



История и наука Рунета. Лекции

Иван Филиппов

**В следующих сериях. 55 сериалов,  
которые стоит посмотреть**

«Издательство АСТ»

2020

УДК 791.6  
ББК 85.374

**Филиппов И.**

В следующих сериях. 55 сериалов, которые стоит посмотреть /  
И. Филиппов — «Издательство АСТ», 2020 — (История и наука  
Рунета. Лекции)

ISBN 978-5-17-118361-5

«В следующих сериях» – это книга о том, как так вышло, что сериалы, традиционно считавшиеся «низким» жанром, неожиданно стали главным медиумом современной культуры, почему сегодня сериалы снимают главные режиссеры планеты, в них играют мега-звезды Голливуда, а их производственные бюджеты всё чаще превышают \$100 млн за сезон. В книге вы прочтете о том, как эволюционировали сюжеты, как мы привыкли к сложноустроенным героям, как изменились героини и как сериалы стали одной из главных площадок для историй о сильных и сложных женщинах, меняющих мир. «В следующих сериях» – это гид для всех, кто уже давно смотрит и любит сериалы или кто только начинает это делать. 55 сериалов, про которые рассказывает эта книга, очень разные: великие, развлекательные, содержательные, сложные, экзотические и хулиганские. Объединяет их одно: это важные и достойные вашего внимания истории.

УДК 791.6

ББК 85.374

ISBN 978-5-17-118361-5

© Филиппов И., 2020

© Издательство АСТ, 2020

## Содержание

Предисловие	6
Предисловие автора	7
Как так вышло, что мы все стали смотреть сериалы	8
Клан Сопрано / Sopranos	15
Конец ознакомительного фрагмента.	17

**Иван Филиппов**  
**В следующих сериях**  
***55 сериалов, которые стоит посмотреть***

Серия «История и наука Рунета. Лекции»

© Иван Филиппов, текст, 2020

© Артем Бизяев, дизайн обложки, 2020

© ООО «Издательство АСТ», 2020

\* \* \*

## Предисловие

Мы живем в мире, где детей называют именами Дейенерис и Тирион. Где Уолтер Уайт и Дон Дрейпер более известны, чем президенты Италии и Германии (попробуйте, кстати, вспомнить их имена). Где клан Сопрано могущественнее клана Корлеоне. А семья Рой реальнее семьи Мэрдок. Где Америкой правит Фрэнк Андервуд, а никак не Дональд Трамп. И где ликвидаторы аварии в Чернобыле говорят по-английски с характерным британским акцентом и нашу, максимально требовательную к соблюдению исторической правды аудиторию, это не смущает...

Мы живем во времена сериалов. Не тех бесконечных мыльных опер с экзотическими именами героев, что смотрели наши бабушки и мамы. А новых – со сложными героями, не всегда ясными иррациональными мотивами их действий, страшным и правдивым миром, не обещающим обязательного спасения, откровенными интимными отношениями, брутальным и беспощадным сведением счётов и непредсказуемым финалом. Сериалов, рождению которых дали толчок американские премиумные кабельные каналы и новые хозяева Голливуда – стриминговые платформы.

Иван Филиппов написал об этом книгу. Он объяснил в ней, как произошёл этот невероятный слом зрительских предпочтений, как родились новые экранные герои, как появились шоуранеры, заменившие в умах мечтающих об успехе и славе мальчиков и девочек режиссеров, сценаристов и даже актеров. Ваня подробно рассказал о 55 главных сериалах последних десятилетий. Лидерах мнений, чемпионах зрительских предпочтений, оставлявших пустыми улицы мировых столиц и заполнявших собой социальные медиа. Это очень увлекательная книга – она выстраивает в цельную и последовательную систему наши с вами разрозненные впечатления. Мы с удовольствием вспомним пережитый с героями знакомых нам историй опыт преодоления, обязательно запишем в план будущих просмотров странным образом пропущенные сериалы, мы неожиданно поймём, что связывает между собой придуманный мир Вестероса, опасные городки штата Нью-Мексико и необитаемый остров в Тихом океане, где оказываются пассажиры потерпевшего аварию авиалайнера. Книга Ивана Филиппова сделает интересней для нас просмотр новых сериалов.

Таких книг у нас ещё не было. Героями её стали не только создатели новых вселенных, авторы удивительных историй, не только персонажи, которых мы не встречали ранее, их комплексы, внутренние демоны и внешние враги, но и мы сами, зрители этих историй...

Ваня объяснил нам, что именно мы своим выбором, своими ожиданиями, своими предпочтениями изменили представления о том, как должен выглядеть на экране мир нашего прошлого, настоящего и будущего. Мир, в котором мы сможем по-настоящему сочувствовать, сопереживать, ненавидеть, бороться, смеяться и плакать. Жить и чувствовать.

Интересная книга.

