

Из Сети на футбольное поле

В России появился новый феномен - медиафутбол. Команды в нем составлены из блогеров и селебрити, а их игры посещают и смотрят онлайн больше людей, чем матчи РПЛ.



Что такое медийный футбол и как он вообще появился?

Первые шаги медийного футбола сделали популярные в футбольных кругах блогеры и журналисты. Они стали создавать контент про любительский футбол, который практически не освещался, а его зрительская база в основном состояла из самих футболистов и их друзей.

В 2017 году Василий Уткин начал снимать документальный фильм про команду любительской футбольной лиги "Эгриси". Параллельно Никита Ковальчук (более известный как Картавый Ник) переключился из блогера, обсуждающего футбольные новости (он даже работал комментатором на канале "Россия-2"), в блогера-тренера и создал ФК "КФ". Двухматчевое противостояние "Эгриси" и "КФ" опередило время: шоу-матчи собрали несколько тысяч людей на трибунах, а прямая трансляция игры набрала 400 тысяч просмотров.

Параллельно ребята из комьюнити геймеров футбольного симулятора FIFA организовывали шоу-матчи в реальный футбол. Все началось со Ставра (Константина Гририна) и Кефира (Сергея Никифорова), которые сыграли против команды, состоящей из комментаторов и сотрудников "Матч ТВ".

Но главного успеха добился Герман Попков (Герман El Classico): сначала он снял серию видео о том, что хочет вернуться в профессиональный футбол, и появлялся на матчах любительских команд. В 2018 году он собрал друзей из FIFA-комьюнити в одной команде – "Амкале".

Блогеры регулярно снимали искренний контент без цензуры: в нем было много эмоций, ругани и внутренних конфликтов. Были видео с бровки, из раздевалки, с комментариями игроков сразу после удалений или во время стычек и драк.

Зрителей привлекала честность, близость к главным героям и возможность погружения во внутреннюю кухню, чего практически нет при просмотре профессионального футбола.

Постепенно аудитория вышла за пределы геймерского комьюнити, а за командами стали следить любители футбола, которые хотели получить свежий взгляд на игру. С ростом популярности примерно к 2020 году стали появляться и новые команды, а их матчи – собирать на трибунах по несколько тысяч человек.

Какие команды самые популярные?

Первый медийный клуб – "Амкал" – одновременно и один из самых популярных. На YouTube-канал основателя клуба Германа El Classico подписано 2,79 миллиона человек.

Главный конкурент "Амкала" – 2Drots. Два отца-основателя команды, Жека и Некит (Евгений Бабенко и Никита Панасюк), собирали харизматичных детей из московских футбольных академий, и устраивали с ними челленджи. Впоследствии ребята выросли: кто-то стал профессиональным футболистом (Максим Турищев гоняет в РПЛ за "Торпедо"), а кто-то уже почти не выходит на поле, но находится в комьюнити и регулярно снимает контент. Их YouTube-канал – самый

крупный среди медийных команд (3,3 миллиона подписчиков).

Еще есть "Броуки" – команда экс-спортивного журналиста Дмитрия Егорова и стримера Райзена. Ребята называют себя "самой народной командой". За полгода существования они набрали неплохую фан-базу, а ролики стабильно приносят больше 100 тысяч просмотров.

Четвертый по популярности – ФК "Деньги": блогер Артём Нечаев, как когда то Никита Ковальчук, переключился в тренера и вместе со Стасом Малиевым (еще один FIFA-стример) руководит проектом, который изначально задумывался как ироничный сериал о медийной команде.

Окей, а где все эти команды играют?

Еще три года назад никаких соревнований для медийных клубов не было: команды играли исключительно товарищеские и выставочные матчи без турнирной интриги.

Все изменилось в 2020 году: Герман El Classico организовал Московский кубок селебрити (МКС). В первом сезоне приняло участие 12 медийных клубов, в числе которых были, например, команды "Матч ТВ", Sports.ru и Comedy Club.

Спустя год состав участников сократился до восьми: слабые команды и те, что не играют шоу-матчи регулярно, не получили инвайт, зато добавились фрэшмены из "На спорте" (изначально – команда, состоявшая из тиктокеров и музыкантов: Володи XXL, Goody, Егора Шипа, Молодого Платона и других).

