kanaly-maincast-dystrybutuvatyme-grupa-11/?utm_source=chatgpt.com.

3. 25 Ukrainian teams raised funds for the Armed Forces of Ukraine at the charity cyber tournament "Unity Cup" (2022). *056.UA*. Retrieved from https://www.056.ua/news/3398022/25-ukrainskih-komand-zibrali-kosti-dla-zsu-na-blagodijnomu-kiberturniri-kubok-ednosti?utm_source=chatgpt.com.

4. Friends, please take 5 minutes of your time and complete a survey about e-sports media. (2024). Players Retrieved from https://t.me/playersua/10993.

5. Kyshenevskyi, M. (2024).The sixth final of the year: the Ukrainian e-sports team NaVi won at IEM Rio 2024. *#Shotam*. Retrieved from https://forbes.ua/news/ukrainska-kibersportivna-komanda-navi-vigrala-final-iem-rio-2024-z-counter-strike-2-14102024-24157.

6. Media communication strategies in Ukrainian and world e-sports. (2024). *Google Forms*. Retrieved from https://forms.gle/XUHAX2Jnm5EvarKGA.

7. Kunitsyn, Ye., Zhvaniia, L. (2022). E-sports journalism in the modern media space. Collection of abstracts of the Second All-Ukrainian Scientific and Practical Conference of Young Scientists "Modern Mass Media Space: Realities and Development Prospects". Retrieved from http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/33325/1/Kunitsyn.pdf.

8. Tarasovskyi, Yu. (2024). Ukrainian NaVi won the Esports World Cup 2024 tournament with Counter-Strike 2. *Forbes*. Retrieved from https://forbes.ua/news/ukrainska-navi-peremogla-u-turniri-esports-world-cup-2024-z-counter-strike-2-22072024-22519.

9. Ukraine calls on IESF to adhere to the principles of neutrality in esports. (2024). *Minmolodsport.* Retrieved from https://www.instagram.com/p/DClihUjNGbQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.

10. Shynkaruk, O., Skalozub, A., & Sharha, Ya. (2024). Strategies for preventing and minimizing tilt in e-sports. *Sports Medicine, Physical Therapy and Occupational Therapy*, 1, 83–95.

11. Chikish, Y., Carreras-Simó, M., & Garci, J. (2019). eSports: A New Era for the Sports Industry and a New Impulse for the Research in Sports (and) Economics? Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/332781901_eSports_A_New_Era_for_the_Sports_Industry_and_a_New_Impulse_for_the_Research_in_Sports_and_Economics.

12. Duarte, F. (2019). How Many Gamers Are There? (New 2024 Statistics). Exploring topics. Retrieved from https://explodingtopics.com/blog/number-of-gamers.

13. Esports: The world of competitive gaming. (2019). An overview. British Esports Association. 18 p.

14. Global eSports Market Report (2024). (2024). ASO World. Retrieved from https://asoworld.com/blog/global-esports-market-report-2024/.

15. Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *InternetResearch*, 27(2), 211–232.

16. Monte shamefully lost to the Russians in the finals of the Counter-Strike 2 tournament. (2025). *Ukrainska pravda. Chempion.* Retrieved from https://champion.com.ua/ukr/esports/ukrajinska-komanda-monte-prograla-rosiyanam-u-finali-turniru-z-counter-strike-2-1025341/?utm_source=chatgpt.com.

17. Players – All about games and eSports. (2025). Retrieved from https://players.com.ua/.

18. The Father of the video game: the Ralph Baer prototypes and electronic games. (2024). National Museum of American History. Retrieved from https://americanhistory.si.edu/collections/object-groups/the-father-of-the-video-game-the-ralph-baer-prototypes-and-electronic-games.

19. Torres-Toukoumidis, A., Alejandro López, N. R., Vega Ramírez, J. F. A., Palma-Ruiz, J. M., & Marin-Gutierrez, I. (2022). Esports and the Media. Challenges and Expectations in a Multi-Screen Society. Routledge. 134 p.

20. Ukrainian Professional sports association. (2025). UPEA. Retrieved from https://upea.com.ua/about/.

21. Werder, K. (2022). Esport. Business & Information Systems Engineering, 64(3), 393–399.

22. Wolf, J., & Cote, A. C. (2024) Esports Journalism. Routledge Handbook of Esports.

Hyrina Tetiana

SOCIAL COMMUNICATION APPROACHES TO "NEW GAMES JOURNALISM" IN THE CYBERSPORTS REALITY

The article explores the socio-communication aspects of the application of New Games Journalism (NGJ) in the e-sports reality, in particular in the Ukrainian media space. Particular attention is paid to the analysis of the audience's information needs, based on the results of a survey of users of the Ukrainian e-sports platform Players. It was found that the key factors influencing the popularity of e-sports media are the efficiency of content presentation, the level of analytics, and the direct presence of journalists at tournaments.

The study demonstrates the high interest of the audience in in-depth analytical materials and NGJ-style content, which goes beyond the traditional news coverage of e-sports. Analysis of information receiving channels confirms the dominance of social networks (Instagram, Twitter, TikTok) and streaming platforms (Twitch, YouTube), which emphasizes the need to adapt e-sports content to dynamic digital formats. At the same time, significant interest in Ukrainian-language content (75 % of respondents) indicates the relevance of further development of the national e-sports media segment and its integration into the international information space.

Based on the results of the study, recommendations are substantiated for adapting global practices of e-sports journalism to the Ukrainian context. In particular, the importance of involving journalists in direct coverage of tournaments, the introduction of multimedia formats, and the expansion of local content with an emphasis on analytical and reporting style are emphasized. Further research may cover the economic aspects of the functioning of e-sports media, their role in shaping the image of Ukraine in the international arena, and the impact of NGJ on audience engagement.

Keywords: New Games Journalism, e-sports journalism, social communication approaches, media analytics, Ukrainian media, digital platforms, social networks, audience engagement, multimedia content, journalistic strategies.