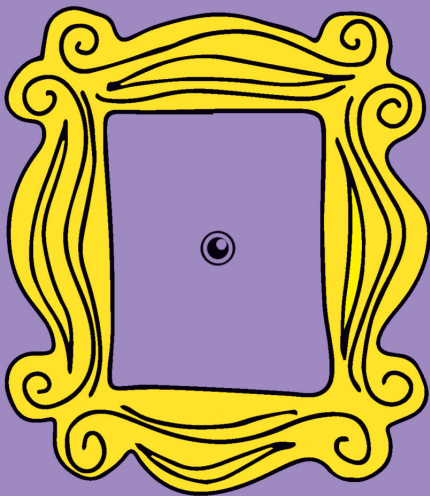


Сол Аустерлиц

F · R · I · E · N · D · S



25 ЛЕТ ВМЕСТЕ

Как снимали главный
сериал эпохи

**«Увлекательная история, которая понравится
всем поклонникам «Друзей»!»**

Forbes

Сол Аустерлиц
Друзья. 25 лет вместе. Как
снимали главный сериал эпохи
Серия «По ту сторону экрана. Как
создавались культовые сериалы»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63940617

Друзья. 25 лет вместе. Как снимали главный сериал эпохи: Эксмо;

Москва; 2021

ISBN 978-5-04-113253-8

Аннотация

22 сентября 1994 года в кофейню на Манхэттене забежала девушка в свадебном платье, открывающем плечи. Девушка, которая в день собственной свадьбы поняла, что переживает за соусник больше, чем за своего жениха. Девушка, которой хватило духу вырваться из золотой клетки и отправиться на поиски своей судьбы. Так началась история, которую знает без преувеличения каждый.

Сериал «Друзья» полюбился зрителем тем, что рассказывал о молодости, одиночестве и беззаботной жизни. Он затронул самые важные вехи в жизни молодых людей: первую работу, первые серьезные отношения, брак и воспитание детей. Он показал зрителям, как выглядит и чувствуется взрослая жизнь – или,

по крайней мере, как она может выглядеть и чувствоваться. «Друзья» обещали, что какие бы испытания ни принесло взросление – душевные муки, одиночество или неудачи на работе, – все трудности могут быть пережиты в компании близких друзей. Мир вокруг постоянно меняется, но дружба вечна. И вот уже 26 лет шестеро друзей из Нью-Йорка дарят зрителям по всему миру уверенность во времена потрясений и нестабильности.

Из этой книги вы узнаете, как «Друзья» дошли до экранов и почему никто не сможет создать что-то похожее. Автор проведет вас за кулисы создания культового сериала, проанализирует основные сюжетные линии и расскажет, как снимался каждый сезон, как писались шутки и насколько финал сериала далек от первоначальной задумки. Какие-то факты вы уже знали, какие-то вам только предстоит узнать, но это путешествие в ностальгический мир «Друзей» однозначно стоит того!

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

Содержание

Введение	6
Часть I	12
Глава 1	12
Глава 2	45
Конец ознакомительного фрагмента.	56

Сол Аустерлиц Друзья. 25 лет вместе. Как снимали главный сериал эпохи

Saul Austerlitz

GENERATION FRIENDS: An Inside Look at the Show That
Defined a Television Era

Copyright © 2019 by Saul Austerlitz

This edition published by arrangement with DeFiore and
Company Literary Management, Inc. through Andrew Nurnberg
Literary Agency.

© Щербина А., перевод, 2020

© ООО «Издательство «Эксмо», 2021

Введение

Каждые несколько минут на улице собирались группки и компании людей. Все они были вооружены смартфонами, фотоаппаратами и одноразовыми камерами, которые можно было купить в сувенирном магазине или на кассе в аптеках. Здесь были матери, позирующие со своими дочерьми, пары из Европы, словно только что сошедшие с подиума в Милане, и фотографы-любители, делающие снимки посреди улицы.

Мы (я и моя подруга Дженнифер) обедали и были поражены количеством людей на улице, хотя, конечно, и сами приехали сюда по тем же причинам. Мы сидели в заведении Little Owl, ресторанике на двадцать восемь мест в Вест-Виллидже, позиционирующем себя как «жемчужина с большой свиной отбивной и еще большим сердцем», не столько из-за превосходной еды, сколько из-за его расположения. Судя по заявочному плану¹ с внешним видом здания, рестораник Little Owl располагался именно в том месте, где должна была находиться «Центральная кофейня» – ну, если бы она существовала. Мы устроили себе небольшую поездку, чтобы найти следы *«Друзей»* в реальном Нью-Йорке в на-

¹ Заявочный план – это, как правило, первый кадр, который видит зритель, а также кадр, начинающий любую новую сцену в фильме. В *«Друзьях»* это изображение здания, на первом этаже которого находится кофейня. – Прим. пер.

чале 2018 года, и начали мы наши поиски с поедания кукурузной каши (Дженнифер) и баклажана пармиджано (мной).

В нашей экспедиции было что-то нелепое и надуманное. «Друзей» снимали в павильоне на студии Warner Bros. в Лос-Анджелесе, а Нью-Йорк показывали в сериале очень редко, несмотря на то что действие разворачивалось именно в этом городе. В одном из блогов мы нашли предположения, где могли находиться квартиры героев и несколько других мест в Вест-Виллидже, которые в шоу упоминали или показывали. Этот список был коротким: квартира Росса, квартира Фиби и театр Люсиль Лортель, где Джо играл в спектакле.

«Друзья» не показывали Нью-Йорк так достоверно, как это делали два других комедийных сериала той эпохи – «Секс в большом городе» или «Сайнфелд». В них Нью-Йорк был своего рода постоянным, хотя и второстепенным героем. А «Друзья» после нескольких кадров в метро или магазине Bloomingdale's вернулись на съемки в свои любимые крытые павильоны, где сняли даже выдуманный район, в поисках которого мы находились.

На протяжении всего нашего обеда мы ждали других фанатов «Друзей», чтобы поговорить о съемках любимого шоу. Но никто даже не подошел к ресторану. В основном люди стояли на северо-западной стороне улицы, по диагонали от заведения. Коллективное решение стоять там сбивало с толку. Почему бы не подойти немного ближе?

Как только мы закончили трапезу и вышли на улицу, за-

гадка разрешилась сама собой почти мгновенно. С северо-западной стороны улицы фасад здания, расположенного по адресу Бедфорд-стрит, 90, на селфи фанатов выглядит точно так же, как он был показан на наших экранах. Этот дом мелькал в коротких заявочных планах в *«Друзьях»*, и только с одного ракурса. Сфотографировать здание с любой другой точки значило бы сделать его совершенно неузнаваемым. Это был тот ракурс, с которого они хотели смотреть на здание, фотографировать и публиковать в социальных сетях.

Быть фанатом *«Друзей»*, путешествующим по Вест-Виллиджу в поисках мест, показанных в сериале, означало быть внимательным к любой детали. Квартира Росса должна была находиться через дорогу, но все выглядело не так, как в сериале, – или, возможно, мы неправильно запомнили. И то же самое произошло с Бедфорд-стрит, 90. Увидев здание и даже обедая в нем, отказываешься верить, что Рэйчел, Моника, Чендлер и Джо жили именно здесь. Реальная и воображаемая география не совпадали, и было почти невозможно представить себе кафе с оранжевым диваном и Гантера, сгорбившегося за стойкой.

Во время нашего путешествия по местам съемок *«Друзей»* было так мало объектов для просмотра, что после посещения квартиры Росса мы прошли до Мортон-стрит, 5, где должна была жить Фиби, и закончили нашу небольшую экскурсию в театре Люсиль Лортель, где по сюжету выступал Джо. Я полагаю, что мы могли бы забежать в Bloomingdale's,

где работала Рэйчел, или в «Плазу», где Моника и Чендлер планировали праздновать свою помолвку, но насколько это позволило бы нам лучше понять место *«Друзей»* в Нью-Йорке?

Этот тур меня разочаровал, хотя было заранее известно, что там практически нечего смотреть. Я продолжал думать о тех туристах, которые отправлялись посетить угол улиц Гроув и Бедфорд, чтобы воздать должное своему любимому шоу. По сути, все, что можно было здесь сделать, – это селфи, но фанаты *«Друзей»* все продолжали и продолжали приезжать сюда из Нью-Джерси, Европы и многих других мест. Отсутствие локаций, заслуживающих внимания, не было признаком обмана. Посещение этих мест демонстрировало преданность поклонников, ведь они приезжали в Вест-Виллидж, где на каждом углу не было рекламы, показывающей, что район как-то связан с *«Друзьями»*.