*Александр Роднянский*  
*Продюсер*

## Предисловие автора

*«Русскому человеку тяжело сделать такое кино, как „Игра престолов“. Потому что все эти герои – они ни хорошие, ни плохие, они непонятно какие».*

**Владимир Мединский**

Почему только 55 сериалов? Книжка Памелы Трэверс про Мэри Поппинс начинается замечательным диалогом между супругами Бэнкс: мистер Бэнкс сказал своей жене, миссис Бэнкс: «Выбирай, дорогая, одно из двух: или чистенький, хорошенький, новенький домик, или четверо детей. Обеспечить тебе и то и другое я не могу. Не в состоянии». Примерно так же начался мой разговор с замечательным редактором издательства «АСТ» Марией: что, можно про все вообще выдающиеся сериалы написать? К сожалению, оказалось, что не про все, иначе книжка бы вышла неподъемно толстой. И либо писать про все, которые я хочу, но тогда на каждый сериал по паре абзацев, либо выбрать больше – мы сошлись на цифре 55 – и написать чуть более развернуто.

Ну, допустим. И почему именно эти? А как же – тут можно подставить название какого-нибудь любимого вами (и, скорее всего, мной) сериала, который, к сожалению, не вошел в эту книгу. Дело в том, что эта книга – не справочник и не путеводитель. Это рассказ. Разговор о том, как так вышло, что мы с вами все смотрим сериалы, и попытка рассказать обо всем многообразии историй, которые нам сейчас доступны. Я сознательно не пытался сделать эту подборку тематической: это не главные сериалы, и не лучшие, и даже не самые важные – это разные истории, которые в силу тех или иных обстоятельств, как мне кажется, заслуживают вашего внимания.

Спасибо. Этой книжки не было бы без моей жены Кати, с которой мы вместе смотрели почти все сериалы и чьи точные и интересные наблюдения и соображения мне очень и очень помогли. Вероятно, меня теперь ждет разговор о том, почему часть сериалов я все же смотрел без неё, но это уже другая история.

Не было бы этой книги и без Александра Роднянского, который за последние 12 лет научил меня, кажется, всему, что я понимаю про кино и сериалы.

Кроме того, отдельное большущее спасибо я хочу сказать художнику Артему Бизяеву, без которого бы у книги не было обложки, и замечательному главному редактору Forbes Life и Forbes Woman Юлии Варшавской, которая стала моим первым читателем и дала мне множество важных комментариев.

Наконец, отдельное спасибо моим друзьям из КиноПоиска и Амедиатеки за возможность посмотреть многие из этих сериалов и за поддержку выхода книги. И КиноПоискHD – за подарочные коды на подписку для вас, моих читателей – их вы найдете в книге.

## Как так вышло, что мы все стали смотреть сериалы

Мы живем в золотой век сериалов. Ежегодно появляется несколько сотен новых сериалов, из которых несколько десятков – выдающиеся, пара – гениальные, а штук тридцать – просто очень развлекательные. Онлайн-платформы и кабельные телеканалы тратят на производство оригинальных сериальных историй миллиарды долларов. Netflix – одна из таких платформ – только в этом году на сериалы и фильмы потратит \$14 млрд – это больше, чем стоит вся компания «Яндекс» (рыночная капитализация \$11,6 млрд). И Netflix – это лишь одна из платформ, занимающихся сериалами, а есть еще HBO, Amazon, Hulu, Sky, BBC, Starz, AMC. В скором времени сериалами займутся также Apple, Warner Bros. и Disney – компании в этом году запускают свои сервисы. Сериалы с производственными бюджетами по \$100 млн за сезон уже перестали быть редкостью, а в ближайшем будущем свет увидит сериал по вселенной «Властелина колец» с оценочной стоимостью около \$1 млрд. Что?! Да, именно столько планирует потратить на производство (вероятно, правда, речь о нескольких сезонах) американская стриминговая платформа. При этом за права на мир, придуманный Толкиеном, Amazon уже заплатила \$250 млн. Так как и почему так вышло? Как сериалы, всегда бывшие лишь одним из элементов популярной культуры, вдруг стали ее абсолютным центром?

Сериалы были частью жизни российского зрителя последние тридцать лет. С падением Советского Союза взрослая часть аудитории открыла для себя бразильские мыльные оперы (а сейчас – турецкие мыльные оперы, Турция неожиданно стала вторым по величине после США экспортером телевидения, турецкие сериалы идут в 156 странах), а молодые люди узнали о существовании качественных американских, британских и французских историй. Пока их родители смотрели «Богатые тоже плачут» или «Санта-Барбару», молодежь получала удовольствие от выпендрежно-загадочного «Твин Пикса», фантастического «Капитана Пауэра и Солдатов Будущего», увлекательных «Секретных материалов», смешной «Дежурной аптеки» или дюжины историй про любовь, от «Друзей» и «Беверли Хиллз, 90210» до французского сериала «Элен и ребята». Чуть позднее появились «Скорая помощь», «Клан Сопрано», «Секс в большом городе», «Остаться в живых», «24» и «Доктор Хаус». И все это были популярные сериалы, которые смотрели во всем мире десятки миллионов человек, но это стало лишь началом настоящей телевизионной революции.

