

ПРОГЕЙМИНГ, OVERWATCH, КИБЕРСПОРТ

*КАК ПОДРОСТКИ-ГЕЙМЕРЫ,
МИЛЛИАРДЕРЫ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ
ТВОРЯТ БУДУЩЕЕ*



ОСТИН МУРХЕД

НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР — ПОЛИНА «EXILIA» ПАРАКА,
КИБЕРСПОРТИВНЫЙ КОММЕНТАТОР,
КИБЕРСПОРТСМЕНКА

МИФ Креатив

Остин Мурхед

**Прогейминг, Overwatch,
киберспорт. Как подростки-
геймеры, миллиардеры и
предприниматели творят будущее**

«Манн, Иванов и Фербер»

2020

УДК 79:004.946

ББК 75.59:16.7

Мурхед О.

Прогейминг, Overwatch, киберспорт. Как подростки-геймеры, миллиардеры и предприниматели творят будущее / О. Мурхед — «Манн, Иванов и Фербер», 2020 — (МИФ Креатив)

ISBN 978-5-00-169951-4

Книга заядлого геймера Остина Мурхеда переносит читателя в центр киберспортивной революции, шаг за шагом рассказывая о создании самой масштабной лиги – Overwatch League. Вы проникнете в переговорные комнаты компании Blizzard Entertainment, где бизнесмены инвестируют в киберспортивные франшизы десятки миллионов долларов; узнаете, как живут и тренируются суперзвезды гейминга и из чего складывается их успех; побываете на матчах первых двух сезонов лиги и проживете все взлеты и падения с командами San Francisco Shock и London Spitfire. Это захватывающая инсайдерская история для фанатов Overwatch и всех, кто хочет понять, как устроена индустрия киберспорта. На русском языке публикуется впервые.

УДК 79:004.946

ББК 75.59:16.7

ISBN 978-5-00-169951-4

© Мурхед О., 2020

© Манн, Иванов и Фербер, 2020

Содержание

Глава 1. Предложение	6
Глава 2. О чем думал Роберт Крафт?	12
Глава 3. Идеальная киберспортивная лига	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Остин Мурхед

Прогейминг, Overwatch, киберспорт: как подростки-геймеры, миллиардеры и предприниматели творят будущее

Научный редактор Полина Парака

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

В тексте неоднократно упоминаются названия социальных сетей, принадлежащих Meta Platforms Inc., признанной экстремистской организацией на территории РФ.

© Austin Moorhead, 2020

This edition published by arrangement with Hachette Books, an imprint of Perseus Books, LLC, a subsidiary of Hachette Book Group Inc., New York, New York, USA. All rights reserved

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2021

* * *

Глава 1. Предложение

Бобби Котик, генеральный директор компании Activision Blizzard (годовая прибыль семь миллиардов долларов), известной по таким играм, как World of Warcraft, Starcraft, Diablo и Call of Duty, пригласил за свой громадный, сделанный из березы стол для переговоров четырех человек. Он непринужденно прошелся по комнате, улыбаясь и пожимая руки гостям. Бобби чувствовал себя в этой переговорной как дома: именно здесь он на протяжении последних 26 лет докладывал директорам Activision Blizzard о делах компании. За эти годы он более сотни раз представлял совету квартальные отчеты о доходах, и лишь шесть раз ему пришлось сообщать новости о невыполнении плановых показателей.

– Добро пожаловать, господа, – голос Бобби был еле слышен, и всем пришлось слегка наклониться вперед, чтобы всё разобрать. – Садитесь, пожалуйста, там, где разложены листы бумаги.

На столе напротив четырех стульев лежали по два листа чистой стороной вверх.

– Листы пока не переворачивайте.

Немного повозившись, гости расположились на приготовленных местах. Бобби поднял руку, словно начертив в воздухе волну и указывая куда-то вдаль.

– Вижу, что вы привели Бретта. Я очень рад! Он просто великолепен и действительно разбирается, что к чему. Мы слышали о нем столько хорошего!

Человеку, о котором шла речь, – Бретту Лаутенбаху – исполнилось 28 лет. Он был лет на двадцать младше остальных собравшихся и прекрасно понимал, что значит быть белой вороной. Он вырос в Нейпервилле, пригороде Чикаго, который называл «безмятежным местом на Среднем Западе». Вся его семья работала в IBM, и Бретт стал первым, кто решил пойти против традиции. Его отец проработал в компании всю свою жизнь, и там же трудились четверо дядюшек Бретта. Один из них даже вошел в правление компании, состоящее из четырех человек, и, по слухам, претендовал на кресло генерального директора. Билл Гейтс однажды обвинил одного из братьев Лаутенбах в организации кампании по очернению Windows 95. Однако Бретт, хоть и вышел из семейства IBM-аристократов, уже в юности нашел свою страсть – кино. Она привела его в киношколу Нью-Йоркского университета, где у Бретта проявился талант собирать вокруг себя творческих людей: он помогал им с планированием дел, составлением бюджетов проектов, организовывал знакомства с нужными людьми – и делал все это четко и в срок. Бретт вполне мог бы стать помощником кинопродюсера, но все обернулось так, что теперь он сидел в переговорной совета директоров Activision Blizzard на самом важном совещании в своей жизни.