В желании посетить места съемок *«Друзей»* трудно было не задуматься о замечательной судьбе этого шоу, которое, казалось бы, достигло невероятных высот со своей простой после премьеры в 1994 году и продолжало очаровывать новых зрителей четверть века спустя. Здесь почти не на что было смотреть, но при этом отвести взгляд было невозможно. *«Друзья»* появились в эпоху, когда комедии искали новые способы развлечь своих зрителей, стараясь быть как можно скромнее. В то же время минимализм юмора *«Друзей»* был объединен с максимализмом мыльных опер. Это шоу за-

ставляло нас оставаться приклеенными к экранам в ожидании эмоциональных откровений. Его герои, часто лишенные амбиций и стремлений, становились близкими зрителю благодаря своей тоске по романтике, взаимопониманию, сексу. В Соединенных Штатах – да и вообще во всем мире, если уж на то пошло, – были подростки, которые смотрели *«Друзей»* и считали героев своими близкими. Я тоже сам был подростком во время премьеры шоу и готов был заявить, что сериал снят для таких, как я. Телевидение являлось продуктом культуры со своим сроком годности. Как часто зрители возвращаются и смотрят сериал, премьера которого состоялась десятилетия назад, только из-за ностальгии?

Я решил рассказать историю шоу, которое было создано в совершенно другой медиасреде – до стриминговых сервисов, до движения #MeToo, до войны с терроризмом, до политики Дональда Трампа, – и понять причины популярности. Как *«Друзья»* добились такого замечательного успеха, как им удалось сохранить эту привлекательность на протяжении десятилетий и для разных поколений зрителей? Все это можно понять, углубляясь в детали создания шоу.

Выявленные недостатки *«Друзей»* стали их сильными сторонами. Отсутствие реализма (Чендлер и Джо живут в районе Вест-Виллидж²) с течением времени превратилось в вечнозеленые мечты юности. Это было шоу о молодежи, и год

² Район Вест-Виллидж считается дорогим, а потому жилье в нем могут позволить себе очень немногие. – Прим. пер.

за годом его открывали для себя все новые и новые группы молодых людей, жаждущих узнать, какой же будет взрослая жизнь. Шоу, возможно, и не имело такого уж отношения к Нью-Йорку, но люди все равно приезжали в Нью-Йорк, чтобы хоть немного прикоснуться к сериалу, который так сильно любили. Они приезжали сказать «спасибо».

Часть I

Хочешь саркастический комментарий?

Происхождение феномена

Глава 1

Кафе «Бессонница»

Зарождение сериала

Однажды, в конце 1993 года, молодая сценаристка Марта Кауффман проезжала по Беверли-бульвару и заметила милое кафе под названием «Бессонница», расположенное через дорогу от ортодоксальной синагоги. В кафе стояли потертые диваны и цветные стулья, висели рождественские гирлянды, а высокие книжные шкафы были завалены разнообразными книгами. Это место так и манило художников и бездельников из прилегающих к нему районов Фэрфакс и Ла-Брея. Кауффман, жившая неподалеку в районе Хэнкок-парк, искала идеи для шоу, которое можно было снять в предстоящем сериальном сезоне.

Вместе со своим партнером, сценаристом Дэвидом Крэй-

ном, Кауффман создала принципиально новый сериал для НВО «*Как в кино*», а затем, покинув шоу, стала искать новый проект на телевидении. Прошлый сезон был неудачным, и для обоих сценаристов было важно, чтобы 1994 год стал лучшим годом, чем 1993-й. В кафе «Бессонница» что-то привлекло внимание Марты, и она начала обдумывать идеи для сюжета. Может ли комедийный сериал, действие которого происходит в кофейне, понравиться зрителям? Кауффман и Крэйн только недавно переехали в Калифорнию из Нью-Йорка и поняли, что ужасно скучают по своим старым друзьям с Манхэттена. Они проводили все свободное время и делали все вместе, были друг для друга чем-то вроде семьи. А что, если их новый сериал будет именно об этом?

* * *

Где-то в середине восьмидесятых годов Уоррен Литтлфилд открыл для себя что-то новое о телевидении. Исполнительный директор NBC, протеже Брэндона Тартикоффа, президента телеканала, присутствовал на совещании по рекламе, где исследовательский отдел показал диаграмму, изображающую доли аудитории для двух шоу: «*Она написала убийство*» для CBS и «*Сент-Элсвер*» для NBC. В левом нижнем углу был сериал «*Она написала убийство*» с Анджелой Лэнсбери в главной роли (писательница детективов раскрывала преступления), который в то время являлся неотъ-

емлемой частью первой десятки рейтинга Нильсена³, а в правом верхнем углу – причудливая больничная драма NBC «Сент-Элсвер» с хорошими отзывами от критиков, но заметно отстающая в рейтингах. Сообщение было ясным: сериалы NBC для узкой аудитории никогда бы не стали лидерами в рейтингах. Но то, что аналитики сказали позже, изменило всю карьеру Литтлфилда.

«Если вы думаете, что *„Она написала убийство“* надирет задницу сериалу *„Сент-Элсвер“*, – продолжал исследователь, – вы правы, но только тогда, когда мы смотрим на общий охват аудитории». Теперь на смену первоначальной диаграмме пришел новый график. На нем была показана плата, которую телеканалы получали от рекламодателей за показы роликов. Причудливый, нишевый, тот-который-никогда-не-станет-хитом *«Сент-Элсвер»* принес NBC больше денег, чем гораздо более успешный *«Она написала убийство»* CBS. NBC брали за свои тридцатисекундные рекламные слоты больше, чем CBS за свои.

А почему? Ответ кроется в постоянном изменении интересов рекламодателей. Рекламодатели все чаще отдавали предпочтение более молодым зрителям. Привлечение широкой аудитории было слишком размытым и непредсказуемым. Рекламодатели выбирали целевой подход, предлагая рекламу спортивных автомобилей и безалкогольного пива

³ Рейтинг Нильсена – система, созданная Артуром Нильсеном для измерения количества аудитории телевизионных программ в США. – Прим. пер.

молодым зрителям, которые, по их мнению, с большей вероятностью их купят. В то время рейтинги были очень важны, но молодежная аудитория – это, как правило, зрители в возрасте от восемнадцати до сорока девяти лет – имела все-таки большее значение. (На людей старшего возраста обращали меньше внимания, поскольку вряд ли они купят бритвы, спортивные автомобили и пиво, которые рекламодатели надеялись продать.) Стало понятно, что в сетевом телевидении происходит сдвиг.

Литтлфилд изучал государственное управление в Американском университете в Вашингтоне, округ Колумбия, в последние годы президентства Ричарда Никсона, воображая, что спасает американскую демократию от нарушения Конституции. Когда Никсон ушел в отставку, планы Литтлфилда перестали быть актуальными, и он переключился на изучение психологии. Прежде чем поступить в аспирантуру, он хотел приобрести некоторый опыт работы, и один его друг из родного города предложил ему работу мальчика на побегушках в продюсерской компании.

После работы в качестве специалиста по поиску локаций для съемок и ассистента монтажера Литтлфилд приобретал собственные объекты для кинопроизводства. Затем он продавал фильмы вечно голодным телеканалам, которым нужно было заполнить временные промежутки своих ежегодных эфиров. Одним из таких проектов был приключенческий фильм о восточной Африке под названием *«Последний жи-*

раф», который *The Hollywood Reporter* позже назвал одним из десяти лучших телевизионных фильмов 1979 года, и Литтлфилд решил, что пришло время переехать в Лос-Анджелес. Вскоре он устроился на работу в NBC в отдел по разработке комедийного контента и начал стремительно подниматься по карьерной лестнице.

Всего через несколько лет после обнаружения феномена «Сент-Элсвер» Литтлфилда назначили президентом NBC Entertainment, заменив Тартикоффа. Литтлфилд унаследовал сеть, которая одновременно процветала и вот-вот могла потерпеть крах. В восьмидесятых годах под руководством Тартикоффа NBC была на пике с такими сериалами, как «Чирс», «Шоу Косби» и «Закон Лос-Анджелеса». Тартикофф скептически отнесся к новому сериалу от двух комиков по имени Джерри Сайнфелд и Ларри Дэвид («Шоу слишком нью-йоркское и слишком еврейское», – сказал еврей из Нью-Йорка), но все равно дал зеленый свет язвительному, привлекающему, дерзкому «Сайнфелду».

Теперь Литтлфилд сменил Тартикоффа и наблюдал, как завершаются лучшие сериалы телеканала. «Шоу Косби» закончилось, «Чирс» тоже подходил к концу, и NBC рисковали потерять свои лидирующие позиции вечернего эфира по четвергам. NBC нужно было разработать несколько новых сериалов, и недавно появившаяся привязанность Литтлфилда к молодой аудитории заставила его построить в уме свою

собственную диаграмму. Ось X была старшей аудиторией, а ось Y – молодой аудиторией. Литтлфилд стремился одновременно максимизировать и то, и другое, создавая шоу, которые не только понравились бы молодым зрителям, но и удержали бы у телевизоров аудиторию старшего возраста.