Долгое время у турнира не было альтернативы, и команды весь год ждали инвайта фактически на единственный турнир для медиакоманд. Но в этом году появилась Медиафутбольная лига: бизнесмен Николай Осипов и экс-футболист Дмитрий Кортова создали турнир с регулярным чемпионатом и плей-офф, первый сезон которого растянулся на три месяца. Пиковые трансляции собирали больше 120 тысяч зрителей онлайн, а на финал на "ВТБ Арена" пришли 10 тысяч человек.

В новом турнире не было "Амкала", но зрительский интерес от этого не стал меньше: между турами лига выпускала челленджи, где можно было получить дополнительные очки в турнирную таблицу, и конференции, по вайбу напоминающие поп-ММА.

Этим летом состоялся уже третий сезон МКС, а совсем скоро стартует новый сезон Медиафутбольной лиги, в котором сыграет 18 команд (в первом сезоне их было 10). Ходят слухи, что у турнира даже появится второй дивизион, где команды будут бороться за слот в третьем сезоне.

Где смотреть матчи медийных команд?

Есть два способа – смотреть матчи на YouTube-каналах или прийти на стадион. Изначально онлайн-трансляций не было, потому что Герман El Classico не хотел терять в просмотрах постматчевых выпусков. Медиалига изменила правила игры: все матчи транслировались на YouTube в прямом эфире. Третий сезон МКС пошел по тому же пути и тоже стал транслировать матчи онлайн.

Товарищеские и шоу-матчи чаще всего не показывают, поэтому, если хочется посмотреть какую-нибудь игру не под эгидой крупнейших турниров медиафутбола, варианта два: либо топаться на стадион, либо надеяться на то, что постматчевые видео будут максимально подробными.

А почему медийный футбол вдруг стал так популярен?

В нем есть все, что очень любят зрители. Во-первых, это узнаваемые лица: изначально зрители пошли на стадион, потому что вживую хотели посмотреть на стримеров с громадной аудиторией, которых они видели разве что на экране.

Во-вторых, в медиафутболе очень много конфликтов. С одного из них все началось: что могут блогеры, которые классно управляют футболистами с помощью джойстиков, показать на поле сами?

Контента на тему медиафутбола нереально много. Это и выпуски блогеров, и их сторис, и сами матчи, и конференции, и профильные телеграм-каналы, и разделы на спортивных сайтах. Интерес к турниру, матчу или даже челленджу между двумя игроками максимально подогревается, а любой конфликт разжигается до невероятных масштабов.

То есть все дело в конфликтах и трештоке?

Нет, но те, что случаются, выходят максимально яркими благодаря креативу участников и отсутствию запретных тем для разговора. В медиафутболе швыряют деньги в арбитров, выражая протест их решениям – так сделал, например, Дмитрий Егоров из "Броуков" в матче с "На спорте". Во время перепалки игрок "На спорте" рэпер T-Killah и футболист 2Drots Крап полминуты называли друг друга петрушкой и фантиком. Василий Уткин пришел на конференцию, посвященную презентации команды "Эгриси" в Медиалиге, и сказал, что не выйдет на поле, потому что боится за качество газона стадиона "Луч" – но чаще, конечно, футболисты и блогеры, наоборот, изощренными формулировками обещают выйти на поле и обыграть оппонентов.

Сейчас конфликты часто высасываются из пальца, но в начале медиафутбольной истории они были искренними. Один из ярчайших – хейт "Амкала" в адрес "Матч ТВ": комментаторы так агрессивно играли в некоторых эпизодах, что блогеры записывали разоблачения и открыто хейтили их в соцсетях, а игрок "Амкала" Сибскана вызвал звезду "Матча" Константина Генича на рэп-батл.

Есть ли в медиафутболе свои звезды?

Их много, и этим медиафутбол прекрасен. Безусловно, тут есть сильные футболисты, за которыми охотятся все медийные топ-клубы (например, Алекс Стиль: летом он перешел из Basement в 2Drots), и экс-футболисты РПЛ и сборной России: в первом сезоне Медиалиги сыграли Дмитрий Тарасов, Андрей Ещенко и Денис Глушаков. Яркой выразительной звезды, которая бы тащила команду на себе, да еще и очень активно вела соцсети, нет: чаще всего игрок либо очень медийный и резонирующий, либо очень хорошо играющий в футбол.