Бретт находился здесь как президент NRG Esports; более того, именно благодаря ему трио владельцев этой компании сидело по левую руку от него за столом Бобби Котика. Ради успеха в переговорах Бретт многое поставил на карту, и теперь его беспокойство росло с каждой минутой. В ходе собеседования на позицию в NRG он предложил купить профессиональную команду в новой киберспортивной лиге, которую Blizzard создавала вокруг своей последней популярной игры – Overwatch. Для NRG эта команда должна была стать залогом успешного будущего. Незадолго до этого компания потерпела унизительное фиаско в крупнейшей в мире профессиональной киберспортивной дисциплине, выбыв из League of Legends Championship Series (LCS)¹. Команда в OWL (Overwatch League, Лига Overwatch) должна была стать новой жемчужиной в портфеле NRG. Не имея практически никакого опыта в киберспортивном бизнесе, Blizzard тем не менее решила задействовать беспрецедентные усилия и инвестиции для

¹ League of Legends Championship Series (LCS) – высший уровень соревнований по League of Legends в США и Канаде. Здесь и далее примечания переводчика и редактора.

развития OWL: ее детище должно было составить конкуренцию традиционным спортивным лигам и по масштабу, и по доходности. После релиза шутер от первого лица Overwatch быстро стал невероятно популярным. Новизна игры состояла в том, что она сочетала в себе лучшие элементы League of Legends – оригинальных героев с узнаваемыми способностями и игру в команде из шести человек – и всегда отличавшие Blizzard превосходный геймплей, отлично проработанную историю и привлекательное оформление.

Бретт начал охотиться за комиссаром лиги, чтобы заручиться его помощью в организации официальной встречи с руководством, и добился своего: разговор состоялся в одном из виски-баров Шанхая. Бретт считал хорошим знаком то обстоятельство, что Бобби Котик, генеральный директор компании, владеющей Overwatch, сам занимался этим проектом. Однако, как бы ни была близка заветная сделка по созданию команды NRG в OWL, Бретту еще предстояло убедить в ее целесообразности своих партнеров. Судя по достижениям, перечисленным в их резюме, произвести на них впечатление было ох как непросто. Вместе с Бреттом во встрече участвовал один из основателей NRG Энди Миллер, которого в свое время приучил задавать максимально высокие стандарты один из самых требовательных генеральных директоров в мировой истории. В 2006 году Энди участвовал в создании сетевой рекламной компании Quattro Wireless, которая спустя три года была продана Apple за 275 миллионов долларов. И после этого на протяжении двух лет начальником Энди был сам Стив Джобс. Покинув Apple и несколько лет проработав в другой технологической компании, Энди получил возможность приобрести долю акций команды Национальной баскетбольной ассоциации Sacramento Kings и занял должность во внутреннем комитете лиги по цифровым технологиям. Вскоре после этого, в 2015 году, он стал одним из основателей NRG. Второй основатель, Марк Мэстров, в 1983 году учредил компанию 24 Hour Fitness, а в 2005-м продал ее за 1,6 миллиарда долларов. В партнерстве с Энди он тоже приобрел доли в Sacramento Kings и NRG. Наконец, последний из основателей NRG, Джефф Гласс, продал свою компанию, занимавшуюся мобильной рекламой, за 250 миллионов долларов. Как сказал Бретт, эти ребята – настоящие гении.

Так зачем же богачам, сколотившим состояние на технологиях, обсуждать покупку киберспортивных команд, когда они могли бы использовать свои деньги как угодно еще? Каждый из них ответил бы на этот вопрос по-своему, но общим мотивом было увлечение соревнованиями и играми. «Просто я обожаю спорт, – объяснил мне Энди. – Я вырос в Бостоне² и всегда был страстным фанатом спорта. Я занимался им сам, смотрел трансляции и вдобавок хотел стать владельцем команды Red Sox – да и сейчас хочу. Каким-то чудом мне удалось окончить юридический факультет в числе лучших, и у меня появилась возможность выбирать, в какой фирме я хочу работать. Конечно же, я пошел в ту, которая представляла Red Sox. Когда благодаря удачному стечению обстоятельств мне удалось на выгодных условиях продать пару компаний, я приехал сюда, имея кое-какие средства. Я купил долю в команде Modesto Nuts Малой бейсбольной лиги. Это был единственный клуб класса А в городе, и мне безумно понравилось участвовать в управлении им. Спустя какое-то время я встретился с Марком Мэстровым и оказался в группе инвесторов, собиравшихся купить Kings. Я хотел поуправлять вообще всем. И тут появилась возможность принять участие в этом киберспортивном проекте».