Эта революция началась в Америке, и, чтобы чуть точнее понять ее истоки, о которых мы поговорим в общих чертах (детально эти явления разобраны в десятке выдающихся книг, которые я буду умеренно цитировать здесь), надо представить себе американский телевизионный ландшафт. Телеканалы делятся на три категории: эфирные, кабельные, кабельные-премиальные. Эфирные телеканалы доступны всем зрителям бесплатно и как следствие живут в системе довольно строгих контентных ограничений: все шоу, фильмы и сериалы, идущие в эфире, должны соответствовать условному возрастному ограничению 6+, то есть никакого натуралистического насилия, откровенного секса, мата или провокационных тем. Поскольку эфирные каналы доступны всем, то и любой контент, который они демонстрируют, должен быть понятен и интересен всем (с поправкой на целевую аудиторию, то есть на самую большую социодемографическую группу зрителей конкретного канала). Соответственно, если мы говорим о сериале, то тематически сериалы должны быть интересны максимальному количеству зрителей. И герой его должен быть простым и понятным: полицейским, следователем, пожарным, врачом, юристом и т. д. Такой традиционный джентльменский телевизионный набор. К таким каналам относятся ABC (сериалы «Кастл», «Анатомия страсти»), NBC («Скорая помощь», «Друзья»), FOX («Доктор Хаус», «24») и CBS («CSI: Место преступления», «Теория большого взрыва», «Хорошая жена»).



За эфирными каналами идут так называемые «базовые кабельные» – каналы, распространяемые не через эфир, но при этом живущие за счет рекламы. Эти телеканалы не связаны такими жесткими цензурными рамками как эфирные, но тем не менее откровенный секс или мат в них также под запретом – если эфирные каналы за нарушения штрафуют государственные организации, то базовые кабельные опасаются реакции со стороны рекламодателей, которые могут отозвать свою рекламу из «спорных» сериалов. К таким каналам относятся AMC и FX, и если вы смотрели выдающиеся сериалы «Во все тяжкие» и «Безумцы», то вы, вероятно, обращали внимание на практически полное отсутствие в них слова «fuck».

И, наконец, самые интересные телеканалы – премиальные кабельные: HBO, Starz, Showtime. Эти телеканалы живут за счет подписки, а не за счет рекламы и не ограничены вообще никакими контентными рамками. Зрители платят за то, что они не могут увидеть или услышать нигде больше, то есть за качественный контент 18+. С точки зрения контентных ограничений так же устроены и новые – если не сказать «главные» сейчас – игроки телерынка – онлайн-платформы Netflix и Amazon. Они также доступны только по подписке и совершенно не ограничены ни в выборе тем, ни в способе их изложения.

На протяжении десятилетий королем сериалов было массовое телевидение. Только главные эфирные телеканалы могли позволить себе тратить десятки миллионов долларов на качественные сериалы, понимая, что их увидят десятки миллионов зрителей и любые затраты на производство вернутся сторицей (особенно когда сериал после показа попадает в «синдикацию», то есть основной канал-бродкастер начнет продавать права локальным телестанциям). И если бы мы жили в мире, придуманном консервативными телевизионными начальниками, то не видать бы нам никакого «золотого века сериалов», потому что машина работала, сериалы производились и деньги зарабатывались – чего еще желать? И тем более зачем менять то, что и так отлично работает? Но проблемы пришли откуда не ждали. Изменился мир и изменились зрители, а самое важное, изменился характер потребления контента. Как пишет в своей книге «Борьба за будущее кино» Бен Фритц, первыми это почувствовали не телеканалы, а киностудии – кинобизнес начал стремительно и бесповоротно меняться.

С каждым годом студии теряли все больше и больше денег на драмах. И, как следствие, драмы стали вымываться из кинотеатрального репертуара. Студии стали выпускать все меньше фильмов для взрослой аудитории, того, что иногда принято называть артстримом (art + mainstream) или просто качественными драмами. Связано это было в первую очередь с финансовыми соображениями. Как бы ни странно это звучало, но на неудачном фильме стоимостью \$40 млн студии теряют радикально больше денег, чем на неудачном фильме за \$100 млн. Маркетинговые расходы на выпуск обоих фильмов сопоставимые, но если насыщенные спецэффектами фильмы в результате в прокате что-то да собирают (зрители идут на них в любом случае, если не за качеством, то за зрелищами, и если не американские, то китайские), то фильмы со средними бюджетами если валются, то совсем, и в результате студия может потерять \$20 млн на \$100-миллионном фильме или \$38 млн на \$40-миллионном.

