

# Pay for X — за что же всё-таки мы платим? Genshin, AppStore, маркетплейсы и все-все-все

Хрен знает почему, но в основном у меня рождаются статьи, как ответ на что-то. Наверное, в обычном состоянии меня вполне устраивают тексты Маслоу, Сент-Экзюпери и прочих мастодонтов науки и литературы. Зачем переписывать то, что хорошо сделано до тебя?

Но иногда меня срывает, и я понимаю — вот на эту тему мне хочется КОЕ-ЧТО сказать.

Началось всё, когда один из создателей Genshin Impact [1], сказал, что в их механике монетизации «игроки платят за любовь (pay for love)» [2], противопоставляя это классическому «pay to win».

Второй раз я поразился, когда увидел, как люди покупают инфокурсы не чтобы что-то узнать, а чтобы почувствовать себя нужными.

Ну, и наконец, почему-то меня триггернула статья «Apple не занимается созданием игр, но зарабатывает с них больше, чем Sony, Microsoft и Nintendo вместе взятые» [3]— и я решился на давно задуманный текст "Pay for X — за что же все-таки мы платим?"

## Disclaimer

Я понимаю, что ИНОГДА мы даже платим за содержание — например, когда берём обычный белый хлеб в магазине. Но сейчас не об этом, а о колоссально большом количестве других случаев, на которых и делаются основные деньги (не на хлебе, да).

Я для себя расклассифицировал большинство из них по пяти пунктам — 5P, о которых, в общем-то, и хочу рассказать.

## 1. Pay for Love (плати за любовь)

Любовь — это довольно тонкая штука. Кстати, психологи часто любят разделять "любовь" и "влюбленность", намекая на то, что это две разные вещи.

Pay for Love — это, скорее, "платить за влюбленность". В психологии "влюбленность" отличается от зрелой "любви" тем, что влюбленный человек **придает объекту любви то значение и смысл, которого в этом объекте нет.**

Давайте серьезно — вайфу [4] это кусок программного кода и картинка на экране; значение анимешной девочке придает сам игрок. Книги — черные закорючки на белой бумаге; смысл (или его отсутствие) тексту придает читатель. Первая влюбленность, как минимум вначале протекает по одному и тому же сценарию — влюбленный считает, что его объект любви прекрасен и обладает А, Б и В (мила, обходителен, всегда поможет и пр.), хотя объективно совершенно не знает этого человека.

Я привожу эти примеры, потому что хочу показать — влюбляться во что-то, придавая этому неадекватно много значения — это, вообще говоря, нормальный процесс. Некоторую проблему я вижу в том, что человеку не помогают преодолеть его **проекции**, а под предлогом его влюбленности начинают выкачивать из него деньги.

А, новое слово — **проекция**. Под проекцией психологи понимают интересную штуку — если у человека есть какая-то неосознаваемая часть себя (потребности и пр.), то он склонен видеть проявление этого в разных людях/объектах, которые к этому могут в реальности не иметь отношения. Собственно, влюбленность часто считается проявлением проекции — и поэтому имеет к нам непосредственное отношение.

Девушки могут ожидать от парня заботы, поддержки и решения всех их бытовых и финансовых проблем (нет ничего дальше от реальности), парни могут ожидать от девушки непрерывной милоты, заботы и эмоциональной поддержки (нет ничего дальше от реальности).

В жизни, слава богу, считается правильным, если кто-то испытывает к тебе чувства, а ты на них не можешь ответить, *не доить этого человека*. Бизнес, к сожалению, часто показывает себя более беспринципным.

По моим не самым веселым наблюдениям:

- Основной аудиторией «бизнес-курсов» являются те, кто недавно работал на низкооплачиваемой работе или вообще лежал на диване. Они надеются, что «бизнес-гуру со сцены» (объект проекции) расскажет им, как заработать свой первый миллион. Чем сильнее «бизнес-гуру» попадает в их образ (Роллекс, отдых на Мальдивах, Мазерати и пр.; чем он харизматичнее и сильнее всех нагибает), тем выше шанс, что к нему пойдут. *Реальные бизнесмены там бывают очень редко.*
- Основной аудиторией «курсов по поиску мужа» являются женщины, у которых проблема с отношениями. Чем сильнее тренер показывает семейное счастье в Инстаграмм и прочими приятными описаниями быта и заботы, тем больше вероятность, что он станет объектом проекции «он/она счастлив(а) в отношениях и меня научит, как». *Люди в отношениях эти курсы не посещают.*

Ну и так далее, примеров можно привести много.