Пока Литтлфилд обдумывал свою концепцию, Билл Клинтон стал близок к завершению своего первого года в качестве президента США и к поражению на выборах 1994 года в Конгресс, на которых республиканцы получают пятьдесят четыре места и назначают спикером Палаты представителей Ньюта Гингрича. На тот момент прошло уже два года, как Советский Союз распался, оставив Соединенные Штаты единственной мировой сверхдержавой. Демократия, казалось бы, выиграла свою титаническую борьбу с мировым коммунизмом без единого выстрела. Американский образ жизни распространялся по планете.

Спортивный мир был потрясен известием о том, что впервые за последние девяносто лет из-за забастовки игроков будет отменена Мировая серия⁴. Квентин Тарантино получил «Золотую пальмовую ветвь» на Каннском кинофестивале за свой негодаровский⁵ фильм *«Криминальное чтиво»*, кото-

⁴ Мировая серия – решающая серия игр в сезоне Главной лиги бейсбола. В 1904 и 1994 годах матчи были отменены из-за забастовки игроков с требованием повышения зарплат. – Прим. пер.

⁵ Имеется в виду, что части сюжета «Криминального чтива» были разделены, перемешаны и показаны в «неправильном» порядке – именно такую технику использовал Жан-Люк Годар. – Прим. пер.

рый возродил умирающую карьеру Джона Траволты. Центральным фильмом лета того же года стал захваленный критиками консервативный «*Форрест Гамп*», в котором герой Тома Хэнкса присутствовал на большей части событий послевоенной Америки, будто зрителю хотели показать, что все случилось именно так, как должно быть. Независимое кино обретало популярность благодаря компании Miramax (позже опозоренной Харви Вайнштейном), давая шанс таким новаторским фильмам, как «*Жестокая игра*». В середине 1990-х годов кино все еще считалось основным визуальным средством американского искусства, привлекая режиссеров с новым захватывающим видением, таких как Квентин Тарантино, Тодд Хейнс, Джон Синглтон и Эллисон Андерс. Телевидение при этом, хотя и выпускало многообещающие новые сериалы («*Сайнфелд*» и «*Полиция Нью-Йорка*»), считалось захолустьем, местом, куда вы отправляетесь, когда кинотеатры не работают, поэтому считалось, что аудитория его гораздо менее разборчива.

Тем временем кофейная компания, которую основали два учителя и писатель в Сиэтле, начала расширяться за пределы Тихоокеанского Северо-Запада⁶. Starbucks открыла кафе в Портленде и Чикаго, а затем нацелилась на Калифорнию, распространяясь в Сан-Франциско и Лос-Анджелесе. Коли-

⁶ Тихоокеанский Северо-Запад – район на северо-западе США, в который входят штаты Орегон и Вашингтон. Иногда к нему относят северную часть штата Калифорния и канадскую провинцию Британская Колумбия. – Прим. пер.

чество заведений разросло от одиннадцати в 1987 году до ста шестидесяти одного всего лишь за пять лет. Кофе внезапно стал крупным бизнесом, и Starbucks быстро становился брендом, наиболее сильно связанным с культурой кофеен. Огромные плюшевые кресла, успокаивающая музыка в жанрах фолк, инди-рок и этно, а также особый язык (почему именно «толл» означает один из самых маленьких стаканов⁷?) – то, что когда-то ассоциировалось с университетскими городками и районом Гринвич-Виллидж, вскоре стало общенациональным явлением. Процесс приготовления кофе больше не сводился только к тому, чтобы залить порошок кипятком над кухонной раковиной; теперь кофе стал образом жизни со своей формой досуга. Молодые американцы не просто пили кофе ради порции кофеина; они отдыхали в кофейнях, болтали, смеялись и вселяли веру в торговые компании, которые открывали новые точки в городах по всей стране.

Как президент NBC Литтлфилд придерживался наставления, полученного им еще в начале карьеры от бывшего легендарного руководителя Гранта Тинкера. Тинкер постоянно напоминал Литтлфилду и его коллегам, что аудитория телевизионных шоу не инопланетяне. Какие сериалы ждали с нетерпением сами сотрудники компании каждую неде-

⁷ Автор недоумевает, почему размер стакана 350 мл (не самого большого в заведении) называется «толл», хотя в английском языке «tall» означает «высокий». – Прим. пер.

лю? Ради какого шоу в ту эпоху до появления стриминговых сервисов они бы отменили свои планы и поспешили домой, чтобы не пропустить новый эпизод? Именно такие телешоу нужно было разрабатывать, рассказывать истории о молодежи, в которых аудитория могла найти самих себя.

Одно из главных изменений, происшедших за четыре десятилетия истории телевидения в отношении ситкомов, заключалось в отказе от формата семейного шоу. Телевидение начиналось как домашняя среда, место, где семьи собирались в своих гостиных, чтобы посмотреть на другие, вымышленные семьи в гостиных. Это был женский вариант более мужественной сферы кино. Но со временем сериалы, посвященные домашней атмосфере, такие как *«Отец знает лучше»* и *«Проделки Бивера»*, уступили место теме работы и таким шоу, как *«Мэри Тайлер Мур»* и *«Чертова служба в госпитале Мэйш»*.

По мере того как менялась структура американской семьи, ситкомы все чаще были посвящены коллегам или товарищам. Однако 1980-е годы ознаменовались возрождением жанра семейного ситкома, когда Рональд Рейган, бывшая-звезда-малобюджетных-фильмов-который-стал-президентом, послужил вдохновением для таких героев ситкомов, как Хитклиф Хакстембл из *«Шоу Косби»* и Стивен Китон из *«Семейных уз»*. Рейтинги показывали, что молодая аудитория, менее склонная к замужеству или воспитанию детей, в основном предпочитала сериалы, герои ко-

торых были похожи на них самих. И даже старшая аудитория больше любила смотреть сериалы о группе друзей, подшучивающих друг над другом.

«*Сайнфелд*» был именно таким сериалом. В 1989 году на него обратил внимание отдел по спецпроектам NBC, а не команда, занимающаяся подбором шоу для прайм-тайма. Рик Людвин и его группа были без ума от стендап-комика по имени Джерри Сайнфелд. Сайнфелд и его коллега-комик Ларри Дэвид провели целый день, прогуливаясь по маленькому магазину на Манхэттене и обсуждая странные продукты, выставленные там на полки, позже осознав, что их подшучивания могут лечь в основу нового телевизионного сериала. Пилотный эпизод показал не самые лучшие рейтинги, и в NBC не проявили энтузиазма по поводу шоу, но благодаря настойчивости Рика Людвина решили профинансировать еще четыре серии, а в конечном итоге продлили сериал на полный второй сезон.

«*Сайнфелд*» переписал все правила жанра ситкома. Его герои были безнравственны, бессердечны и эгоцентричны. В этом шоу не было никаких значимых романтических отношений. Одно партнерство, ведущее к браку, позже будет жестоко, но весело прервано партией отравленных конвертов⁸. И все же в NBC понимали, что отчасти «*Сайнфелд*» при-

⁸ По сюжету Сьюзан, невеста Джорджа, лучшего друга главного героя, собиралась рассылать приглашения на свадьбу, но, запечатывая их и облизывая конверты, отравилась и умерла. – Прим. пер.

влекает зрителей расслабленной атмосферой манхэттенских одиночек, которые ищут свою настоящую любовь или хотя бы встреч на одну ночь. «*Сайнфелд*» выворачивал наизнанку логику и проблемы свиданий в большом городе, а многие из самых запоминающихся моментов, от «Они настоящие и просто потрясающие»⁹ до «В этом нет ничего плохого!»¹⁰, вытекали из реальных историй. Людям нравилось смотреть, как Джордж, Элейн и Крамер сидят на диване Джерри и подшучивают друг над другом, а в NBC верили, что существует огромное количество сериалов, подобных «*Сайнфелду*», занимающему третье место в рейтинге 1993–1994 годов после таких шоу, как «*60 минут*» и «*Большой ремонт*». Поиски следующего «*Сайнфелда*» продолжались.

Каждое утро в шесть часов Литтлфилд получал факс из исследовательского отдела, расположенного в офисе NBC в Нью-Йорке, с ночными рейтингами. Они были похожи на ежедневные отчеты с оценкой мнения аудитории относительно программ NBC. Пока Литтлфилд изучал отчеты по Сан-Франциско, Хьюстону и Атланте, он думал о том, каково это – быть молодым человеком, живущим в одном из этих мест. Плата за аренду квартиры высокая, работы мало, а переезд куда-нибудь в новое место, подальше от родителей и старых друзей, казался ведущим к одиночеству. Литтлфилд

⁹ Так одна из героинь описывала свою грудь Джерри Сайнфелду. – Прим. пер.

¹⁰ А так Джерри реагировал, если его или кого-то из его друзей называли геями. – Прим. пер.