Кино и так высокорискованный, малопредсказуемый и низкомаржинальный бизнес, так что рисковать деньгами, которых немного, на подобных фильмах студии хотят все меньше. Тренд этот наметился давно и с каждым годом он будет лишь усиливаться. Хотя совсем такое кино, конечно, никуда не исчезнет – остается фактор «Оскара», который для всех студийных руководителей, кроме Disney, до сих пор остается довольно важным. И хочется, конечно, в этой ситуации по традиции обругать жадных корпоративных бюрократов и дельцов кинобизнеса, которые дают искусство настоящее, но проблема в том, что виноваты в сложившейся ситуации не студии, а зрители.

Неожиданно главной валютой современного мира оказалось свободное время. Постепенное отмирание многочисленных социальных табу – что может и чего не может делать мужчина / женщина / взрослый серьезный человек, развитие новых технологий и увеличение доступных

способов досуга привели к тому, что люди стали реже ходить в кино. Не потому, что они разлюбили именно кино, а просто потому, что это сложно – выйти из дома, доехать до кинотеатра, купить билет, вернуться домой. Причем фильм может оказаться паршивым, тогда все эти телодвижения и траты были зря. При наличии, условно говоря, дома PlayStation и возможности погрузиться в полноценный мир выдающейся компьютерной игры, не вставая с дивана, зачем куда-то идти?

Вторым важным фактором стал фактор финансовый: билеты в кино дорожают и чем дороже становятся билеты, тем меньше массовый зритель готов рисковать и с тем большей вероятностью он выберет не оригинальный фильм, а фильм по знаменитой книге, комиксу, сиквел и т. д. Это что касается жанрового кино. С драмами, инди-фильмами, авторским кино или артстримом ситуация еще более сложная: зритель готов идти на него только при условии, что это будет настоящий шедевр. Что-то абсолютно выдающееся и неповторимое. Другими словами, лишь блистательная пресса, фестивальные награды и номинации на главные премии мира могут подтолкнуть любителя кино к просмотру именно на большом экране. Если же речь идет просто о хорошем кино, то зритель на него в кинотеатры не идет, предпочитая смотреть дома на VOD. В числе прочего это связано с тем, что любители авторского кино (в самом широком смысле этого слова) – в основном люди взрослые и семейные, и поход в кино для них – это не просто прийти и купить билет, а найти беби-ситтера, найти время в напряженном расписании и т. д. Они готовы это сделать, но редко и только ради чего-то совсем событийного.

Зрители громко жалуются в соцсетях, что хотят больше оригинальных фильмов в кинотеатрах, сетуют, что в былые времена на большом экране смотрели великие фильмы, но... когда дело доходит непосредственно до покупки билета, оказывается, что делать этого подавляющее большинство из них просто не хочет. В связи с этим усложнился и маркетинг кино: если раньше надо было убедить зрителя в том, что кино хорошее и достойно просмотра, то теперь зрителя надо убедить посмотреть фильм именно в кинотеатре, а не дома на диване. Этот процесс радикально сложнее и затратнее.

В результате драмы практически исчезли из кинотеатрального репертуара. Но это совсем не означало, что люди перестали хотеть их смотреть, просто драмы перешли с большого экрана на малый – телевизионный. Если даже мельком попытаться систематизировать все главные сериалы последнего десятилетия, то абсолютно подавляющее большинство из них – это именно драмы. Фэнтези-драмы, фантастические драмы, криминальные драмы, драмы костюмные или драмы с элементом комедии, но все равно именно драмы. Наиболее наглядно этот процесс иллюстрируют качественные мини-сериалы последних лет, от «Патрика Мелроуза» до «Чернобыля» – это истории, которые «в прежней жизни» стопроцентно были бы полнометражными фильмами с кинотеатральным прокатом. Но сегодня найти финансирование под такие истории в кино невероятно сложно, зато телеканалы и VOD-платформы отхватывают их с руками и делают из них настоящие события.

Наконец последним фактором, так радикально преобразившим и кино, и телевизионный бизнес, стало серьезное изменение зрительского запроса. Зритель, даже массовый, устал от примитивных конструкций и шаблонных персонажей и стал просить новых героев: сложных и неоднозначных. И опять-таки первыми этот запрос почувствовал и отреагировал на него кинобизнес: перезапуски знаменитых франшиз про «Джеймса Бонда» или «Бэтмена» были практически полностью лишены фирменного налета юмора, сказочности и иронии. Это были новые герои, которых мало интересовало, как взбалтывают и смешивают их коктейли, и которые боролись не столько со злодеями, сколько с собой – со своими слабостями и внутренними демонами. И очень постепенно и местами случайно эта мысль – о том, что герой не обязан быть положительной комсомольской картоночкой – начала проникать и в телевидение. Героями нового телевидения, еще традиционного, но уже начинающего меняться, стали Джек Бауэр («24») – вроде бы положительный персонаж, спасающий в каждом сезоне мир, но при этом не

чурающийся довольно жестко пытаться подозреваемых, Доктор Хаус – гениальный врач, ненавидящий все человечество в целом и своих пациентов в частности, и герои сериала «Остаться в живых», у каждого из которых в прошлом была либо страшная тайна, либо преступление.