Энди в ходе его неординарной карьеры удавалось, кажется, решительно все – от развития технологических стартапов до инвестиций в Sacramento Kings (а на очереди, возможно, был успешный киберспортивный проект). Такому человеку важно было всегда сотрудничать с лучшими в своих областях. Именно поэтому первой встречи с Бреттом он ждал с некоторым волнением. Изначально они договорились встретиться в здании Тим-билдинг аэропорта Лос-

² Бостон – город, в котором многое связано со спортом. Например, здесь проводится один из старейших марафонских забегов в мире – Бостонский марафон. Бейсбольные, баскетбольные и хоккейные команды Бостона являются одними из лучших в США.

Анджелеса, но, увидев, что оно закрыто, будущие компаньоны отправились в столовую для персонала, расположенную на цокольном этаже. Энди подумал, что такая смена планов может стать для Бретта хорошей проверкой на психологическую устойчивость в условиях хаоса и перемен – неотъемлемых черт индустрии киберспорта. Охранники на входе пропустили их на удивление легко, приняв, видимо, за местных сотрудников, и ничто не мешало им поглощать жареный сыр в зале, который Энди назвал «полузаброшенным».

Как Бретт оделся на эту важную встречу? Энди назвал его наряд «хипстерским прикидом»; Бретт, «главный хипстер» в NRG, часто ходил именно в нем, и коллеги над ним подтрунивали. Непременными атрибутами образа были темные очки, сорочка, на которой он всегда расстегивал по меньшей мере одну пуговицу, и блейзер из верблюжьей шерсти – как со временем понял Энди, любимый предмет гардероба.

Еще одной причиной, по которой Бретт пришел на совещание в Activision Blizzard, вместо того чтобы корпеть за работой в офисе IBM, была его страсть к играм, к созданию которых он приложил руку. Играть он любил не меньше, чем добиваться успеха в бизнесе. Как президент киберспортивной команды NRG Бретт должен был уметь и произвести впечатление на директора по маркетингу компании из рейтинга Fortune 100, и найти общий язык с перспективным киберспортсменом-тинейджером. Если судить по сумме сбережений на банковском счете, в конференц-зале Activision Blizzard Бретту было не место. Но есть и другие критерии. Энди, например, назвал Бретта «самым трудолюбивым человеком из всех, кого когда-либо встречал».

Однако, чтобы вести переговоры с самым влиятельным человеком в индустрии видеоигр, одного трудолюбия было мало. Бобби дал понять, что собирается пригласить на презентацию лиги других сотрудников Blizzard, и, чтобы начать разговор на нужной волне, от Бретта требовались навыки дипломата. Он знал, что за этим столом уже сидели представители других киберспортивных организаций и слушали то же самое выступление, которое сейчас предстояло выслушать ему. По сравнению с ними NRG была куда менее опытна и вдобавок несла на себе печать позора, ведь ее команда не так давно вылетела из LCS.

Энди сразу постарался завязать разговор.

– У нас, кажется, есть кое-что общее, – сказал он Бобби. – Я где-то читал, что Стив Джобс был для вас кем-то вроде наставника. Это правда? Года два Стив был моим начальником.

– Когда мне было двадцать, Стив убедил меня бросить колледж, – ответил Бобби. – Я ушел, чтобы разрабатывать программы для Apple.

Бретт почувствовал, что разговор вот-вот зачахнет, и поспешил присоединиться:

– И что вы чувствовали, когда стали работать с Джоббом?

– Я был в ужасе, – признался Энди. – И в то же время в восторге.

– Когда с ним нужно было созваниваться, – добавил Бобби, – я каждый раз готовился к этому как к самому важному событию на свете.

– Да уж, – согласился Энди. – Каждый раз. Никакой импровизации. Ты должен был идеально подготовиться и говорить максимально кратко – ничего лишнего. Если вы собирались обсуждать какую-то определенную тему или принимать решение, ты обязан был разбираться во всем от и до. На так называемых «тупиц» у него времени не было.

– Ну конечно, тупицы, – улыбнулся Бобби. – Одно из самых знаменитых любимых словечек Джобса.

– Помню, – добавил Энди, – как он мне говорил, что не нанял меня, а купил, поэтому я просто обязан стать человеком Apple.

Бобби согласно кивнул, и они с Энди на какое-то время замолчали.