За попытки достичь объекта своей влюбленности человек готов, как правило, платить БОЛЬШИЕ деньги (а если у него их нет — даже залезать в кредит, видел по инфокурсам). В нормальном мире мы откажемся принимать эти деньги — потому что предлагающий их человек, честно говоря, немного невменяем (проекции та же иллюзия). Но бизнес суров.

### Про Genshin Impact и разное

Я сам поигрываю в Геншин, поэтому смотрю на эту ситуацию не совсем со стороны. Не знаю, первыми ли авторы Геншина сформулировали формулу «Pay for love», но эксплуатацию влюбленности в персонажа они используют профессионально. Персонажей, на которых, насколько понимаю, делаются большие деньги, продают тизер и личная история, раскрывающая характер. Характер персонажа задевает часть игроков, которым он ПОЧЕМУ-ТО нравится (задевает их проекцию, да). Кому-то нравятся веселые (Эмбер), заботливые (Барбара), милфы (Лиза) или... В общем, не буду развивать тему :)

...иногда мне кажется, что механика дейтинг-сима в Genshin смотрелась бы лучше.

Немного про известную механику **pay to win**. Если внимательно присмотреться, то это суженная механика pay for love — просто под love воспринимается win в его разных вариантах, и в ММО это чаще всего *любовь к нагибанию* - т.е. к

желанию быть круче всех и проявлять власть. Не найду сейчас источник, но в начале 2000-х была история как какой-то российский бизнесмен по фану влил в браузерку несколько миллионов как раз для ощущения того, чтобы быть в игре самым главным. (Ещё, когда у него возникли небольшие трения с разработчиками, он пытался к ним приехать разрулить лично)

Понятно, что желание доминировать присутствует не у такого большого числа людей, и поэтому всем продать pay to win сложно. Можно продавать в рамках механик социализации (боишься подвести товарищей или хочешь произвести на них впечатление).

Поэтому расширение pay to win до pay to love (кстати, социальные скинчики туда тоже относятся) — это, в целом, развитие. Правда, непонятно, куда оно нас заведет — потому что хороший психолог, если вы в него влюбитесь, будет вправлять вам мозги и возвращать к себе. А плохой — доить.

## 2. Pay for Attention (плати за внимание)

Второе, что покупают в нашем мире чистогана и наживы — это внимание к себе.

Если вы не анимешный японский школьник, а вполне себе работающий дядька за 30+, то интерес вы в основном привлекаете со стороны своего начальства в духе «какую еще работу дать этому человеку-функции».

Постоянно ощущать себя функцией, а не человеком с его глубоким внутренним миром тяжело. По-хорошему, потребность в контакте на уровне личности должна закрываться отношениями — но и они могут не складываться, так как большинство не вышла за рамки вышеупомянутых *проекций*. Например, "мужчина — банкомат", "женщина — многофункциональная домохозяйка"; с таким подходом общение на уровне личности не построишь.

Родители часто тоже имеют ожидания (те же проекции) относительно своего ребенка, и не очень готовы взаимодействовать с реальным взрослым человеком, выросшим из их малыша.

Так что человек ищет куда податься, и рано или поздно он натывается на те или иные инфокурсы (в худшем случае) или сообщества по интересам (в лучшем случае).

В первом случае он иногда платит деньги не за знания, а за то, чтобы кто-то постоянно спрашивал «как у тебя дела?», «сделал ли ты домашку?», «ты такой молодец, что прогрессируешь» и тому подобное. В общем, за ощущение того, что твой прогресс личности и вообще твоя личность кому-то нужна.

«Там платят за облизывание»

Механика используется много где. Кафе с симпатичными официантками, вебкаммы, принимающие за плату пожелания в чате...

Кстати, отличие инфокурсов и подобных историй от сообщества по интересам в том, что в сообществе ты должен вносить что-то интересное. Не деньги, а что-то нематериальное — и тогда ты получишь внимание. Что в целом лично мне кажется более здоровым.

### **3. Pay for Security (плати за безопасность)**

Это тоже интересный момент. Поскольку современный человек приобретает много всего, и ищет лучшие цены, у него нет времени и сил выстраивать отношения с каждым поставщиком товаров/услуг. Он ищет вариант, где кто-то может обеспечить ему безопасность и — та-дам! — приходит к маркетплейсам.

AppStore, Озон, Алиэкспресс, Яндекс.Такси... Куча крупных бизнесов построены на нежелании пользователя договариваться с кем-то конкретно подешевле ("за сколько довезёшь?") и с риском получить проблем — и с желанием найти того, кто выступил бы посредником и, если что — настучал недобросовестному продавцу по голове.