В своей невероятно интересной книге «Телевизионная революция» телекритик и журналист Алан Сепенволл рассказывает удивительные истории о том, как любимые нами сериалы – те же «24» и «Остаться в живых» – сумели появиться в условиях чудовищного консерватизма руководителей телеканалов. Эти шоу нарушали не просто правила, они нарушали главную телевизионную заповедь старого времени: сериалы не должны быть «сериализированными» (простите мне эту кальку с английского). Сериалы должны были быть набором (чаще всего из 24 серий) самостоятельных историй, объединенных общими героями, но никак не сквозным сюжетом. Связано это было, опять-таки, с характером просмотра: Сепенволл приводит такой пример – даже у самого популярного сериала своего времени «Скорая помощь» (44 млн зрителей на пике) лишь около 25 % смотрели все эпизоды сезона. Другими словами, проблема «сериализации» была в том, что если зритель пропустит (а предполагалось, что он непременно это сделает) хотя бы один эпизод, то он потеряет нить повествования, заскучает и забросит сериал. И когда количество таких зрителей достигнет критической массы, рейтинги у сериала просядут, рекламодатели уйдут и канал потеряет кучу денег.

В таких условиях тот факт, что мы с вами вообще увидели «Остаться в живых» – это большая удача. В прямом смысле слова: дело в том, что запустивший сериал в производство шеф ABC был уволен до выпуска пилота, а когда сериал неожиданно стал хитом, никто из сменивших его начальников не хотел рисковать шкурой и лезть что-то менять. В результате «Остаться в живых» был не только полноценной историей, а не набором эпизодов, но и стал первым эфирным сериалом, в котором были серии с субтитрами, сложные герои, запутанная мифология и т. д. В случае с «24» шоураннеры просто наврали руководству канала FOX и пообещали, что каждый эпизод их сериала будет законченной историей.

Еще бодрее на изменившийся запрос зрителей реагировали кабельные каналы. «Клан Сопрано» представил зрителям революционного героя: мафиози, идущего к психиатру решать свои проблемы. Да, он глава мафиозного клана, безжалостный убийца и преступник, но Тони Сопрано – главный герой сериала – еще и отец и муж, и впервые в истории мы увидели обратную сторону мафиозной жизни. Не разборки с конкурентами и противостояние с ФБР, а поход за покупками, панические атаки, сложности воспитания детей и отношения с женой и матерью. Затем «Секс в большом городе» наглядно деконструировал еще один популярный миф – сериал про женщин не будет никому интересен. Еще как будет! Одинокие женщины за тридцать для многих неожиданно стали не просто любимыми героями, а иконами и героинями обложки журнала Time. И поскольку телевизионный бизнес, так же, как, по сути, и любой другой – это бизнес копирования, то как только у НВО случился большой успех, все их ближайшие конкуренты решили попробовать этот успех повторить у себя. Так, например, на канале FX появился сериал «Щит», ставший самым убедительным доказательством для индустрии, что качественный провокативный контент может быть востребован не только на одном канале.

Появление этих сериалов принято считать началом нового «золотого века телевидения». Но это была еще не революция. Революцию совершенно для всех неожиданно совершил человек по имени Тед Сарандос – один из руководителей компании по аренде фильмов на DVD под названием Netflix. Сарандос не был продюсером, не имел кинообразования, никогда не учился производству фильмов или сериалов, но очень их любил.

Сарандос почувствовал, что – в силу в первую очередь технологических причин – эра DVD заканчивается, и если Netflix хочет выжить, компания должна адаптироваться под изменчивый мир. Первым шагом этой адаптации стала трансформация оффлайн-бизнеса в бизнес онлайн-стриминга: к моменту запуска сериала «Карточный домик» Netflix принадлежали онлайн-права на 8300 фильмов и 24 000 эпизодов телесериалов. Вторым же – самым ради-

кальным и самым успешным – шагом на пути уже не к выживанию, а к доминированию, стало решение Сарандоса начать производить собственный контент, а не только покупать чужой. В 2011 году за бешеные деньги – \$100 млн за 26 эпизодов – Netflix купил проект Дэвида Финчера «Карточный домик». Этот сериал с Кевином Спейси в главной роли должен был стать первым оригинальным сериалом Netflix. На момент заключения сделки – Netflix выиграл аукцион за право производства сериала у HBO – этот шаг подавляющее большинство участников кино и телеиндустрии считали абсолютным сумасбродством. Во-первых, это было слишком дорого. Во-вторых, Netflix – это в лучшем случае онлайн-кинотеатр и пункт проката, но никак не производитель. Зачем им заниматься чужим бизнесом? Наконец, выбор артиста на главную роль многим казался спорным – карьера Кевина Спейси в этот момент находилась если не на дне (это случится позднее и в силу других обстоятельств), то уж точно не на взлете. Но Сарандоса соображения конкурентов совершенно не интересовали.