Конечно, договоренности между NRG и Overwatch League еще не обсуждались, но все же Бретт почувствовал, что встреча началась неплохо. Залог хороших деловых отношений – хорошие личные отношения, и общие воспоминания вполне могли увеличить шансы NRG на

приобретение команды. Бретт был уверен, что, если Бобби поверит в серьезность перспектив NRG, сделка состоится. Activision Blizzard анонсировала Overwatch League на фестивале BlizzCon 2016 года – колоссальном ежегодном мероприятии с 30 тысячами участников, на котором фаны могли из первых рук узнать о важнейших планах компании, поиграть в игры от Blizzard на тысячах компьютеров, послушать выступления гейм-дизайнеров (и, по крайней мере в 2016 году, попасть на живое выступление пародиста «Странного Эла» Янковича). Билеты на фестиваль стоили 200 долларов, и каждый год там был аншлаг. Overwatch вышел за полгода до BlizzCon, в мае 2016 года, на ПК, PlayStation и Xbox. До конца года было продано более 20 миллионов копий, и игра стала главным бестселлером 2016-го, опередив Call of Duty: Infinite Warfare от Activision. Сейчас же на дворе был март 2017 года; ни одного объявления о владельцах профессиональных команд, даты запуска никому не известны – пошли слухи, что Blizzard не успеет в соответствии со своим планом ближайшей осенью дать старт лиге Overwatch. И это было немного странно, учитывая то, с людьми какого масштаба проводил переговоры Бобби.

На BlizzCon 2016 года Бобби презентовал лигу группе потенциальных инвесторов на специальном закрытом совещании. На нем собрались акулы бизнеса, представлявшие НФЛ, НБА и Кремниевую долину: владелец New England Patriots Роберт Крафт, владелец Los Angeles Rams и футбольного Arsenal Стэн Кронке, владельцы Golden State Warriors Джо Лейкоб и Питер Губер, владелец Milwaukee Bucks Уэсли Эденс, генеральный директор компаний SpaceX и Tesla Илон Маск и владелец Cloud9 Джек Этьенн, который в итоге приобрел франшизу OWL в Лондоне. Последний был единственным человеком на совещании, кто имел опыт в киберспортивном бизнесе. Он рассказал, что нервно чувствовал себя на этой встрече, общаясь «со всеми этими пижонами-миллиардерами». По его словам, «эти парни – крепкие орешки». Когда я спросил Джека, чем ему объяснили приглашение на эту встречу, он ответил, что Blizzard «признали нашу значимость для киберспортивного мира и подумали, что хорошо было бы пригласить в новую лигу команды, давно завоевавшие популярность и титулы в других дисциплинах». Действительно, участие в лиге владельца Cloud9 придало бы ей определенный вес. Сидя за одним столом с такими монстрами бизнеса, как Стэн Кронке и Илон Маск, Джек поначалу нервничал, но потом успокоился и проникся перспективами проекта. Он уходил с BlizzCon-2016 с мыслью: «Я это сделаю!» Оставалось только понять, во сколько это ему обойдется и где искать деньги.

Получилось так, что NRG на фестиваль 2016 года не пригласили – ни Бобби, ни кто другой. Компания инвестировала в спорт наравне с такими знаменитостями, как Шакил О'Нил, Майкл Страхан, Алекс Родригес и Дженнифер Лопес, но, не просуществовав и года, пережила самую большую катастрофу, которая только возможна в киберспортивном мире: команда по League of Legends (LoL) выбыла из высшего дивизиона, уступив свое место в LCS другому претенденту. На тот момент LCS была самым престижным киберспортивным соревнованием в мире, что объяснялось прежде всего громадной популярностью LoL: ежемесячно в нее играли 100 миллионов человек. На момент вылета NRG (за три месяца до начала BlizzCon) место в лиге LCS оценивалось в миллион долларов. Представьте, что Boston Red Sox вылетают из Главной лиги бейсбола и могут начать следующий сезон только в одной из низших лиг: кажется, что от такого удара не оправится ни одна команда.

И теперь, когда представители NRG наконец добились заветной встречи с Бобби, им было жизненно важно заключить с ним сделку. Предположительно, до них в этой комнате уже побывали представители шести-семи команд, так что NRG сильно рисковала. Энди, Марк, Джефф и Бретт опасались, что их ждут плохие новости: нужные им места могли уже разобрать. Они знали, что команды лиги будут разделены по регионам, как в традиционном спорте, и у них были большие сомнения, что рынок, который они хотели выбрать, – Сан-Франциско – будет свободен. «Я думал, что Бобби попытается продать это место Warriors, 49ers или Giants, –

сказал потом Энди. – Я точно знал, что переговоры с представителями всех этих команд уже велись, поскольку обсуждал с ними возможное партнерство. Но все они хотели участвовать сами по себе». NRG так хотели сделать домом своей будущей команды именно Сан-Франциско по нескольким причинам. Конечно, это было бы просто-напросто удобно, поскольку Энди и Марк жили недалеко, но куда важнее было то, что район залива Сан-Франциско³ – один из крупнейших медиарынков в США, и концентрация геймеров здесь высока, как нигде. Возможно, это был третий по престижности киберспортивный региональный рынок после Нью-Йорка и Лос-Анджелеса.