Насколько мне известно, маркетплейсы не делают очень много проверок товаров/поставщиков. Куда лучше работают а) угроза вылететь из стора, если твой товар постфактум поставлен некачественно, б) на крайний случай угроза судебного преследования со стороны крупной компании с приличным числом юристов.

Вообще в концепции продажи безопасности я не вижу ничего особо плохого (да и сам ей пользуюсь), но при выполнении пары условий

1. Она не обходится слишком дорого
2. У клиента есть альтернатива договориться напрямую, без покупки функции безопасности.

Первое, кстати, связано со вторым — наличие небезопасной альтернативы приводит к тому, что плата за безопасность сделки остается приемлемой. В этом смысле я исключительно за то, что на iOS могут появиться альтернативные магазины/способы оплаты для тех, кто их выберет [5].

Поскольку концепции полной безопасности неплохо соответствует одиночная камера, я бы хотел жить в мире, в котором у меня есть возможность совершить что-то небезопасное.

Например, adult-игры своим существованием обязаны только наличию свободной ПК-платформы. Их нет на iOS и консолях — безопасность и социальная приемлемость, являющиеся общей политикой маркетплейсов, не позволяют в них развиваться этому творческому направлению.

А вообще успех маркетплейсов показывает, насколько современный человек не хочет входить в сложные взаимоотношения с продавцом, и насколько хочет получать стандартизированные услуги.

## 4. Pay for Convenience (плати за удобство)

Из всех вариантов дополнительных услуг этот мне кажется наиболее честным. Я могу:

- Взять не просто стул, а удобное компьютерное кресло.
- Взять игру в Стиме, чтобы получить автоматические апдейты, ачивки и облачные сохранения
- Воспользоваться доставкой, а не тащиться в магазин; ну и так далее.

Из хорошего — обычно крупные сервисы / маркетплейсы продают не только вышеупомянутую безопасность, а все-таки и удобство тоже, что является относительно честной частью стоимости. Например, стандартизированная доставка в точные сроки — это удобство. Безопасная оплата в один клик (привет, фанаты Apple!) — тоже неплохое удобство.

Из плохого — рекламщики, чтобы продать удобство подороже, будут всячески упираться на высокую ценность вашего личного комфорта. "Здоровый сон с матрасом всего за 99 999 р." и вот это вот всё, да.

В общем, конкуренция спасает ситуацию и здесь. Я совершенно не уверен, что готов отдать 100К+ за топовое компьютерное кресло — но, слава богу, есть и промежуточные варианты между ним и деревянной табуреткой.

## 5. Pay to Continue (плати, чтобы продолжить)

Неисчислимо число вариантов, в обилии освоенных современной индустрией.

Можно заплатить за:

- новую серию сериала (привет, Нетфликс и иже с ними)
- сиквел/приквел/вбоквел (привет, Star Wars CXVII)
- аниме по манге / игру по манге / игру по аниме...
- бустер в мобилке — чтобы уже быстрее продвинуться по сюжету, а не фармить/переигрывать уровень до бесконечности
- ностальгию — ремастер игры 20-летней давности (хотя DII:Resurrected мне неожиданно зашло, и в результате я не жалею [6])

Часто это сводится к трем основным вариантам:

- доить франшизу / мир, пока не сдохнет
- бить историю на мелкие кусочки, и мелкие кусочки либо продавать как DLC, либо скрывать за фармингом, который можно пропустить за плату
- фигурки, саундтреки, постеры и прочие прикольные фишки, которые продаются в элитной версии продукта, повышая чек

Но вообще эту замечательную и общеизвестную механику можно свести к двум уже изложенным — **pay for love** и **pay for security**.

Первым этапом становится погружение во вселенную; что-то в ней должно зацепить игрока/зрителя/читателя. Что-то магическое, но очень лично притягательное в первых Star Wars / Гарри Поттере / <подставьте\_сюда\_своё>. Формирование классической влюбленности, чего уж там.

Но после погружения история / фильм / сериал так или иначе заканчивается, а ощущение магии (т.е. проекции каких-то желаний) обычно немножко остается. Воспоминание о том, что это было прикольно.

...и когда выходит новая серия / продолжение истории включается, кроме всего прочего, **pay for security**. Мы уже знаем персонажей; их история, если, конечно, режиссер не наворотит лишнего, видится нам безопасно-интересной, удовлетворяющей наши потребности. Мы очень надеемся, что фильм от студии, в отличие от фанфиков, будет следовать **канону** — т.е. не будет изменять знакомый притягательный мир / персонажа так уж сильно.

Поэтому мы смотрим новую серию / покупаем DLC и надеемся на лучшее. Лучшее наступает не всегда, потому что развить успешный сюжет и не сломать чью-то неизвестную проекцию задача для автора ещё та. Автору неизбежно нужно развивать сюжет, и для этого он жертвует одной её частью ради другой.