размышлял о том, какой его жизнь была после окончания колледжа, когда он жил с соседями по комнате за городом и ежедневно ездил на работу в Нью-Йорк на пригородном поезде. Он был серьезным и неромантичным, но в то же время это позволяло ему постоянно быть в поиске. Быть молодым – значит не только ввязываться в драки, но и заново открывать для себя мир. ABC стали лидерами с такими комедиями о синих воротничках, как *«Розанна»* и *«Большой ремонт»*, а CBS были преданы своей старшей аудитории, по-видимому, не подозревая об огромной прибыли от рекламы, за которой гнался Литтлфилд. Никто не снимал шоу для молодой аудитории, на которую ориентировался Литтлфилд.

Литтлфилд звонил сценаристам и продюсерам, с которыми работал: «Мне нужны идеи сериала о молодежи». Он искал сюжеты о том, как веселиться, «отрываться» и находить себя. Литтлфилд был убежден, что представителей старшей аудитории можно легко привлечь смотреть шоу, в котором они будут общаться со своим молодым «я», но молодую аудиторию невозможно заинтересовать персонажами, живущими тем, чего она еще не пережила. Литтлфилду больше не нужны были сюжеты о юристах или отцах-одиночках; ему нужны были умные, душевные шоу с мгновенно узнаваемыми персонажами. Он хотел сделать более добрую, мягкую версию *«Сайнфелда»* – менее нью-йоркскую и менее еврейскую (хотя, возможно, и сохранить некоторую привлекательность для семитов). Но пока не было идей.

Встреча за встречей, и нескольким сценариям был дан зеленый свет для разработки, но все равно не было ничего особенного. Никакая из идей не казалась уникальной. Литтл-филд продолжал руководить компанией, сознавая, что возможность может быть упущена навсегда. Другой телеканал может опередить его, и шанс NBC завоевать новое поколение зрителей, а в результате и прибыль от рекламы, может исчезнуть.

* * *

Для сценаристов пилотный сезон означает недели, когда они могут предложить новые концепции сериалов каналам. Как правило, ему предшествуют лихорадочное написание сценариев по ночам и поспешные решения, которые даже люди, вовлеченные в процесс, едва могут позже вспомнить. Чтобы использовать свои возможности по максимуму, сценаристы обычно отправляют не один, а два или даже три сценария в надежде, что какой-то из них может понравиться. Марта Кауффман и Дэвид Крэйн очень хотели избавиться от чувства разочарования после неудачного прошлого сезона.

Джефф Сагански из CBS с удовольствием выслушивал предложения Крэйна и Кауффман во время пилотного сезона 1993 года, включая идею музыкального шоу с новыми песнями каждую неделю, но у него были собственные идеи. Он сказал им, что ищет версию «Розанны» для белых ворот-

ничков о постоянно ссорящейся, но любящей семье и больше ничем не интересуется. Кауффман и Крэйн предложили «Семейный альбом», который должен был исполнить желание Сагански.

Крэйн верил, что некоторые шоу привлекают зрителей захватывающими кадрами, новыми сюжетными линиями и продуманными персонажами, а другие просто не делают этого, как сериал «Семейный альбом». Он рассказывал о докторе из Калифорнии (его сыграл Питер Сколари), который переехал в Филадельфию вместе со своей семьей, чтобы заботиться о своих родителях. После шести эпизодов CBS отменили шоу. Кауффман и Крэйн сосредоточили свои усилия на следующем пилотном сезоне.

Кауффман и Крэйн создали вызывающий восхищение критиков комедийный сериал для НВО «Как в кино» (1990–1996), в котором похотливый разведенный литературный редактор, чью роль исполнил Брайан Бенбен, назначал свидания бесконечному множеству красивых молодых женщин, желающих интимных отношений с ним. Главный герой, Мартин, все свое детство провел перед телевизором, а потому на фоне бесконечной романтической неразберихи у него в сознании всплывают отрывки старых фильмов и телешоу, будто остроумно комментируя его жизнь.

Для Кауффман и Крэйна «Как в кино» был прекрасной возможностью, но они были удивлены, обнаружив, насколько утомительной может быть работа над шоу только с од-

ной звездой. Бенбен был прекрасным актером, но из-за того, что он должен был появляться почти в каждой сцене, съемки становились выматывающими. Если Бенбен устанет или будет плохо себя чувствовать, шоу придется прервать, пока он не поправится. На одного актера оказывалось слишком большое давление. Кауффман и Крэйн пообещали себе, что в своем следующем шоу они будут работать с несколькими главными героями.

Неудача *«Семейного альбома»* несколько подпортила их репутацию, а это означало, что следующее шоу должно было быть более свежим и идти от их собственных сердец и воспоминаний. Для пилотного сезона 1994 года Кауффман и Крэйн разработали три новые идеи. Благодаря *«Как в кино»* их имена хорошо знали в офисах телеканалов, которые, в свою очередь, искали что-то столь же креативное, хотя и менее сексуально откровенное. Об этом шла речь с Warner Bros. Лесли Мунвес, тогдашний президент Warner Bros. Television, и другие руководители спланировали эфирное время, отметили свободные интервалы четырех телеканалов на осень и добавили свои пожелания относительно того, какие шоу и для какой аудитории они хотели бы там видеть. В то время существовали всего четыре вещательные сети, производящие оригинальный контент, а независимые продюсерские компании, такие как Warner Bros., создавали шоу, продавая их любой из сетей.

Кауффман и Крэйн начали со своей идеи для шоу о стар-

шеклассниках, которые выражают свои чувства, распевая песни, своего рода «Хор»¹¹, – за два десятилетия до шоу Райана Мерфи. АВС сказала, что хочет видеть свою собственную версию «Как в кино», но когда ей предложили идею ситкома, снятого одной камерой, сеть была разочарована. Еще им нужен был закадровый смех. У «Как в кино» его не было. Быстро стало ясно, что АВС еще не была готова к комедиям, снятым на одну камеру, таким как «Шоу Ларри Сандерса», которые обычно считались сериалами для более искушенной аудитории – в отличие от обычных ситкомов, снятых на три камеры и все еще распространенных на сетевом телевидении. Также АВС не понравилась идея сериала о школьниках: «Только мы начали его описывать, их взгляд остекленел», – рассказывала Кауффман журналистам. Но две другие идеи понравились. Сети на словах поддерживали мысль нарушения правил, но сами чаще всего предпочитали все же следовать им.

Фох пошла дальше и заказала сценарий для своего шоу «Возвращение в реальность», однокамерного сериала о подростке с ярким воображением. Суть была в том, что, как и в сериале «Как в кино», зрителям будет предоставлена возможность заглянуть в сознание главного героя, которого сначала называли Гарри, а затем переименовали в Джейми. Но Кауффман и Крэйн хотели обсудить еще одну идею: комедийный сериал о молодых людях за двадцать, который, по их

¹¹ В России известен также под названием «Лузеры». – Прим. пер.

мнению, мог бы хорошо подойти и для ориентированного на молодежь телеканала Fox.

Эта идея пришла им в голову, когда они сидели за столом в офисе Warner Bros., окруженные плакатами нью-йоркских театральных постановок, в позах, похожих на те, которые они принимали в течение последних полутора десятилетий. Кауффман и Крэйн познакомились на втором курсе Университета Брендайса, когда оба играли в постановке по книге Теннесси Уильямса *«Камино Реаль»*¹². Кауффман играла проститутку, а Крэйн – уличного попрошайку.

Крэйн был уверен, что, когда он вырастет, станет актером. Он смотрел свои любимые шоу об умных героях с сильным характером, такие как *«Мэри Тайлер Мур»*, и мечтал. Крэйн представлял себе жизнь в искусстве, и быть актером казалось самым простым путем к успеху. Поступив в Университет Брендайса, Крэйн с головой окунулся в театральную жизнь. Прошло несколько лет, прежде чем он осознал, что никогда не будет хорошим актером.

После *«Камино Реаль»* Кауффман попросили руководить постановкой мюзикла *«Священное писание»* (авт. Стивен Шварц и Джон-Майкл Тебелак), и она предложила Крэйну сыграть одну из ролей. Крэйн отказался, но предложил совместную режиссуру – так зародились их партнерские отно-

¹² В России пьеса издавалась в переводе В. Денисова с таким названием. – Прим. пер.

шения. Их связывала взаимная любовь к «*Шоу Дика Ван Дайка*» и его миниатюристическим сюжетам. Роуз Мари не только играла одну из главных ролей в этом шоу, но и была одним из сценаристов. Именно это помогло Кауффман убедиться, что женщины тоже могут быть сценаристами, даже несмотря на то, что персонаж Роуз Мари, Салли Роджерс, была в сериале только для того, чтобы заказывать сэндвичи для других сценаристов¹³.

Кауффман была начинающей актрисой и сценаристом, когда учитель английского языка сказал ей, что она никогда не станет сценаристом и ей не стоит питать какие-то иллюзии на этот счет. Марта смирилась с резким приговором своего учителя и начала свое обучение в Университете Брендайса, прежде всего интересуясь актерским мастерством. Спустя некоторое время она перестала обращать внимание на язвительное замечание преподавателя и поняла: писать ей нравится гораздо больше, чем играть. Более того, у нее это хорошо получалось.