Выбирая город, NRG руководствовалась в основном финансовыми соображениями (где будут максимальные шансы отбить инвестиции?), но такие решения влияют и на будущих членов команды. Ребята, играющие в Overwatch с друзьями в своих комнатах, понятия не имели, что совсем скоро станут профессионалами и начнут зарабатывать ни много ни мало 150 тысяч долларов в год, а еще окажутся далеко от семьи, в городе, который за них выберут взрослые боссы в переговорной. Одному из таких ребят, пятнадцатилетнему Джею Вону, стать частью киберспортивной сцены Сиэтла психологически было бы не слишком сложно: этот город был его домом. Джею предстояло пройти путь от никому не известного паренька, который сидит за видеоиграми в своей комнате в пригороде Сиэтла, до участника чемпионата, играющего на виду у 12 тысяч фанатов. К тому моменту он станет лучшим игроком мира. Но где же он будет жить?

Трудно сказать, что больше беспокоило Энди, Марка и Бретта: выбор рынка или стоимость места в лиге. Поговаривали, что за участие в OWL придется заплатить восемь миллионов долларов – примерно на семь миллионов больше, чем когда-либо выкладывали за профессиональную киберспортивную команду. Да, киберспорт действительно привлекал огромные аудитории на рынках азиатских стран, но в Америке ему только предстояло доказать свою привлекательность для телевизионных сетей, рекламодателей и раскручивающих продукты селебрити – для тех, благодаря кому деньги рекой лились в наиболее популярные традиционные виды спорта.

Наконец, спустя полтора часа после начала встречи, когда пустые разговоры всем наскучили, представители Activision Blizzard рассказали о том, как они видят OWL, и началось обсуждение структуры турнира. И вот тут Бобби попросил гостей перевернуть лежавшие перед ними листы бумаги.

С оборотной стороны была нарисована схема медиарынка Сиэтла.

У этого рынка было немало привлекательных особенностей: высокий уровень дохода населения, большая концентрация игроков в Overwatch, удобный для частных рейсов аэропорт. Но размер рынка был вдвое меньше, чем в области залива: в общей сложности 3,6 миллиона потенциальных зрителей. Гости старались не показать своего разочарования.

Бобби разъяснил подробности: они смогут самостоятельно заключать договоры на вещание, владеть стадионом, подписывать собственные спонсорские контракты – если те не вступают в конфликт с контрактами лиги – и так далее. Пока Марк и Джефф расспрашивали Бобби о том, кому будут принадлежать права на команду и каков ожидаемый уровень поддержки лиги на региональных рынках, Энди хранил молчание. Бретт знал, что он очень расстроен. Дело было не только в том, что рынок Сан-Франциско был намного крупнее рынка Сиэтла, а сам Энди жил в Области залива, – просто он действительно хотел расположиться именно там. Это казалось правильным. С финансовой точки зрения Сиэтл был вполне разумным вариантом, но до Сан-Франциско ему было далеко. Бретт беспокоился, что неоправдавшиеся ожидания поставят на проекте крест. Он был разочарован, как и его компаньоны, но, в отличие от них, не выступал в роли инвестора.

³ Эта агломерация включает в себя не только город Сан-Франциско, но и города Сан-Хосе, Окленд и их пригороды.

Рассказав о перспективах местного рынка, Бобби внимательно посмотрел на гостей.

– Вы готовы? – спросил он. Ответом ему были неуверенные кивки. – Хорошо. Тогда можете перевернуть второй лист.

Бретт перевернул – там оказалась карта района залива Сан-Франциско.

И тут Бобби ошарашил всех главной новостью: цена участия команды в лиге – 20 миллионов долларов.

Глава 2. О чем думал Роберт Крафт?

Каким нужно быть психом, чтобы заплатить 20 миллионов за возможность играть в киберспортивной лиге? Таким, как Роберт Крафт. Он известен как владелец команды New England Patriots, которая с момента прихода тренера Билла Беличика и звездного защитника Тома Брейди доминировала в Национальной футбольной лиге, выиграв шесть из последних восьми Супербоулов⁴. Помимо этого, Крафт стал первым владельцем команды в лиге Overwatch: ему достался бостонский рынок.

Как же Blizzard удалось завлечь такого титана бизнеса? Возможно, Крафт и Бобби Котик обо всем договорились за кружкой пива после игры в гольф, ведь они были давними друзьями. Семья Крафтов долгое время инвестировала в Activision Blizzard, и, когда два Боба встретились на инвестиционной конференции в 2013 году, они сразу нашли общий язык. Но такой бизнесмен и создатель спортивной империи, как Крафт, заключает сделки не для того, чтобы завести новых друзей (и первое тому доказательство – наем Билла Беличика). У его поступков непременно есть финансовые мотивы.