Можно:

- забить на персонажей и удариться в экшен — любителям мира это будет не по нутру
- забить на экшен и раскрывать персонажей / лор — скорее всего, станет скучно из-за повторений, см. кучу долгоиграющих гаремников без развития отношений
- сделать БОЛЬШОЙ СЮЖЕТНЫЙ ПОВОРОТ («все плохие умерли, все хорошие оказались плохими»)... и огрести от большинства фанатов разом.

В общем, проблемка ещё та. Но желание и возможность человека заплатить за продолжение — знакомых, любимых персонажей, но чуть-чуть в другой атмосфере — приводит к финансовой необходимости эти продолжения делать.

### **Кейс: Gardenscapes**

Если кто не знает, это такая мобильная игра от Playrix с очень нехилой выручкой. Основная механика — 3-в-ряд, с продвижением по сюжету, который мы чуть-чуть разберем.

Основной герой — дворецкий Остин, который возвращается к родителям в старый захламленный дом, который те уже собираются продавать. В результате героических действий Остина мы сначала убираем одну комнату, потом другую, помогаем маме сделать пироги, украшаем сад, вновь начинаем встречаться с старой знакомой по соседству...

Для меня выглядит не очень привлекательно, и я бы задал вопрос «кому это вообще может быть интересно?», если бы не увидел, как СИЛЬНО залипла в него моя знакомая. И, немного с ней поразмышляв, мы пришли к выводу, который наверняка давно известен в Playrix:

"Остин — идеальный мужчина для большого числа женщин за 30. Он: обустраивает дом, заботится о родителях, о кошечке, со всеми общается очень дружелюбно... В свою очередь родители пекут пироги..."

Идеальная семейная история. Идеал, недостижимый в жизни, непознанный, часто становится объектом проекции.

И уже интересно — что будет дальше? Какую комнату еще обустраивают? Какие фотки персонажи выложат в местной соцсети, и кто их и как залайкает (да, там есть внутренняя эмуляция соцсети с фотками и комментариями).

Хочешь продвинуться дальше в знакомой среде — pay to continue, т.к. в некоторых случаях прохождение без допинструментов уровней 3-в-ряд — чистый суровый рандом.

## Про фанфики

Вообще я не планировал о них говорить, но уже в момент написания текста мне пришла в голову светлая мысль:

*Написание фанфика может быть неплохим способом избавления от проекции, а значит, является способом борьбы с pay for love и pay to continue.*

Как я говорил, в психологии считается, что проекция возникает, когда мы переносим что-то непознанное в себе на посторонний объект (персонажа, человека и пр.)

Если мы будем исключительно потреблять чужой контент с этим объектом, мы останемся потребителями, не способными оперировать с тем, что мы вложили в данного персонажа. Нам просто будут подсовывать более или менее подходящие объекты для новых проекций.

В каком-то смысле способ борьбы с этим — *вернуть управление персонажем (а на самом деле, своими проекциями на него) себе.*

Почему в фанфиках есть безумные перевороты и отступления от канона? Гарри становится злым волшебником, Гарри женится на Гермионе, Наруто становится попаданцем в тело Гарри (O\_O), Гарри меняет пол и становится девочкой (X\_X)?

Смысл в том, что автор фанфика пытается написать продолжение в соответствии со своим внутренним ощущением этого мира и своими проекциями. Эти тексты могут совершенно не соответствовать массовому восприятию (и поэтому обычно не являются коммерческим продуктом) — но, что очень важно, они позволяют **автору фанфика частично взять управление вселенной в свои руки**.

Попытавшись написать продолжение, ты понимаешь, что, вообще говоря, очень много находится на самом деле в твоих руках. Не в руках режиссера или писателя — а в твоих собственных. Есть причины, по которым ты полюбил этот мир — но они находятся внутри тебя, и во многом ты сам можешь придумать его достойное и интересное именно для тебя продолжение.

В конечном итоге это дает очень много фана и эмоций, но уже неподконтрольных «фабрике грёз». [7]

## Заключение

Вообще с точки зрения многообразия игр, фильмов и других творческих продуктов мы живем в лучшем из времён, и я с большим уважением отношусь к их создателям.

Тем не менее, я не люблю, когда бизнесы в этой сфере фокусируются на получении денег за счет эксплуатации неосознанных человеческих эмоций. Творчество, по моему личному мнению, должно тянуть человека вверх, к осознанности, и лучшей жизни, а не продавать ему одну и ту же жвачку.

Даже если это выгодно.