Кауффман и Крэйн перешли от режиссуры к написанию собственного оригинального материала. Их шоу *Personals*, мюзикл о людях, которые расклеивают газетные объявления, понравилось всем в университете. После окончания обучения Кауффман и Крэйн переехали в Нью-Йорк и вместе с Сетом Фридманом серьезно занялись написанием сценари-

¹³ Главный герой шоу – сценарист, а Роуз Мари играла роль машинистки-помощницы. – Прим. пер.

ев к собственным шоу. Кауффман и Крэйн написали песни и стихи для мюзикла «*Меня зовут Элис*» (1984), авторами и режиссерами которого выступили Джоан Миклин Сильвер и Джулианна Бойд. «*Элис*» был сборником песен о женщинах, причем Кауффман и Крэйн участвовали в написании песни под названием Trash, а не Friends. В 1985 году *Personals* поставили на Бродвее, где муж Кауффман, Майкл Склофф (он когда-то был соседом Крэйна по комнате), выступал в качестве музыкального руководителя и автора некоторых дополнительных материалов для шоу.

Театральный критик *The New York Times* Фрэнк Рич назвал постановку «восхитительной». Успех «*Элис*» привлек внимание Нэнси Джозефсон из агентства талантов ICM, с которой они подписали контракт. Они работали над несколькими постановками для организации TheaterWorks USA¹⁴, которая заказала у них мюзикл для детей из бедных районов, а затем обратилась к правообладателям фильма Дадли Мура «*Артур*». Кауффман, Крэйн и Склофф были приглашены, чтобы сделать мюзикл по мотивам «*Артура*», и эта работа заняла следующие пять лет их карьеры, прежде чем заглохнуть.

После того как Крэйн и Кауффман проработали на нью-йоркский театр около пяти лет, на одном из шоу к ним по-

¹⁴ TheaterWorks USA – это профессиональный некоммерческий театр, постановки которого ориентированы на молодежь и семейную аудиторию. – Прим. пер.

дошла девушка – телевизионный агент – и спросила, не думали ли они когда-нибудь писать сценарии для телевидения. Никому из них это никогда не приходило в голову, но агент настоятельно рекомендовала им попробовать.

Большинство сценаристов, желающих перейти на телевидение, переезжали в Лос-Анджелес и искали работу штатного сценариста в шоу, но Крэйн и Кауффман сделали неожиданный выбор. Они отказались уехать из Нью-Йорка и перестать работать в театре, поэтому агент предложила им придумать десять идей для новых шоу, а она бы сама пошла с ними на телеканалы, чтобы посмотреть, вызовут ли они интерес.

Крэйн и Кауффман кропотливо продумали несколько сюжетов и все-таки начали время от времени летать в Лос-Анджелес, чтобы лично представлять их. Театр был захватывающим местом работы и приносил им много удовольствия, но когда двум сценаристам исполнилось по тридцать лет, а большого финансового успеха не было, Калифорния стала очень заманчивым вариантом. Они устроились в телеиндустрию в отдел разработки для продюсерской компании Нормана Лира, но при этом не хотели создавать чьи-то шоу, воплощать чьи-то идеи и разрабатывать чужие концепции. Сознательно или нет, Крэйн и Кауффман были уверены, что не хотят, чтобы их видение пережедалось с чьим-то еще.

Благодаря желанию студии Universal использовать фрагменты из старой фильмотеки появился сериал *«Как в кино»*.

Крэйн курировал кабинет сценаристов вместе с Кауффман, которая, в свою очередь, следила за происходящим на съемочной площадке, а Кевин Брайт, ставший их партнером, отвечал за постпродакшн. Каждый из них имел свою собственную зону ответственности, но с некоторым дублированием функций. Это позволяло им контролировать один аспект телевизионного производства и одновременно быть осведомленными в том, что происходит в целом, и при необходимости включаться в работу других.

* * *

Кевин Брайт изначально думал, что шоу-бизнес не для него. Его отец, Джеки, начинал как эстрадный комик, а затем перешел на работу личным менеджером в городе Кэтскилл. Он заказывал комиков и других исполнителей для завтраков и обедов или для выступлений на круизных лайнерах. Однажды Джеки привез Кевина в Concord Resort Hotel, являющийся частью легендарного «Борщового пояса»¹⁵. В семье Брайта хранятся фотографии, на которых Кевин изображен измученным маленьким мальчиком, спящим на коле-

¹⁵ «Борщовый пояс» – разговорный вариант названия отелей и курортной области, расположенных в горных районах США. Отели «Борщового пояса» повлияли на моделирование курортов Майами-Бич и, позднее, Лас-Вегаса, а его сценические подмостки иногда называют «родиной» американского шоу-бизнеса. – Прим. пер.

нях у Сэмми Дэвиса-младшего.

К моменту поступления в колледж Кевин решил изучать философию, чтобы иметь максимальную возможность уехать из Кэтскилла. Но после посещения факультативного курса о кино он понял, что философия не совсем подходит ему. У индустрии развлечений были возможности, которые очень привлекали его. Брайт перевелся в Колледж Эмерсон в Бостоне, где преподавали отличный курс о кино и телевидении, и решил погрузиться в то, что, как ему казалось раньше, было совсем не для него.

Кевин Брайт вырос на закате водевиля и был увлечен его телевизионным наследником, варьете, – местом, где его детские переживания встретились с его страстью к динамичным образам. Окончив школу, он пошел работать к продюсеру Джозефу Кейтсу, чей брат Гилберт в итоге станет продюсером ежегодной церемонии вручения премии Американской киноакадемии «Оскар». Брайт начал с того, что разносил кофе, а к концу своей шестилетней совместной работы с Кейтсом стал разрабатывать собственные проекты. В конце 1970-х и 1980-х годов он выпустил пять специальных роликов о Дэвиде Копперфильде, запустил конкурс «Мисс подростковая Америка» и несколько выпусков о певце Джонни Кэше. Практически Брайт загнал в угол рынок телевидения в Нью-Йорке, но, сделав это, он понял, что этот бизнес уже не актуален. Специальных проектов становилось все меньше и меньше, а те, что оставались, производились в Калифорнии.

Брайт решил попытаться счастья в Лос-Анджелесе – в комедии. Приобретенный опыт научил его разбираться в максимизации небольших бюджетов. Телеканал НВО рассчитывал на производство получасового комедийного шоу с очень маленькой сметой, и Брайт знал, как это сделать. Он продолжал создавать специальные выпуски для Пола Шаффера, Гарри Ширера и Меррилл Марко. Брайт также выпустил первый оригинальный ситком для синдикации¹⁶, продаваемый непосредственно местным каналам, а не крупной сети, *Madame's Place* (1982), сняв семьдесят пять эпизодов приключений перчаточной куклы – звезды старого кино по имени Мадам – всего за восемнадцать недель.

Кевин получил приглашение от известного режиссера Джона Лэндиса («*Братья Блюз*», «*Зверинец*») в сериал «*Как в кино*». Джон хотел перейти на телевидение, но ему нужен был опытный человек, который мог бы показать ему главные аспекты работы. Лэндису предложили воспользоваться замечательным киноархивом Universal, и именно он занимался поиском перспективной команды, когда его познакомили с Кауффман и Крэйном. Брайт не проработал и полугода, когда его вдруг взяли на работу в «*Как в кино*» и в комедийный скетч-сериал «*В ярких красках*» для Fox. Брайт убедил Дэймона Уайанса и Дэвида Алана Грира использовать песню *It's Raining Men* группы Weather Girls для вступительной за-

¹⁶ Телевизионная синдикация – продажа права показа одних и тех же телевизионных передач сразу нескольким вещателям. – Прим. пер.

ставки скетча Men on Film с участием ярких геев-кинокритиков. Кевин предполагал, что останется в сетевом шоу «*В ярких красках*», но когда с этим шоу не сложилось, он с радостью стал продюсером «*Как в кино*».

После нескольких лет совместной работы над «*Как в кино*» Кауффман, Брайт и Крэйн однажды сидели в своем офисе, и Марта радостно высказала свое мнение по поводу их сотрудничества, в котором она и Крэйн выступали в качестве сценаристов, а Брайт был продюсером. «Это же так здорово! – сказала она Брайту и Крэйну. – Было бы здорово, если бы мы могли продолжать в том же духе». «Можем, если вы хотите», – ответил Брайт. Начиная с 1993 года три партнера заключили общий контракт с Warner Bros. на производство новых телесериалов. **Прошлый год был неудачным для них, но наступил 1994-й, и Кевин Брайт был настроен решительно. Им нужно было найти место в сетке вещания на новый сезон.**

* * *

Fox немедленно набросилась на Кауффман и Крэйна с предложениями внести изменения в «*Возвращение в реальность*», шоу, которое позволяло зрителям заглянуть в сознание подростка. Канал отчаянно хотел, чтобы шоу было пошлее, чем оно было, больше похоже на «*Как в кино*». «Неужели Гарри (или Джейми) не может быть старше? Разве он еще

не водит машину? Неужели он не занимается сексом?» Их главный герой действительно стал старше, старшеклассником, а не девятиклассником, а сценарий был урезан, некоторые персонажи были исключены, включая отца героя.