Крафт с таким энтузиазмом стал инвестировать в киберспорт, потому что осознал: в будущем природа спортивных зрелищ изменится. И он собирался сделать все, чтобы его империя не застряла в прошлом. «Мы стараемся во всех своих действиях ориентироваться на долгосрочную перспективу», – объяснил он стратегию своей организации. По его словам, ему стало понятно, что миллениалы и представители поколения Z «потребляют иначе», проводят за играми многие часы и не смотрят спортивные трансляции так, как это делал сам Крафт и его ровесники. «Мы хотели идти в авангарде новых тенденций и стать пионерами в этой сфере, – сказал он. – Что мне больше всего нравится в киберспорте, так это возможность взаимодействовать с людьми по всему миру». Его решение заплатить 20 миллионов за бостонскую франшизу было, по всей видимости, продиктовано тремя основными причинами: видеоигры интересовали молодежь, Бобби Котик был лучшим из лучших и, наконец, этот шаг позволял захватить мировое лидерство на перспективном новом рынке.

Когда Крафт говорил, что юное поколение «иначе потребляет», он имел в виду, что они не покупают подписки на платное телевидение, которое традиционно было основным источником дохода в профессиональном спорте. Если не считать 11 матчей за сезон, доступных подписчикам Amazon Prime, для просмотра игры НФЛ нужна подписка на кабельную или спутниковую телесеть, а она есть лишь у 60 % миллениалов. (Из оставшихся 40 % половина остановили подписку, а еще половина вообще никогда не устанавливали себе платное телевидение.) Что еще хуже, доля тех, кто все же платил за каналы, сокращалась. Таким образом, Крафту нечего было предложить огромному числу молодых бостонцев, которые хотели каким-то образом поддержать свой город.

Как оказалось, одним из развлечений, на которые непредсказуемые миллениалы тратили время вместо просмотра трансляций НФЛ, был киберспорт. Менее 5 % американских подростков в возрасте от 13 до 17 лет хоть раз в жизни смотрели игру НФЛ, а вот киберспортивные трансляции – аж 16 %. И проблема не ограничивалась подписками на платное телевидение. Возраст среднестатистического зрителя НФЛ составлял около 55 лет и с каждым годом увеличивался, а молодежи, которая бы заменила стареющих фанатов американского футбола, на горизонте видно не было: они не следили за игрой ни на стадионах, ни по телевизору и даже не смотрели нарезки лучших моментов онлайн. Падение телерейтингов НФЛ в сезонах 2016 и 2017 годов стало рекордным за несколько десятилетий: минус 8 % в 2016 году и еще минус девять в 2017-м. У тех, кто вложил в связанные с лигой активы миллиарды, подобный спад не

⁴ Финальная игра Национальной футбольной лиги США.

может не вызывать беспокойства. А потому владельцы клубов НФЛ заинтересовались киберспортивной лигой.

Хотя киберспорт и был под завязку набит теми самыми молодыми людьми, к карманам которых хотел получить доступ Крафт, – средний возраст фаната любой дисциплины составлял 24 года, – решение зайти на этот рынок несколько затруднял тот факт, что до запуска Overwatch League он был сущим кошмаром для инвесторов. Никому не удавалось удачно воспроизвести сочетание трех ключевых элементов, определяющих коммерческий успех традиционных видов спорта: структура лиги, спонсорские контракты с рекламодателями и продажа прав на трансляции. Эти элементы обеспечивали четкий порядок проведения соревнований, стабильную выручку и каналы для взаимодействия с фанатами, и без них владельцы команд не могли выйти в плюс. А потому в киберспорте периодически воцарялся хаос. Одни команды распадались прямо посреди сезона, поскольку руководство не могло стабильно выплачивать зарплату, другие – из-за конфликтов в коллективе (возможно, игрокам недостаточно платили, чтобы у них была мотивация идти на компромисс), третьи же просто пропадали с радаров без видимых причин. Популярность различных видеоигр менялась по синусоиде, и игроки переходили из одной дисциплины в другую, стараясь плыть по течению. Добавляло неразберихи и то, что в крупнейших киберспортивных лигах работала система перевода слабейших команд в низшие лиги по итогам сезона: неудачники исчезали, а у потенциальных владельцев пропадало желание вкладывать деньги в организацию, цена которой из-за плохого результата команды могла за вечер упасть до нуля.

Даже молодая аудитория, подход к которой пытались найти владельцы традиционных спортивных организаций, была чем-то вроде долгосрочной инвестиции, а с точки зрения рекламы это палка о двух концах. Такие сети теле вещания, как CBS, NBS, Fox и ESPN, платят миллиарды долларов за права на показ традиционных видов спорта, потому что могут продать рекламу на трансляциях: это рекламные паузы, логотипы, которые появляются на экране прямо во время матчей, и вообще все, что только придет им в голову. Молодая же аудитория, хоть и сулила принести щедрые барыши дистрибьюторам контента (при условии, что фанаты продолжают смотреть киберспортивные трансляции, когда начнут работать и их доходы станут расти), на текущий момент не была для рекламодателей привлекательной целью. Рекламодатели платили за доступ к потенциальным клиентам с реальными доходами: чем богаче зрители, тем больше денег они принесут. Фанаты киберспорта в этом смысле не представляли особого интереса, по крайней мере пока.