С юности, когда Тед Сарандос работал в пункте проката DVD, он ежедневно смотрел кино по 9 часов в день. Смотрел и обсуждал с клиентами проката, выяснял, что им нравится, а что – нет, пытался понять закономерности в паттернах просмотра. Именно экспертиза Сарандоса и его вера в то, что люди принимают решения о просмотре, исходя из вкусов, а не пола и возраста, стали основой бизнес-модели Netflix и грандиозного успеха компании. Собственно, именно алгоритм Netflix – точнее, шоу, которые появились благодаря ему – и стали той самой обещанной революцией. С успеха, если не сказать с колоссального успеха «Карточного домика», количество оригинальных сериалов, их производителей и бродкастеров начало расти в геометрической прогрессии.

Суть метода Сарандоса была настолько же простой, насколько и революционной. Как мы с вами обсуждали выше, телевизионный бизнес всегда строился на желании угодить сразу всем. Вот у вас есть канал, который потенциально может смотреть каждый житель страны. Есть у вас и целевая аудитория – скажем, женщины 35+ – это те зрители, которые смотрят ваш канал чаще всего или которые с наибольшей вероятностью будут его смотреть. И исходя из этих вводных вы и строите свое программирование: сериалы, шоу и фильмы, которые должны быть интересны женщинам 35+ и, желательно, могли бы увлечь еще и окружающих их мужчин и детей.

Сарандос предложил другой подход. Алгоритм Netflix, на основании которого принимаются решения о запуске / продлении сериала, рассматривает всех подписчиков не с точки зрения традиционных параметров – пол, возраст, раса и т. д., – а с точки зрения вкусовых предпочтений. То есть вы, подписчик, это не механический набор атрибутов: белый мужчина 43 лет, а сложенностроенный человек, который любит и фильмы Андрея Тарковского, и скандинавские детективные сериалы, и актера Джона Траволту. А под настроение может даже «Мальчишник в Вегасе» посмотреть. Но, несмотря на всю свою ярко выраженную индивидуальность, вы, к сожалению, все равно не уникальны – среди 140 млн подписчиков Netflix есть люди с такими же вкусами. Все подписчики платформы поделены на «вкусовые кластеры», исходя из всего комплекса фильмов и сериалов, который посмотрел каждый из них. Алгоритм выделяет общие тенденции и группирует таких зрителей в кластер – всего их около тысячи.

Почему этот подход революционный? Потому что теперь, чтобы сериал или фильм случился, он не обязан нравиться всем и быть для всех. Он не должен быть массовым, он может быть очень конкретным и заточенным на конкретных людей, чьи вкусы и предпочтения прежде телеканалами могли не учитываться или игнорироваться как слишком нишевые. В системе Netflix, если предложенный продюсером питч сериала или фильма точно попадает во вкусовые предпочтения одного или более кластеров, это может стать основанием для решения о финансировании. Размер – в количестве зрителей – каждого конкретного кластера, зрители которого выбирают конкретный сериал, является определяющим для решения о бюджете. Netflix может запускать и совершенно нишевые сериалы или фильмы, если в компании понимают, что среди

подписчиков есть люди, которые хотели бы увидеть подобный контент, но производственные бюджеты таких проектов будут пропорциональны размеру кластеров, к которым принадлежат потенциальные зрители.

Логика развития компании Сарандос описывает просто: чем больше нового контента мы производим, тем больше новых зрителей подписываются на наш ресурс и тем больше мы узнаем про то, какие именно сериалы и фильмы предпочитают смотреть наши зрители. Чем лучше мы понимаем, чего хотят зрители, тем больше мы зарабатываем, чем больше мы зарабатываем, тем больше мы тратим на производство нового контента. Какой первый сериал посмотрел новый подписчик – этот вопрос является одним из важнейших индикаторов, которые отслеживает Netflix – с его помощью компания получает ответ на вопрос, какие именно сериалы, жанры, звезды привлекают новых подписчиков. Сейчас Netflix работает в первую очередь на объем и пока показывает стабильный рост, а значит, компания продолжит вкладывать всё большие деньги в производство новых фильмов и сериалов. Но как только рост замедлится или наметится спад, бизнес-модель перейдет в режим удержания подписчиков, а не привлечения новых. Одним из серьезных минусов такого положения дел – для подписчиков – стал тот факт, что, по данным компании, после третьего сезона сериалы больше не привлекают новых зрителей, а значит, смысла вкладывать деньги в четвертые и пятые, несмотря даже на популярность, у Netflix нет, и такие сериалы просто закрывают.