Две медийные команды сыграли в Кубке России и даже прошли в следующую стадию. Это блогеры такие сильные или профессионалы такие слабые?

Да, в этом сезоне Российский футбольный союз принял решение допустить к участию в Кубке России два медийных клуба – "Амкал" и 2Drots. В 1/256 финала они обыграли "Зоркий" и "Чертаново" соответственно.

То, что медиаклубы прошли дальше, говорит скорее о довольно низком уровне профессионалов на этой стадии турнира. Конечно,

с момента зарождения медиафутбола уровень игроков существенно вырос.

Например, Сергей Кутузов и Эд Скляр из 2Drots вместе играли в академии ЦСКА. В "Амкале" тоже играют ребята с футбольным бэкграундом: Алексей Гасилин окончил академию "Зенита" и даже играл в РПЛ и в Германии. Михаил Прокопьев тоже занимался в "Зените" и "Строгино". Почти все ребята – воспитанники футбольных академий, кто то периодически играет в турнирах высокого уровня для любителей.

Поэтому никакой сенсации в том, что воспитанники ЦСКА и "Зенита" обыграли профессиональные команды из третьего по силе дивизиона России, нет.

Значит сегодня в медийном футболе тоже играют профессионалы и блогеры на поле почти нет?

Не совсем так. Да, у многих ребят из медиаклубов есть футбольный бэкграунд, но, во-первых, большинство из них сделали себе имя, будучи блогером, а во-вторых, в составе каждой команды на поле регулярно выходят разного рода селебрити – тиктокеры, стендап-комики, рэперы. Они дают дополнительные охваты и новую аудиторию.

Например, среди игроков клуба "На спорте" есть тиктокер Володя XXL и рэпер T-Killah. Там же недавно появился участник "Дома-2" Роман Гриценко: он долгое время занимался в академии "Чертаново", а потом забросил футбол, но клуб перезапустил его карьеру в блогерском футболе.

За "Амкал" выступают Ваня Млечный и Фил Воронин. Первый раньше был заметным батл-рэпером, второй – успешный комик. На челленджи к 2Drots приходили хоккеист Александр Овечкин, стример Бустер и рэпер Obladaet.

Медиаклубы стараются соблюдать баланс между теми, кто хорошо играет в футбол, и теми, кто обеспечивает просмотры и привлекает новую аудиторию.

А как профессиональные футболисты относятся к медийному футболу?

По-разному. Есть те, кто поддерживает его, как вратарь ЦСКА Игорь Акинфеев. А вот голкипер "Динамо" Игорь Лещук назвал игру "Амкала" пародией на футбол. Многие ветераны сомневаются в уровне футбола среди блогеров, не понимая, что костяк почти всех медийных команд сейчас составляют футболисты, по той или иной причине не заигравшие на высоком уровне или уже завершившие карьеру (как, например, Сергей Давыдов из "Броуков" или Андрей Ещенко из Basement).

А вот комментаторам "Матча" медиафутбол, наоборот, нравится: Дмитрий Шнякин и Роман Нагучев комментировали почти каждый тур Медиалиги, Тимур Журавель снимает матчи для выпусков на YouTube. На "Матч ТВ" есть скептики, которые не любят медиафутбол как явление (например, Георгий Черданцев), но таких людей немного.

Я хочу попасть в медиафутбольную команду. Как это сделать?

Можно прийти на один из многочисленных отборов: медийных команд в России уже более тридцати, и они регулярно рассматривают новых игроков – об этом они сообщают в своих блогах. Кому-то нужны скилловые ребята со школой, кому-то – харизматичные парни, которые будут давать эмоции на бровке и конференциях.

Можно собрать команду самому. Это намного проще, чем кажется: сразу несколько блогерских команд появилось, потому что друзья хотели играть друг с другом в футбол и кайфовать. А можно делать контент про медиафутбол и ждать, пока тебя позовут какой-нибудь клуб.

Подготовил Карл ФИШЕР.