Я говорил с инвестором, который рассматривал возможность вложиться в команду OWL, но в итоге так и не смог избавиться от сомнений. По его расчетам, фанат одного из традиционных видов спорта принес бы ему примерно 54 доллара в год. (Чтобы получить эту цифру, он сложил выручку всех крупнейших спортивных лиг в США и разделил на число фанатов.) Для киберспорта показатели были таковы: 800 миллионов выручки в год и 400 миллионов фанатов, то есть ценность каждого фаната в среднем составляла всего два доллара – в 27 раз меньше. Откуда такая огромная разница? Главная причина состояла в том, что молодость аудитории обуславливала низкий уровень ее доходов. Но еще одна проблема состояла в особенностях поколения: миллениалы достигли совершеннолетия в годы мирового финансового кризиса, поэтому их пожизненный доход был ниже, чем у предыдущих поколений, например бумеров. К тому же примерно половина фанатов киберспорта – китайцы, а в Китае средний заработок гораздо ниже, чем в США. Наконец, подавляющее большинство любителей киберспорта – мужчины (или, если на то пошло, мальчики), и их доля в структуре аудитории даже больше, чем в традиционных видах спорта; но не они, а женщины чаще определяют, какие потребительские товары покупать. (Согласно данным журнала Harvard Business Review, в США женщины контролируют от 70 до 80 % потребительских расходов.) Единственные категории товаров, по которым решения принимают мужчины, – это электроинструменты, товары для ухода

за газоном, автомобильные шины и отдельные виды бытовой электроники (например, игровые приставки или компьютеры). Именно по этим причинам киберспортивная аудитория для традиционных рекламодателей интереса не представляла.

Но даже если бы руководители новой лиги нашли способ привлечь крупных рекламодателей, владельцы команд столкнулись бы с еще одним серьезнейшим риском: саму культуру киберспорта многие считают токсичной. Видеоигры всегда были наиболее популярны среди мальчишек-тинейджеров, и связанные с ними традиции отличались некоторой незрелостью; в каких-то случаях это проявлялось больше, в каких-то меньше. Пожалуй, самая известная подобная традиция – так называемый тибэгинг («макание чайного пакетика»). Это форма высмеивания оппонента: игрок несколько раз приседает над виртуальным трупом убитого врага (чайный пакетик символизирует мошонку, хотя такой уровень анатомической достоверности мне, к счастью, ни разу не встречался ни в одной игре). Blizzard не игнорировала это: компания понимала, что любые проявления враждебности в игровой культуре следует истреблять на корню. Когда один из самых известных игроков лиги сказал, что оппонент – открытый гей – наверняка хотел бы «пососать толстый член», компания признала, что проблема гомофобии существует во всей лиге, и приняла меры. Все хорошо помнили, что халатность НФЛ в ситуациях, связанных с домашним насилием со стороны игроков, стала настоящим репутационным кошмаром для рекламодателей. Они совершенно не желали, чтобы их бренды ассоциировались с попытками замаять неприятные истории и лишиться права на защиту пострадавших женщин. Blizzard не хотела, чтобы спонсоры или возможные владельцы команд, оценивающие целесообразность покупки места в лиге за 20 миллионов долларов, считали киберспорт рискованным вложением. Однако любой случай, когда недопустимое поведение со стороны игроков становилось поводом для громких разбирательств, делал его именно таковым.

Помимо особенностей культуры киберспортивного сообщества владельцев команд могла отпугнуть и жестокость шутеров как таковых. На видеоиграх лежало клеймо источника насилия еще со времен массового убийства в школе «Колумбайн»: известно, что убийцы много играли в Doom и Quake. Родственники жертв винили в трагедии жестокие видеоигры и подали коллективный иск против 25 издателей, в том числе создателей Quake и Doom, на общую сумму пять миллиардов долларов. Один из устроивших бойню в школе якобы дал своей винтовке прозвище Арлин – в честь возлюбленной главного героя Doom. Суд оправдал создателей видеоигр, но внимание прессы и общества по-прежнему было приковано к этому вопросу. На момент трагедии в 1999 году Doom, вероятно, был самой кровавой игрой всех времен: демоны взрывались, кровь лилась рекой, бензопилы пилили врагов пополам – и все это изображалось в будоражаще ярких деталях. Трагедия в школе «Колумбайн» привлекла внимание общественности к возможному негативному воздействию жестоких видеоигр на психику, и эта тема с тех пор поднимается раз за разом; при этом ни одно из многочисленных исследований не подтвердило существования прочной причинно-следственной связи между двумя явлениями. (Американская психологическая ассоциация установила, что методики исследований, которые должны были подтвердить негативное влияние игр на поведение, были слишком несовершенны, чтобы принимать результаты всерьез.) Однако необоснованность этого мнения вовсе не означала, что для потенциальных владельцев команд и спонсоров оно не было поводом для беспокойства. В конце концов, именно по этой причине киберспорт не попал в программу Олимпийских игр. Президент Международного олимпийского комитета Томас Бах сказал: «В программе Олимпиады не может быть игр, которые популяризируют насилие». (Он не упомянул ни бокс, ни фехтование, причем фехтованием он даже занимался сам и выступал на Олимпийских играх; оба вида спорта остаются в программе до сих пор.)