Шоу «Возвращение в реальность» было еще одной головной болью, как и *«Семейный альбом»*. Сет сначала хотела чего-то нового, но затем попросила, чтобы это новое было приближено к уже знакомым проектам. Кауффман и Крэйн знали, что они сделали себе имя с помощью продуманного до мелочей сериала, но Крэйн хотел сделать что-то более легкое. В своем офисе в Warner Bros. Кауффман и Крэйн начали шутить о своих шестерых друзьях из Нью-Йорка, среди которых была лесбийская пара. Они заимствовали черты характера у знакомых и у актеров, с которыми работали, смешивая их для создания образов своих главных героев. По вечерам Кауффман беседовала с двумя нянями, помогавшими ухаживать за ее детьми, и расспрашивала их о жизни одиноких двадцатилетних людей.

Оба сценариста составили семистраничный документ, который должен был быть передан сетям, с подробным описанием персонажей, обстановки и некоторых ситуаций, с которыми герои столкнулись бы. «Это шоу о поиске любви, обязательств и безопасности... и страхе любви, обязательств и безопасности, – писали они. – Еще оно о дружбе, потому что, когда ты молод и одинок в городе, твои друзья – это твоя семья».

«Вот, собственно, и все, – заканчивалось их описание. – И даже если мы внесем какие-то изменения, эти шесть человек останутся, и в них вы можете инвестировать. Для нас это все равно что написать шесть Мартинов Тапперов¹⁷».

В персонажах были частички самих создателей. Кауффман вложила в образ Моники нечто большее, чем просто частичку себя, – она думала о ней как о человеке, которому всегда нужно закрыть маркер, пока он не щелкнет. Моника была измотана бесконечными свиданиями. «Она понимает, что, если ей придется съесть еще один салат „Цезарь“, она умрет», – сказала Кауффман репортеру *The New York Time* в интервью о пилотном сезоне в том году.

Следы Крэйна можно было найти в сухом, едком остроумии Чендлера. Крэйн – гей, изначально он думал о том, чтобы сделать персонажа Чендлера геєм, что заметно изменило бы сюжет предстоящего сериала. Чендлер оказался натуралом, но именно такого натурала Крэйн и представлял себе, когда его регулярно принимали за гея. (Друг Кауффман по колледжу по имени Чендлер позже в шутку обвинит ее в том, что она разрушила его жизнь, дав герою в «Друзьях» его имя.) Кауффман также видела часть себя в образе Фиби.

Правда заключалась в том, что у них просто было недостаточно времени, чтобы продумать этих персонажей тщательнее. «НУЖНО ПИСАТЬ БЫСТРЕЕ», – мотивировали они себя надписью на доске, когда приближался срок сдачи сце-

¹⁷ Мартин Таппер – английский писатель, философ и поэт. – Прим. пер.

нария. Затем сообщение слегка изменилось: «НУЖНО ПИСАТЬ ЛУЧШЕ».

Оба сценариста, которым тогда было за тридцать, предпочитали действовать просто. Они представляли сериал с шестью героями во время обычных повседневных дел. Самое главное: они хотели историю с тремя героинями женского пола с равным экранным временем и одинаковой значимостью. Они были не просто знакомыми, сестрами или забавными закадычными подругами. Позже Кауффман даже будет настаивать на том, чтобы ни в одной серии никогда не было слова «сука» (или даже слова «заткнись»). Кауффман и Крэйн даже придумали слоган, который они представят зрителям: «Это тот период жизни, когда ваши друзья – это ваша семья».

Крэйн был более чем удовлетворен их работой. Если сеть была тоже заинтересована в сериале о шести персонажах и ее устраивала обстановка, то этого должно быть достаточно. Быть телевизионным сценаристом – значит бесконечно выдумывать новых персонажей, новые ситуации, новые интересные сюжетные линии. И питч¹⁸ этого шоу был всего лишь последним забегом двух белок в голливудском колесе. По всей вероятности, думали они, это шоу исчезнет без сле-

¹⁸ Питч – краткая словесная (иногда визуальная) презентация идеи, истории фильма или телевизионного проекта, как правило от имени сценариста или режиссера, в адрес продюсеров и представителей киностудий, с целью заинтересовать потенциального покупателя и привлечь финансирование на проект либо продать сценарий. – Прим. пер.

да, как и многие из их прошлых пилотных сценариев. Фох удивила их, сказав, что сценарию можно дать зеленый свет, но Warner Bros. все еще была заинтересована в заключении сделки (в то время Фох была относительно новой компанией и не была настолько привлекательна, как другие три телесети) и запланировала встречу Кауффман и Крэйна с NBC в декабре 1993 года.

* * *

Уоррен Литтлфилд всегда оценивал сценаристов по их способности заинтересовать. Смогут ли они захватить контроль над напряженной атмосферой Бербанка¹⁹ и заразить всех энергией своих сильных сюжетов? Смогут ли они оживить персонажей своего сценария? Конечно, это не было гарантией успеха в будущем, но Литтлфилд интуитивно чувствовал, что возможность убедить серьезных руководителей сети была многообещающим фактором для завоевания скептически настроенной аудитории.

Однажды Кауффман и Крэйн уже работали с NBC – над недолговечным политическим шоу 1992 года *«Власть и мущины»*. Сеть была покорена их остроумными сценариями, но Кауффман и Крэйн не были шоураннерами (Норман Лир из

¹⁹ Бербанк – город в Калифорнии, в котором находятся штаб-квартиры и учреждения многих телевизионных компаний, в том числе и Warner Bros. – Прим. пер.

шоу «*Все в семье*» также участвовал в качестве исполнительного продюсера), и Литтлфилд чувствовал, что шоу так и не раскрыло своего потенциала.

Пока Литтлфилд и его коллеги пили воду, Кауффман и Крэйн оживили комнату своим забавным, проникновенным рассказом о шести манхэттенских молодых двадцатилетних людях, находящихся в поисках себя. Они разыгрывали персонажей и сценарии для шоу, которое называли «*Кафе "Бессонница"*», позволяя руководителям сети на мгновение представить себе команду друзей, собравшихся за чашечкой кофе, подшучивающих друг над другом и больше напоминающих семью.

Это был простой питч – как «*Чирс*» в кофейне, – но все-таки это казалось чем-то большим. Это было уже маленькое шоу, оно превращало пережитый личный опыт в интересную историю, которая понравится более широкой аудитории. В голове Литтлфилда зазвенел колокольчик, подтверждая, что та загадочная вещь, которую он искал с тех пор, как стал президентом NBC, была найдена. Это было то, чего он хотел.

Сериал Кауффман и Крэйна выпускался компанией Warner Bros., а президент WB Television Лес Мунвес представлял интересы шоу на переговорах. Мунвес забыл сказать руководителям NBC, что Fox уже проявила интерес к шоу и что оно было передано другим сетям. Мунвес, вскоре ставший президентом подразделения развлечений в CBS, сказал Литтлфилду, что подписание контракта на это шоу будет

происходить при определенных условиях. Для запуска сериала пилотный эпизод Кауффман и Крэйна должен соблюдать определенные обязательства. NBC пришлось бы обойти этап, где сеть имеет право получить один сценарий и решить, следует ли переходить к съемкам пилотного эпизода. Съемка плохого пилотного эпизода, который не вышел в эфир, была бы эквивалентна штрафу в размере 250 000 долларов. NBC вряд ли утонула бы под тяжестью таких расходов, но слишком много неудачных пилотов могут пробить существенную дыру в бюджете.

Литтлфилд понимал, что интерес к этим аспектам со стороны Мунвеса и команды Warner Bros. вполне обоснован, но в то же время никакого штрафа не будет, если эпизод выйдет удачным. Он был уверен, что новое шоу заполнит один из слотов в их новой, ориентированной на молодежь программе по четвергам, и поэтому первоначальные затраты на разработку шоу были просто частью ведения бизнеса. Мунвес был агрессивен, но NBC хотела быть в сделке по этому шоу с Warner Bros. и не хотела, чтобы сделка сорвалась.

NBC взяла на себя обязательство снять пилотную серию для шоу «Кафе «Бессонница»», и сделка была завершена. Но Кауффман и Крэйн все-таки были недовольны названием сериала. Шоу переименовали в «Бликер-стрит» в честь улицы Манхэттена, где жила Кауффман, а сценарий пилотного эпизода был помечен как «*Пилотный эпизод NBC, которому нужно дать название*».

