**РАЗВИТИЕ КИБЕРТУРИЗМА В МИРЕ**

***Е. А. Тишкевич***

 (Научный руководитель Андрушко С.В., доцент кафедры геологии и географии)

Доклад посвящен изучению особенностей распространения кибертуризма в мире. Рассмотрено понятие кибертуризма и киберспорта, история киберспортивных мероприятий, как вида соревновательной деятельности, лучшие киберспортивные дисциплины. Описаны крупнейшие киберспортивные мероприятия и страны, в которых хорошо развит кибертуризм, рассмотрены особенности распространения киберспорта по регионам, а также особенности и перспективы развития кибертуризма.

Все чаще можно наблюдать как в туристской индустрии отмечается тенденция снижения спроса на традиционные виды отдыха такие как купально-пляжный, и все чаще растет спрос на новые виды туристских предложений.

Киберспортивные события как вид кибертуризма яркое тому подтверждение. На сегодняшний день игровые компании являются одними из самых быстроразвивающихся видов бизнеса в мире. Число людей, вовлеченных в эту сферу, растет с каждым годом. Появляются новые компании, новые продукты, больше людей играют в видеоигры. По мере развития компьютерных технологий объемы производства возросли, а влияние игровой индустрии вышло на новый уровень. Выставки и соревнования, посвященные видеоиграм, собирают сотни тысяч посетителей что сравнимо с крупными спортивными мероприятиями.

Киберспорт сегодня – это стремительно развивающаяся сфера развлечения, которая с одной стороны имеет ярко выраженные признаки спорта, с другой шоу-бизнеса, с третьей – это высокие технологии. Кибертуризм – это вид событийного туризма, с целью посещения киберспортивных турниров, мероприятий, выставок и шоу индустрии видеоигр.

Киберспорт, также называемый компьютерным спортом или киберспортом – это вид соревновательной деятельности и специальная практика подготовки к соревнованиям на основе видеоигр, где игра обеспечивает среду для взаимодействия объектов управления, обеспечивая равные условия для командных и индивидуальных соревнований. Профессиональные киберспортивные игроки тренируются по многу часов каждый день, оттачивая определенные навыки. Так например, в Китае действует государственная программа развития киберспорта, а в Южной Корее матчи StarCraft показывают по национальному телевидению [1].

Киберспортивные соревнования могут быть командными, когда соревнуются две или более команды, и индивидуальными, где каждый игрок играет сам за себя. Киберспортивными дисциплинами считают игры, в которых наибольшую роль играет опыт и умение играть в игру, а наименьшую – везение «случайного стечения обстоятельств». Исход в играх редко зависит от удачи или невезения игрока, всё решается исключительно мастерством игры и работы в команде (если игра является командной).

Первое соревнование по киберсорту было проведено в Стэнфордском университете. В 1972 году 19 октября в 20:00, после рабочего дня в лаборатории исследований искусственного интеллекта участники дрались в игре «Spacewar»: дуэль на двух космических кораблях, оснащенных ракетами. Следующий крупный шаг в развитии киберспорта был сделан компанией Samsung из Южной Кореи. Отборочные этапы в 17 странах и призовой фонд в $200 тыс. дали начало тому киберспорту, который мы знаем сейчас. Местом проведения был парк развлечений Everland в Йонгине, Южная Корея. Профессиональный киберспорт в начале XXI века стал особенно распространен в Южной Корее, где впервые стали показывать матчи StarCraft по государственному телеканалу.

Успех киберспорта в США и Южной Корее не оставил равнодушными европейские страны, и в 2003 году был проведен первый турнир ESWC (Electronic Sports World Cup) – чемпионат мира по компьютерным играм с отборочными турнирами в 37 странах. Призовой фонд составил $150 тыс. После 2003 года и появления таких турниров, как WCG и ESWC, киберспорт перестал развиваться стремительными скачками и замедлил темпы своего развития. С каждым годом крупных турниров становилось все больше. Киберспорт в этот период времени уже не казался простым развлечением для простого человека, но и не стал массовой индустрией, такой как кино или музыка, заняв свою нишу [1].

Компьютерный спорт зародился в Соединенных Штатах Америки, где в конце 90-х годов был проведен первый киберспортивный турнир, но он стал более популярным в Южной Корее благодаря Всемирным кибериграм. Считается, что Корея – самая восторженная страна в мире по компьютерным видам спорта, где киберспортивные игроки обучаются в университетах, а игроки имеют свои собственные фан-клубы и являются настоящими звездами шоу-бизнеса. Именно в Корее к профессиональным киберспортивным игрокам относятся с уважением, и именно в Корее киберспорт признан олимпийской дисциплиной второго уровня.