Столько рисков, неприятие видеоигр частью общества и целые пустыни некупившихся инвестиций, которые оставили за собой масштабные киберспортивные проекты прошлого, – почему же Крафт, владелец ведущей команды НФЛ, решил поучаствовать в новом проекте? Что другие боссы американской футбольной лиги, например Стэн Кронке, владелец Los Angeles Rams, который купил одну из франшиз Overwatch League в Лос-Анджелесе, увидели в новом начинании Blizzard? Семья Уилпонов, владельцев New York Mets, тоже посчитала OWL перспективным вложением и купила франшизу в Нью-Йорке. С ними к проекту присоединился и совладелец команды Главной лиги бейсбола Texas Rangers, который вложил в франшизу в Хьюстоне; Энди Миллер и Марк Мэстров, совладельцы клуба НБА Sacramento Kings, вместе с еще одним партнером купили франшизу в Сан-Франциско, а телекоммуникационная компания Comcast – в Филадельфии.

Если бы Котику и команде, которую он собрал для организации OWL, каким-то образом все же удалось привлечь рекламодателей, все эти магнаты бизнеса приняли бы идею участвовать в лиге с большим энтузиазмом. Дело в том, что Blizzard как создателю игры принадлежали все права на саму игру и всю связанную с ней интеллектуальную собственность, – это давало компании мощнейшие рычаги для переговоров с игроками. В отличие от традиционных видов спорта, например американского футбола, где история той или иной разновидности игры могла насчитывать тысячи лет и правами на интеллектуальную собственность, соответственно, не мог обладать никто (представьте на секунду, что кто-то владеет правами на пас вперед), Blizzard владела всеми элементами Overwatch. Игроки, которых не устроили бы зарплаты в лиге, ничего не смогли бы с этим поделать. Если бы в НФЛ игроки сочли уровень контрактов слишком низким, они гипотетически могли бы уйти и основать собственную лигу. Каждые пять лет спортсмены и владельцы лиги садились за стол переговоров и обсуждали новый контракт, и каждый раз игроки грозились пойти своей дорогой. Для владельцев это было источником страшной головной боли, ведь их заставляли сокращать выручку и увеличивать долю прибыли игроков. Иначе они могли столкнуться с оттоком талантов из лиги: если бы он превратился в лавину, ущерб стоимости команд был бы невосместим.

У игроков в Overwatch такой возможности не будет никогда.

Глава 3. Идеальная киберспортивная лига

Когда-то Overwatch League можно было приравнять к одному-единственному человеку – комиссару Нейту Нанцеру. Перед тем как занять эту позицию, он проработал в Blizzard два года: сначала в подразделении по аналитике, а затем в киберспортивных проектах. (До OWL Blizzard проводила профессиональные лиги по четырем игровым дисциплинам: Hearthstone, Heroes of the Storm, Starcraft II и World of Warcraft Arena. Объем призовых во всех четырех играх составлял 2,2 миллиона долларов.) Первый сезон OWL по масштабу должен был затмить все, что Нейт и Blizzard делали до этого: планировалось, что призовой фонд составит 3,5 миллиона долларов. Помимо солидных призовых OWL могла предоставить игрокам значительно более стабильный и безопасный заработок.

Стабильные контракты были важны для привлечения в лигу ведущих игроков, но изначально Overwatch понравился лучшим геймерам совсем по другой причине – из-за удачно реализованного геймплея. Еще когда о лиге не было ни слуху ни духу, многие знаменитые геймеры отвлекались от League of Legends и других игр, чтобы удовольствия ради поиграть в Overwatch. В итоге каждый из игроков первого сезона OWL на момент объявления о создании лиги уже играл в Overwatch по меньшей мере полгода. Одним из таких «перебежчиков» был Bdosin⁵, который впоследствии стал мозгом команды London Spitfire: до Overwatch он, возможно, входил в десятку лучших мидлейнеров мира в LoL. Мы никогда не узнаем наверняка, ведь он был в одной команде с Rookie – еще одним бывшим мидлейнером из LoL, которого в 2018 году на голосовании канала ESPN эксперты единогласно назвали лучшим на этой позиции в мире. Однако, несмотря на то что новая игра уже была интересна многим талантливым геймерам, перед Нейтом стояла трудная задача: как организовать лигу так, чтобы Blizzard зарабатывала на турнирах, и в то же время привлечь инвесторов, предложив им гарантии прибыли? Как сформировать фанатскую аудиторию и заключить соглашения со спонсорами, которые захотели бы рекламировать ей свои товары? Наконец, как обеспечить самоокупаемость лиги, когда столько киберспортивных проектов не оправдали ожиданий их организаторов?

⁵ Здесь и далее в никнеймах игроков и тренеров сохранено авторское написание.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.