У Литтлфилда была только одна важная идея, которую он хотел предложить. Он рассказал Кауффман и Крэйну о том, что его беспокоит, сколько времени их герои проводят в соседней кофейне. Как много действий может происходить в кафе? Литтлфилд хотел, чтобы были использованы и квартиры персонажей. И если герои должны жить в одном и том же доме, как было в пилотном сценарии, Литтлфилд предложил, чтобы квартира соседей по комнате Джо и Чендлера была расположена прямо напротив квартиры Рэйчел и Моника, чтобы некоторые действия происходили в коридоре.

Крэйн подумал, что замечание вполне дельное. «Вы можете назвать шоу *“Через коридор”*», – услужливо предложил Литтлфилд. «Или пусть они просто будут жить напротив друг друга», – ответил Крэйн, сбитый с толку посредственным названием. Они все еще не могли определиться с достойным названием для шоу. После временного перерыва, где они приняли предложение Литтлфилда, Warner Bros. устроила внутренний конкурс на название шоу. Главным победителем стал партнер Крэйна Джеффри Кларик, который предложил название *«Друзья как мы»*.

* * *

NBC, заказав пилотный эпизод Кауффман и Крэйна, по большей части не обращала внимания на такие мелочи, как бежевый цвет дивана в кофейне. (Они хотели менее оттал-

квивающий оттенок.) Единственное важное условие, которое сеть поставила Крэйну и Кауффман, заключалось в добавлении второстепенного персонажа старше главных героев. NBC была обеспокоена тем, что, если всем главным героям будет чуть больше двадцати, это явно ограничит привлекательность сериала. Более взрослый персонаж – даже если бы он появлялся лишь изредка – мог бы привлечь нерешительную старшую аудиторию посмотреть *«Друзья как мы»*. «Может быть, – подумали в сети, – в шоу появится кто-то из старых знакомых, с кем они столкнулись в кофейне, кто мог бы дать им жизненный совет?»

Это была плохая идея, которая не потопила бы шоу, но, несомненно, ослабила бы его очарование. Кауффман и Крэйн неохотно согласились и начали пытаться включить в сценарий персонажа, названного «полицейский Пэт» в честь их знакомого, который обычно приходил в кинотеатр, где сценаристы *«Как в кино»* Джефф Гринштейн и Джефф Штраус работали в Сомервилле, штат Массачусетс, во время учебы в колледже. Сценаристы предприняли добросовестную попытку, даже провели кастинг на эту роль, но им так не нравился новый сценарий, что они стали умолять NBC отказаться от этой идеи. В обмен на разрешение убрать полицейского Пэта сценаристы пообещали ввести для шести главных героев родителей в заметных второстепенных ролях и найти приглашенных звезд постарше, чтобы привлечь более взрослую аудиторию. NBC согласилась, и полицейского Пэта больше

не было.

Судьба шоу полностью зависела от силы шести главных героев. Но кто будет играть эти роли?

Глава 2

Шестеро одиночек

Кастинг на шоу

Сценарий передали Барбаре Миллер, главе кастинга в Warner Bros. Television. «Прочти вот это, – сказала она Элли Каннер, – поработай над материалами. Ты встретишься с Дэвидом Крэйном, Мартой Кауффман и Кевином Брайтом. Будь готова!» Каннер, которой тогда было всего двадцать девять, недавно была повышена до директора по кастингу, сняв такие шоу, как *«Шаг за шагом»* и *«Лоис и Кларк: Новые приключения Супермена»*. Этот сценарий мог стать ее первой работой в Warner Bros. Прочитав текст, Каннер была озадачена: почему не все в Warner Bros. были в таком восторге от этого проекта, как она?

Кастинг-директор должен быть знаком с большинством молодых актеров в индустрии и уметь мысленно анализировать их возможности и выявлять сильных кандидатов. Каннер достала свой блокнот и начала составлять списки всех забавных молодых актеров, которых она знала, разбивая их на подкатегории для каждой роли в сценарии: грустный разведенный Росс; его сестра Моника, ищущая любовь; причудливая Фиби; невротик Чендлер; сосед Чендлера по комнате – актер Джо; и школьная подруга Моники Рэйчел. Лорна

Джонсон, ассистентка Каннер, обзванивала агентства и проверяла доступность актеров. И пока Элли и Лорна просматривали свой список, агентства присылали им новых кандидатов. Список пополнился до тысячи претендентов на каждую роль.

Был февраль 1994 года. Каннер знала, что у нее есть всего около восьми недель, чтобы тщательно изучить списки, прослушать отобранных кандидатов, сузить их количество до ста актеров, которых увидят продюсеры, и помочь продюсерам сделать окончательный выбор. Актеров вызывали на первое прослушивание, где они читали отрывки из сценария. Каннер отсматривала выступления, отбирая тех, кто затем будет прослушиваться перед шоураннерами. Далее предстоял выбор нескольких финалистов для каждой роли – успешный в карьере, но подавленный в личной жизни Росс, играющая на гитаре душевная Фиби, прямолинейная «девушка, живущая в центре города» Моника, самовлюбленный сердцеед Джо, сбежавшая невеста Рэйчел и саркастичный, остроумный, вечно одинокий Чендлер. Им будет предоставлена возможность прослушиваться не только у Каннер и шоураннеров, но и у руководителей Warner Bros.

За первоначальным кастингом следили Кауффман и Брайт. Крэйну обычно нравились абсолютно все актеры, и потому он добровольно отказался от первой части процесса. Ему хотелось нанять каждого актера, который приходил, и он чувствовал себя виноватым, что не мог этого сделать.

Крэйн был бы бесценен на более поздних стадиях кастинга. Задача Кауффман и Брайта состояла в отборе первоначального списка.

Продюсеры выразили желание открыто говорить о расе и этнической принадлежности. Они знали, что Росс и Моника должны быть родственниками, и решили, что их будут играть белые актеры, но были варианты отбора актеров для других четырех ролей. В первоначальные списки Каннер входили многочисленные афроамериканские и азиатско-американские кандидаты на роли. Неоднородность состава была шагом вперед, но позднее от этнического разнообразия в *«Друзьях»* отказались. Стояла задача подобрать актеров, которые больше походили бы на настоящих жителей Нью-Йорка. Как позже отмечали критики, жанр комедии не мог позволить себе настолько неоднородных по национальной или религиозной принадлежности героев, как, например, драма. У драматических сериалов была возможность для большего этнического разнообразия персонажей, поскольку их обстановка – больница, полицейский участок, зал суда – позволяла появляться персонажам из разных слоев общества. От комедии обычно ожидалось, что зрители примут ее персонажей, этот жанр был гораздо более осторожен в выборе действующих лиц. Руководители на телевидении остерегались того, что шоу будут проигнорированы большинством – белой аудиторией, – если зрители станут смеяться вместе с цветными персонажами.

У Кауффман и Крэйна тоже были свои идеи по кастингу. Дэвид Швиммер прослушивался для их предыдущего шоу *«Пары»*, и они настаивали на том, чтобы именно его взяли на роль, но сеть настояла на выборе другого, Джонатана Сильвермана. Кевин Брайт наблюдал за этим процессом и заметил, как осторожно повела себя сеть. Руководители, видимо, не хотели брать на сетевое телевидение актера, который был слишком похож на еврея. **Ситуация, конечно, была смехотворной: три шоураннера-еврея были вынуждены выбрать одного актера-еврея вместо другого. Но Брайт подозревал, что Сильвермана считают красивым евреем, способным сойти за исполнителя главной роли, а Швиммера – нет.**

Швиммер недавно получил восторженные отзывы за свою роль в шоу *«Полиция Нью-Йорка»*, где он играл жуткого соседа из квартиры 4В. Начав с работы в театре, как Кауффман и Крэйн, он был актером с впечатляюще широким диапазоном и серьезным отношением к делу, вызывающим восхищение. Пока шла работа над пилотным сценарием для *«Друзей как мы»*, Кауффман и Крэйн обдумывали характер Росса и вспомнили актера, которого они любили, но не смогли взять на роль, и сказали: «Эта роль будет именно для Дэвида Швиммера».

Росс виделся образованным ученым в команде, состоящей в основном из представителей рабочего класса. «Таким образом, его карьера довольно сложна, – написали Кауфф-

ман и Крэйн в своих бумагах для питча. — Однако когда зритель впервые знакомится с ним, его герой только что подписал бумаги о разводе... Жена ушла от него к лучшей подруге... Дебби. А он понятия не имел». Росс был «верным мужем», который вдруг понял, что его привлекает мир доступных женщин вокруг: «Похоже, будто он вернулся в среднюю школу. Только здесь нет учебников». Кауффман и Крэйн представили себе эпизод, в котором Росс пойдет на свидание в планетарий и будет ухаживать за девушкой под звездным небом, — сюжетная линия, которая будет использоваться ими, с другой женщиной. В итоге в конечную версию пилотного эпизода войдет только эпизод «жена-уходит-к-своей-лучшей-подруге».