Успех модели Netflix начал мировую гонку вооружений. Все компании, которые я упомянул в первом абзаце – и Amazon, и Disney, и Warner Bros с Apple, – все они решили, что платежеспособные подписчики – вещь хорошая и надо себе тоже завести, а значит – необходимо тратить деньги на производство оригинального контента. От скромных \$1 млрд, которые для начала готова вложить корпорация Apple, до \$7 млрд от Amazon и колоссальной суммы в \$15 млрд, которую на производство в 2019 году планирует потратить Netflix. Такое немислимое количество денег, которые платформы – и это мы с вами не упоминаем десятков других бродкастеров – готовы потратить на производство сериалов, привело сразу к множеству последствий. Во-первых, шоураннеры (сценаристы / продюсеры, отвечающие за сериал во всей его полноте от истории до кастинга, набора режиссеров и т. д.) стали подлинными звездами Голливуда, обладающими властью, сопоставимой с руководителями студий. Во-вторых, все талантливые сценаристы индустрии получили новые площадки, для которых они могут писать и которым они могут продать свои истории. Из второстепенных героев шоубизнеса, сценаристы неожиданно оказались самыми востребованными и обеспеченными. В-третьих, бум сериального производства привел к невероятному спросу не только на нон-фикшн книги, но и на журнальные статьи. Издание Bloomberg изучило вопрос подробно и нашло одного автора, который продал опционы вообще всем платформам по кругу, от Netflix до HBO, и стал самым экранизируемым автором, – Стивена Кинга. Помимо прочего это привело к тому, что невероятно взлетели цены и за опционы на статьи, за которые раньше давали от \$5 до \$10 тысяч, теперь дают от \$50 до \$100 тысяч. И это только опцион – право на разработку сценария на основе материала. Цена покупки прав на статьи теперь в среднем превышает \$350 тысяч и часто доходит до миллиона и больше. И, наконец, сериальный бум, начавшийся в Голливуде, практически моментально стал общепланетарным явлением.

Оказалось, что оригинальные сериалы с субтитрами могут быть невероятно успешными. Французский «Богомол», индийские «Священные игры», немецкий «Вавилон-Берлин», итальянская «Моя гениальная подруга» и особенно израильская «Фауда» неожиданно стали мировыми хитами, породив спрос на новые уникальные истории из всех стран мира.

Но почему это должно волновать вас, дорогие читатели, людей, от мира кино и телепроизводства далеких? Гонка вооружений между каналами и онлайн-платформами имела и еще одно, главное последствие: наша жизнь наполнилась качественными сериалами. Именно зрители от этого бума выиграли больше всего. Теперь у нас есть выбор крутых сериалов от луч-

ших авторов и режиссеров с главными мировыми звездами и на любой вкус. Если раньше для Джорджа Клуни было большой удачей уйти из телесериала «Скорая помощь» в мир большого кино, то сегодня удачей считается для актрисы Мерил Стрип (3 премии «Оскар и 21 номинация) оказаться во втором сезоне сериала «Большая маленькая ложь». Скептики внутри индустрии полагают, что бум продлится еще максимум пять лет, а потом произойдет перенасыщение рынка и сериальный пузырь может лопнуть, но пока этого не произошло, у нас с вами есть уникальная возможность наслаждаться самыми разными и интересными историями, о которых мы бы в противном случае скорее всего и не узнали, и учиться сопереживать самым неожиданным героям.

Пожалуй, именно на этом – на обсуждении героя современного сериала – мы с вами и закончим вводную часть нашего разговора. Я не случайно выбрал эпиграфом к этой книге цитату министра культуры Владимира Мединского об «Игре престолов»: «Русскому человеку тяжело сделать такое кино, как “Игра престолов”. Потому что все эти герои – они ни хорошие, ни плохие, они непонятно какие». Владимир Ростиславович удивительно точно угадал самый важный элемент, благодаря которому и стал возможен «золотой век сериалов». Если традиционное телевидение делило героев на хороших и плохих, то телевидение современное смотрит на мир значительно шире, признавая сложность человеческой природы и восхищаясь ее непредсказуемостью и глубиной. «Непонятно какие» – это глубокие человеческие образы, сочетающие в себе и положительные, и отрицательные стороны. Именно такие люди становятся героями современных историй и захватывают воображение миллионов людей. Школьный учитель, в силу обстоятельств начинающий производить наркотики, мафиози с семейными сложностями, пилот Второй мировой войны, который не хочет воевать, полицейский, в первой серии хладнокровно убивающий напарника, коррумпированный агент ФБР или циничный миллиардер, который не остановится ни перед чем ради достижения цели. Сериал «Корона» показывает нам человеческую сторону древнего института монархии, далеко не всегда привлекательную, а сериал «Охотники за разумом» рассказывает о людях, в чьи профессиональные обязанности входит необходимость почувствовать себя на месте самых жестоких и извращенных убийц в истории. Современные сериалы показывают не только сложность устройства человеческой души, но и возможность изменений – мы смотрим, как Уолтер Уайт из сериала «Во все тяжкие», которого мы встречаем честным и порядочным человеком, вдруг открывает в себе не просто темную сторону, но и способность этой стороной наслаждаться. И, напротив, мы видим, как Джейми Ланнистер, которого мы впервые встречаем, когда он занимается сексом с собственной сестрой, проходит путь от детоубийцы и эгоиста до благородного человека, вызывающего сочувствие и даже восхищение.