Американцы – создатели киберспорта. Здесь прошел первый турнир, здесь же расположена штаб-квартира разработчиков компьютерных игр, а также проводится самый крупный, успешный и узнаваемый киберспортивный чемпионат в истории индустрии – The International. Благодаря компьютерной игре Quake в США появилась первая лига – профессиональная лига киберспортсменов, которая послужила толчком для развития киберспорта в европейских и азиатских странах. Соединенные Штаты Америки являются лидером отрасли по количеству профессиональных игроков. Однако, наряду с традиционным киберспортом в Америке, консольный киберспорт также популярен [2].

Швеция – это столица европейского киберспорта, где каждый год проводятся чемпионаты DreamHack. Если корейские игроки сильны в стратегических играх, а китайцы сильны в MOBA, то шведский киберспорт уже давно славится своими «Xers». Counter-Strike – популярная игра в этой стране, и до недавнего времени шведы не встречали серьезной конкуренции. После того как Counter-Strike: Global Offensive сменила Counter-Strike 1.6, на профессиональной сцене воцарилась эпоха Ninjas in pygamas. Шведский Counter-Strike остается одним из самых сильных в мире.

Если Швеция является центром Европейского киберспорта, то Украина – это место, где рождаются такие звезды СНГ, как Dendi, s1mple, Zeus и другие. В Киеве находится Киевская киберспортивная арена, некогда главная площадка для проведения киберспортивных чемпионатов, и именно здесь проводились соревнования как под защитой StarLadder, так и под покровительством ESL.

Кибертуризм в современном мире достаточно популярен, но далеко не во всех регионах мира его развитие идет равномерно и далеко не каждый может посвятить свое время играм в одинаковой степени. Это обусловлено разным уровнем развития экономических и технических факторов, а также уровнем жизни населения. Например, африканские страны только сейчас начинают активно втягиваться в индустрию, а австралийцы уже конкурируют на равных с европейскими и североамериканскими командами. В компьютерном спорте есть еще много стран, где кибертуризм хорошо развит США, Южная Корея, Китай, Швеция, Украина.

В настоящее время насчитывается 47 стран признавших киберспорт официальным видом спорта: Европейские Страны – Азербайджан, Финляндия, Грузия, Италия, Россия, Швеция, Украина. Азиатские страны – Китай, Индия, Индонезия, Иран, Казахстан, Южная Корея, Малайзия, Мальдивы, Монголия, Непал, Таджикистан, Таиланд, ОАЭ, Вьетнам. Африка – Египет, Намибия, Южная Африка. Америка – США, Бразилия. Океания – Австралия.

Наиболее значимыми в киберспорте можно считать Южную Корею, США, Китай и некоторые европейские страны. Доля этих компаний составляет более 90 % от общего оборота, остальное приходится на другие страны, где работают более мелкие компании. На мировом киберспортивном рынке лидирует Азия, где темп задают Китай и Южная Корея, за ними следуют США с многочисленными региональными соревнованиями и довольно развитой околоигровой индустрией. Европейский киберспортивный рынок имеет долгую историю, но в то же время он уступает по своим масштабам. Тем не менее, ведущие компании, производящие компьютерные спортивные видеоигры, находятся в США: Blizzard, Valve, Riot games, и другие. Такие есть и в Европе, а продукция азиатских производителей не пользуется популярностью на киберспортивном рынке.

Многие компании (Blizzard Entertainment, Valve Corporation, Riot games, NetherRealm Studios, Wargaming.net), которые являются создателями знаменитых киберспортивных дисциплин, проводят большое количество турниров. Также проводятся выставки электронных развлечений (E3, PlayStation Meeting, Level Up Days), на которых издатели, производители программного и аппаратного обеспечения делятся своими новыми продуктами. Всё это оказывает положительное влияние на развитие кибертуризма [2].

В последние годы киберспорт набирает обороты в своем развитии. Организуются турниры мирового уровня, призовые фонды растут в геометрической прогрессии, а количество игроков, болельщиков и болельщиц из года в год бьет рекорды. Киберспорт вышел из тени на мировом игровом и компьютерном рынке. На это повлияло «время Интернета», поддержка крупных игровых компаний (Valve, Blizzard), сформировавшееся игровое сообщество и другие факторы, позволившие компьютерному спорту добиться мирового признания.