Кауффман и Крэйн были готовы предложить Швиммеру эту роль даже без прослушивания — редкая привилегия для молодого неопытного актера. Была только одна проблема: он не хотел сниматься в шоу. Точнее, вообще не хотел больше работать на телевидении.

Швиммер только что снялся в короткометражном комедийном сериале для Fox «*Монти*» (1994), в котором играл либерального сына консервативного комментатора Раша Лимбо, сыгранного Генри Уинклером из «*Счастливых дней*», и понял, что это был полный провал. По его мнению, телевидение — это место, где никто не прислушивается к вашим идеям, где вы каждый день отчитываетесь о выполнении посредственной, неудовлетворительной работы. Когда

«*Монти*» отменили, Швиммер почувствовал огромное облегчение и немедленно вернулся в Чикаго, где работал над новой театральной постановкой «*Мастера и Маргариты*». Его театральная труппа Lookingglass только что переехала в новое помещение, и Швиммер чувствовал, что находится на своем месте. Он коротко подстригся для роли Понтия Пилата и был готов погрузиться в фантастический мир Михаила Булгакова, смягченный магическим реализмом.

Швиммер снимался в нескольких пилотных эпизодах, но они никогда нигде не выходили, и он считал весь этот процесс непонятным и разочаровывающим. Какой смысл сниматься, если никто не видит твоих работ? Лесли Зиберт, агент актера, сказала Каннер, что Швиммер больше не будет читать телевизионные сценарии. Кауффман и Крэйн были огорчены, но не хотели отказываться от актера своей мечты.

Тем временем продюсеры начали присматриваться к другим актерам. Кастинг для «*Друзей как мы*» продвигался медленно, и другие, более «быстрые», сериалы начали заманивать к себе талантливых исполнителей. Каннер пригласила Ноа Уайли на роль Росса. Продюсерам он понравился, и они рекомендовали его на прослушивание для руководителей сети, но съемки пилотного эпизода не стартовали бы до мая. Тем временем Уайли прослушивался для сериала «*Скорая помощь*» (его тоже продюсировала Warner Bros.) в том же пилотном сезоне. «*Друзья как мы*» стали вторыми в очереди на услуги актера. Если первое шоу провалится, они смогут

пригласить его в свой сериал. Уайли, конечно же, пригласили в *«Скорую помощь»*. Среди других актеров, которые прослушивались на роль Росса, была будущая звезда шоу *«Уилл и Грейс»* Эрик Маккормак.

Был приглашен Митчелл Уитфилд, но он в конечном итоге сыграл роль Барри, бывшего парня Рэйчел. Уитфилд продвинулся так далеко в процессе прослушивания на роль Росса, что после одной встречи ему тайно позвонил кто-то из участников шоу, который принес хорошие, хотя и неточные новости: «Эй, поздравляю, им понравилось, как ты изобразил Росса. Похоже, ты будешь его играть».

Тем временем Зиберт попросила Швиммера все же взглянуть на сценарий, сказав, что Кауффман и Крэйн – поклонники его творчества. Швиммер вспомнил, как ему понравился сценарий шоу *«Пары»*, и был рад узнать, что их новое шоу будет сериалом с несколькими главными героями, без какой-либо центральной звезды. Это мог быть телевизионный сериал, чем-то похожий на театральный коллектив.

Швиммеру также неожиданно позвонили Робби Бенсон, бывшая звезда детских шоу, ставшая известным телевизионным режиссером, и Джеймс Берроуз, легендарный режиссер сериалов *«Такси»* и *«Чирс»*. Они оба рассказали, что Кауффман и Крэйн написали эту роль специально для него, чего актер не понял раньше. Швиммер решил, что он был бы идиотом, если бы не попробовал, раз уж такие титаны телевидения просят его обдумать предложение еще раз, чем поз-

же поделился с Литтлфилдом. Актер прочитал сценарий и согласился вылететь в Лос-Анджелес.

Руководители Warner Bros. и NBC зашли в кабинет, и Швиммер взял в руки страницы пилотного сценария. Каннер, читавшая вместе с ним, была счастлива от осознания того, что актер идеально подходит для этой роли. **Роль Росса была похожа на костюм, который был предназначен Швиммеру. Он мог просто надеть его. И он сидел идеально.** «Отлично, – сказала Элли себе, – этому суждено было случиться». К счастью, Швиммер согласился на эту роль.

Брайт и Кауффман провели в бесплодных поисках актеров для других ролей несколько недель. Изо дня в день на кастинге они мучились от выступлений актеров, которые не могли уловить заключенную в роли комедию. Кевин и Марта даже начали сомневаться в ценности самого сценария. Может быть, они ошибались и сериал не такой смешной, как они думали?

В кабинете Барбары Миллер, где состоялось одно из первых прослушиваний для *«Друзей как мы»*, висели фотографии Греты Гарбо и Бетт Дэвис, как бы напоминающие присутствующим о легендарной работе, проделанной актрисами. Кандидаты приходили внешне готовыми для желаемой роли: например, кольца в носу и брюки-клеш для Фиби, а для Джо демонстрировали пышные волосы на груди. Но процесс прослушивания принес разочарование: актеры или показывали четкие границы своих возможностей, или не могли по-

вторить то, что они делали на предыдущем этапе кастинга. Миллер обменялась записями с Каннер, Кауффман, Крэйном и руководителями Warner Bros., и все согласились, что только несколько исполнителей можно было пригласить для следующего прослушивания на NBC. Кто-то из актеров был слишком примитивным, другие же заметно переигрывали. Поиски кандидатов на роли пришлось продолжить.

* * *

Особенность участия в телевизионных шоу заключается в том, что необходимо смиренно принять почти неизбежную неудачу. Вы можете пробоваться на роль, но никогда не получите ее. Вы получите роль, но шоу никогда не выйдет в эфир. Шоу выйдет в эфир, но никогда не станет популярным среди зрителей. И даже когда наступают большие прорывы, бывает и так, что все может внезапно испариться.

В Вассаре²⁰ все считали улыбчивую Лизу Кудроу глупой блондинкой из Южной Калифорнии, но у нее были амбициозные планы. Она изучала биологию и после окончания университета работала у своего отца, специалиста в области лечения головных болей, прежде чем поступить в аспирантуру по неврологии. В свободное время она включала телевизор, смотрела какой-нибудь сериал и оценивала игру актеров. «Я

²⁰ Вассар-колледж – частный университет в городе Покипси, штат Нью-Йорк, США. – Прим. пер.

слышу реплику или шутку и думаю: они слишком сильно переигрывают, – позже рассказывала она в интервью. – Это продолжалось снова и снова, пока, наконец, я не выдержала и сказала: хорошо, попробую сама». Кудроу очень волновало то, что значит быть актером. Актеры, по ее мнению, появлялись на вечерних шоу, где просили зрителей спасти планету ради них, и устраивали другие акты самовыражения. Что будет с ней, если она тоже станет актрисой?

С самого начала Кудроу поняла, что может использовать как преимущество ошибочное восприятие ее людьми наивной и глупой. Кудроу присоединилась к труппе из школы импровизационной комедии The Groundlings, где недолго встречалась с будущим ведущим Конаном О’Брайеном и брала уроки актерского мастерства. Препятствием на пути к успеху была необходимость извиняться за то, что она была актрисой. Стоило бы признать, что есть бесчисленное множество других актеров, конкурирующих за те же самые рабочие места, и что упорная работа и самоотверженность в конечном итоге принесут свои плоды. Быть смешным – это вам не игрушки. Нужно уметь сохранить свое достоинство и выполнять свою работу. В конце концов люди начнут замечать вас.

Кудроу появлялась в небольших ролях в «*Чирс*» и «*Без ума от тебя*», а также регулярно ходила на прослушивания. «*Чирс*» только что закончился, и Келси Грэммер должен был играть доктора Фрейзера Крэйна в новом шоу под названи-

ем «*Фрейзер*». Кудроу выпал уникальный шанс: поразив всех на кастинге, она получила роль Роуз, продюсера на радио Фрейзера.

Питер Кейси, соавтор шоу, был ошеломлен тем, что он видел на репетиции. Кудроу была великолепна, но Роуз была задумана как антагонист Фрейзера, показывающая все, на что способна. После ежедневного прогона Кейси и сценаристам приходилось изменять сценарий, потому что Кудроу не могла быть очень жесткой, какой они хотели видеть Роуз. А Грэммер подыгрывал ей, потому что боялся, что он может обидеть Кудроу, если исполнит так, как задумано.

Кейси посоветовался с Джеймсом Берроузом, режиссером сериала, и они пришли к соглашению: Лизу Кудроу нужно уволить. Тогда для «*Фрейзера*» на роль Роуз назначили Пери Гилпин, другую финалистку кастинга, и Лиза была уверена, что лучшая возможность, которую она может получить как актриса, ускользнула от нее.

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.