Современные сериалы – это полноценная вселенная, в которой порой не просто разобраться, и эта книга – попытка предложить вам своеобразный навигатор по тем разнонаправленным историям, которые, как мне кажется, достойны вашего внимания.

## Клан Сопрано / Sopranos

Про сериал «Клан Сопрано», с которого фактически начался «золотой век сериалов», необходимо понимать одну главную вещь: его автор и создатель Дэвид Чейз вообще не собирался делать из этой истории сериал. Изначально Чейз очень хотел снять кино о сложных отношениях сварливой матери и ее взрослого сына. Потом идея обросла деталями – взрослый сын стал мафиози, и семейный конфликт зазвучал уже по-другому. А потом телеканал НВО предложил Чейзу написать сценарий пилотной серии (для НВО это был второй оригинальный сериал в истории после «Тюрьмы Оз»). И Чейз написал. Но поскольку он не верил в то, что ему дадут снять как он хочет, он писал кино, а не телевидение. Сложное, откровенное, провокативное кино. Чтобы после того, как НВО непременно откажется от неподходящей идеи, быстро ее в киносценарий переделать. Более того, актеров и техническую группу и глобально всю концепцию «Клана Сопрано» он разрабатывал, ориентируясь не на принятые в телевидении практики, а именно на большой кинематограф. Но неожиданно руководство НВО дало проекту «зеленый свет». Так появился сериал, который навсегда изменил историю.

«Клан Сопрано» – это история двух семей. Семьи в традиционном смысле слова: Тони, его матери Ливии, его жены Кармелы и их детей – мальчика Эй Джея и девочки Мидоу. И семьи в смысле «семьи мафиозной» – итальянской преступной группировки из Нью-Джерси, которую Тони и возглавляет. Тони Сопрано пытается быть хорошим сыном, хорошим мужем и отцом и одновременно жестким и крутым боссом, успешно управляющим своим сложным «бизнесом», удерживающим власть и решающим проблемы с конкурентами.

В первой серии у Тони случается паническая атака и он, после долгих размышлений и колебаний, решает пойти к психотерапевту доктору Мелфи. И если вначале Тони решается на терапию исключительно из утилитарных соображений – мафиози опасно испытывать панические атаки, то постепенно он начинает все больше и больше пускать доктора Мелфи к себе в голову и рассказывать ей, пусть и опуская важные детали о своей настоящей работе, о своих переживаниях и страхах.

Сам сюжетный ход – гангстер на приеме у психотерапевта – был максимально оригинальным для своего времени и уже отличал «Клан Сопрано» от десятка разнообразных, в том числе и великих, историй об итальянской мафии. «Сопрано» появились в эфире раньше, чем в прокат вышел фильм «Анализируй это» с Робертом де Ниро, основанный на аналогичном приеме – гангстер у психотерапевта. Но если фильм Харольда Рамиса был комедией, выстроенной на радикальном противоречии двух миров: мафиозного мира жутких мужественных мужиков и мира людей, которые могут и умеют говорить о своих чувствах, то «Клан Сопрано» историю психотерапии Тони рассказывал максимально серьезно. Да, Тони тоже поначалу болезненно реагирует на вопросы врача, но чем дальше мы продвигаемся, тем больше он раскрывается и тем больше мы, зрители, узнаем не только о его неврозах, но и об их причинах – о детстве, о сложном отце и еще более сложной матери и, что самое главное, о том, как именно ребенок, оказавшийся в заложниках у ригидного консервативного общества с культурой токсичной маскулинности, вырастает грабителем и убийцей. Пусть и пытающимся решить свои проблемы с помощью терапии.

Кроме того, что эта сюжетная линия, как я уже упомянул выше, делала историю Тони Сопрано уникальной, у нее было и еще одно важное последствие. Удивительным образом – и мы с вами столкнемся с этим явлением в наших разговорах о сериалах еще не раз – придуманный сериал немножко, но поменял реальный мир. Как писала американская пресса, история о том, как брутальный мужик идет к специалисту поговорить о своих чувствах, сняла для многих мужчин-зрителей табу («настоящие мужики не говорят о своих чувствах») на психотерапию: если уж Тони Сопрано может ходить к доктору, то почему этого не могу сделать я?

Отдельная и напрямую связанная с психотерапией история в сериале – взаимоотношения Тони и его матери Ливии. Она – абсолютно доминирующая личность, стремящаяся подавить всех несогласных, искусный манипулятор и психологический садист. Во многом именно благодаря ей, как мы понимаем, Тони вырос именно тем, кем он вырос. И вся линия Тони – Ливия – вплоть до ее развязки – невероятно напряженная и эмоциональная.



## **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.