На данный момент киберспортивные мероприятия имеют ряд проблем с точки зрения туризма, которые ограничивают количество туристов, выезжающих на киберспортивные мероприятия. Общие проблемы включают в себя относительно небольшое количество иностранных туристов, посещающих киберспортивные мероприятия, которые могут быть изменены в положительную сторону киберспортивными мероприятиями. Причина – низкая платежеспособность любителей киберспорта [3].

Одной из главных проблем киберспортивных турниров является низкая осведомленность людей, например, на данный момент практически нет предложений от туроператоров по организации событийных туров для участия в киберспортивных мероприятиях в Беларуси. Решение этой проблемы достаточно сложное и требует комплексных мер как от организаторов, так и от туроператоров.

По прогнозу аналитиков, выручка киберспортивной индустрии будет расти на 40 % ежегодно, а аудитория кибертурниров – на 23-25 % в год. По общей аудитории киберспорт уже может конкурировать с хоккеем и американским футболом. В 2019 году участники этого рынка заработали более $1 млрд. Большинство любителей киберспорта – это люди в возрасте от 18 до 35 лет. Они по-прежнему открыты для всего нового, но уже имеют доход. Традиционная реклама для этой возрастной группы не работает – они практически не смотрят телевизор, не слушают радио, не читают печатных изданий. Выросшие на развлечениях любители киберспорта потребляют продукты и услуги более активно, чем другие. Конечно, производители компьютеров и комплектующих больше всего заинтересованы в этой аудитории. Так, в прошлом году только американские геймеры потратили на игровое оборудование $3 млрд [3].

Основной приток финансов идет от спонсорства и рекламы ($794 млн). Большая доля киберспортивного рынка приходится на рекламодателей (призовой фонд – $78 млн; ставки на киберспорт – $59 млн; любительские и микро-турниры – $27,7 млн; продажа билетов – $34 млн; товары – $19 млн), которые работают с организаторами турниров, командами и отдельными игроками. И самое главное, в киберспорте ещё есть много возможностей для роста рекламы.

Спортивные соревнования вызывают интерес у людей, которые хотят болеть за свои любимыми команды и смотреть игру, готовы ехать в другие страны и города, чтобы поддержать своих кумиров. Многие киберспортивные турниры в последнее время стали красочными представлениями, способными привлечь внимание людей, не являющихся поклонниками той или иной игры. Что способствует увеличению туристических потоков.

Киберспортивные соревнования могут стать элементом, который поможет разнообразить туристское предложение, либо стать приоритетным направлением в экономике и туристическом секторе региона. Многие туристические компании упускают возможность использовать киберспорт в своей деятельности, практически не предоставляя туров на киберспортивные мероприятия мирового уровня.

По данным «Отчета о цифровом преобразовании за 2018 год» (2018 Digital Transformation Report) от компаний Skift и Adobe, лишь 36% процентов руководителей турагентств оценили свои усилия по персонализации на четыре или пять баллов из пяти.

В случае с киберспортом необходимо составление планов взаимодействия. В них учитывается расстояние перелета и время пребывания фанатов на кибертурнире. Последнее может колебаться от 7 до 30 дней в зависимости от вероятности победы команды, результатов квалификационных этапов и игр плей-офф [3].

Такой подход имеет решающее значение при создании любого уникального, запоминающегося путешествия. И его роль будет становиться все более важной по мере роста клиентоориентированности и появления новых мотивов для путешествий. Многие туристические компании упускают возможность использовать киберспорт в своей деятельности, практически не предоставляя туров на киберспортивные мероприятия мирового уровня. В связи с пандемией коронавируса, большинство стран закрыло свои границы, из-за этого проведение киберспортивных мероприятий отменяется. В данный момент неизвестно, когда кибертуризм станет доступным.

**Литература**

1 Салаурова, М. Л. Киберспорт как феномен современной молодежной культуры / М. Л. Салаурова // Мир культуры глазами молодых исследователей: научно-практическая конференция студентов. – Пермь: Пермский гос. ин-т культуры, 2019. – 191–196 с.

2 Панкина, В. В. Киберспорт как феномен XXI века / В. В. Панкина, Р. Т. Хадиева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2016. – Т. 1. – № 3. – С. 34–38.

3 Николашин, В. Н. Киберспорт как направление развития спортивно-событийного туризма / В. Н. Николашин // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сб. статей. – 2016. – Т. 9 – № 1. – С. 439–444.