Я верю, что в человеческих отношениях и надеждах скрывается есть нечто большее, чем возможность продажи инфокурсов, сериалов и DLC.

Что-то, что принадлежит самому человеку. Что-то, что принимает формы собственноручно созданных историй и отношений, и выплёскивается в его личном творчестве, почти незаметном в современном инфошуме.

Что-то, что ждёт своего часа.

## Примечания

1. Genshin Impact – free-to-play игра в жанре action-adventure с открытым миром и элементами RPG в аниме-стилистике. Имеет внутренний магазин за реальные деньги. Использует механику «гача» (лотерея) для получения высокоуровневых героев и оружия. Как и в любом free-to-play проекте, интересно, почему пользователи несут в неё деньги. А ведь за два месяца мобильная версия игры принесла своим создателям 393 миллиона долларов США, став второй самой кассовой мобильной игрой за этот период (источник: Георгий Киракосян. Genshin Impact заработала почти 400 млн долларов за два месяца // [https://www.igromania.ru/news/100343/Genshin\\_Impact\\_zarabotala\\_pochti\\_400 mln\\_dollarov\\_za\\_dva\\_mesyaca.html](https://www.igromania.ru/news/100343/Genshin_Impact_zarabotala_pochti_400 mln_dollarov_za_dva_mesyaca.html) ). Также Genshin Impact была признана игрой 2020 года по версии Google Play и Apple.
2. Josh Ye. How Genshin Impact’s Chinese creator miHoYo found success with otakus willing to ‘pay for love’ // <https://www.scmp.com/tech/start-ups/article/3105111/how-genshin-impacts-chinese-creator-mihoyo-found-success-otakus>
3. WSJ: Apple не занимается созданием игр, но зарабатывает с них больше, чем Sony, Microsoft и Nintendo вместе взятые // <https://dtf.ru/gameindustry/891390-wsj-apple-ne-zanimaetsya-sozdaniem-igr-no-zarabatyvaet-s-nih-bolshe-chem-sony-microsoft-i-nintendo-vmeste-vzyatye> - краткое изложение идей статьи Tim Higgins. Apple Doesn’t Make Videogames. But It’s the Hottest Player in Gaming. // <https://www.wsj.com/articles/apple-doesnt-make-videogames-but-its-the-hottest-player-in-gaming-11633147211>
4. Вáйфу (яп. ワイフ, хэпб. waifu, от англ. wife — жена) — распространенный в среде отаку термин, под которым обычно подразумевается какой-либо персонаж из аниме, либо манги, или даже реальный человек, по которому фанатеют. Этот термин является эквивалентом слова «wife» (с англ. жена), с той разницей лишь, что вайфу — это всего лишь нарисованный женский персонаж, который является женой в фантазии анимешника. ( <http://wikireality.ru/wiki/%D0%92%D0%B0%D0%B9%D1%84%D1%83> ). В данном контексте слово использовано, чтобы показать глубокую

вовлеченность в отношения с чем-то, что де-факто не является нормальным субъектом отношений.

5. Epic Games подала в суд на Apple в связи с тем, что последние запрещают информировать пользователей о сниженных ценах на собственных сайтах и возможности оплаты через них. У Apple это было в политике разработки приложений на iOS; обойти это ограничение было никак нельзя, однако Apple при этом, согласно соглашению, забирало 30% комиссии. Вопрос активно обсуждался в Интернете, приводились доводы и «за», и «против» - в частности, упоминалось, что Apple имеет право, как частная компания, устанавливать любые правила. Однако суд в первом постановлении указал, что данные действия антиконкурентны и запретил Apple ограничивать разработчиков платежами через App Store — ссылки на альтернативные системы разрешены // <https://dtf.ru/gameindustry/861860-sud-zapretil-apple-ogranichivat-razrabotchikov-platezhami-cherez-app-store-ssylki-na-alternativnye-sistemy-razresheny>
6. Diablo 2: Resurrected – игра, вышедшая в 2021 году; обновленная версия игры Diablo 2, вышедшей в 2001 году. Была определенная критика со стороны игроков – по сути, старый игровой процесс 20-летней давности, но с обновленной графикой, продается по цене AAA-игры (на старте – 1999 р.), в то время как традиционно старые игры продаются по малым ценам.
7. Из интересного, виденного автором – в средах создания игр типа Scratch и Roblox школьники часто воссоздают в примитивном варианте те миры, которые их поразили, и / или с которыми они знакомы. В частности, воссоздают школьные интерьеры. Могу предположить, что таким образом тоже идет выплеск эмоциональных состояний, и осуществляется попытка их осознания и переработки.

*Автор: Январев Владислав*