



Содержание

<i>ГЛАВА 1. КАФЕ «БЕССОННИЦА»</i>	<i>12</i>
<i>ГЛАВА 2. ШЕСТЕРО ОДИНОЧЕК</i>	<i>35</i>
<i>ГЛАВА 3. ХВАТАЙ ЛОЖКУ</i>	<i>63</i>
<i>ГЛАВА 4. КАК ПОЖИВАЕШЬ</i>	<i>72</i>
<i>ГЛАВА 5. ЖВАЧКА — МОЯ ЗАВЕТНАЯ МЕЧТА</i>	<i>90</i>
<i>ГЛАВА 6. ЛУЧШЕЕ НОВОЕ ШОУ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ</i>	<i>113</i>
<i>ГЛАВА 7. КРАБИКИ</i>	<i>136</i>
<i>ГЛАВА 8. ХОЧЕШЬ, МОГУ НАЦЕПИТЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ</i>	<i>142</i>
<i>ГЛАВА 9. У НАС БЫЛ ПЕРЕРЫВ</i>	<i>159</i>
<i>ГЛАВА 10. ЗНАЧИТ, ТЕБЯ СНИМАЛА НЕ ОДНА КАМЕРА</i>	<i>164</i>
<i>ГЛАВА 11. НОВАЯ ЖВАЧКА С КСИЛИТОМ И КАРБАМИДОМ БЕЗ САХАРА</i>	<i>172</i>
<i>ГЛАВА 12. БЛИЦ-РАУНД</i>	<i>192</i>
<i>ГЛАВА 13. ЭТОТ ВПОЛНЕ СЕБЕ НИЧЕГО</i>	<i>207</i>
<i>ГЛАВА 14. НИЧТО НЕ КОНЧЕНО, ПОКА НИКТО НЕ СКАЗАЛ «СОГЛАСНА»</i>	<i>225</i>
<i>ГЛАВА 15. ОНИ НЕ ЗНАЮТ, ЧТО МЫ ЗНАЕМ, ЧТО ОНИ ЗНАЮТ, ЧТО МЫ ЗНАЕМ</i>	<i>229</i>
<i>ГЛАВА 16. ТА-А-А-К</i>	<i>257</i>
<i>ГЛАВА 17. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВАНИЕМ ИСКА</i>	<i>264</i>
<i>ГЛАВА 18. ТЫ ОДУРАЧЕН</i>	<i>276</i>
<i>ГЛАВА 19. ЭТА ТЕМА НИКОГДА НЕ БУДЕТ ЗАКРЫТА</i>	<i>291</i>



ГЛАВА 20. ДВЕРЬ В ПРОШЛОЕ	297
ГЛАВА 21. СИТКОМ НА МИЛЛИАРД ДОЛЛАРОВ	301
ГЛАВА 22. ЭТО БЫЛО НЕВЕРОЯТНО	308
ГЛАВА 23. Я СОШЛА С САМОЛЕТА	319
ГЛАВА 24. I'LL BE THERE FOR YOU	323
ГЛАВА 25. ПРОБУЕМ ТРЮФЕЛЬ	339
БЛАГОДАРНОСТИ	358
ИСТОЧНИКИ	361



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, ресторанчике 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, ресторанчик 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 начале 2018 года, и начали мы наши поиски с поедания кукурузной

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.



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, загадка 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-Вил-



лиджу 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 заставляло 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 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».

2

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



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 Крэйном, 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 неотъемлемой 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»* надирает 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

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



предпочтение более молодым зрителям. Привлечение широкой аудитории было слишком размытым и непредсказуемым. Рекламодатели выбирали целевой подход, предлагая рекламу спортивных автомобилей и безалкогольного пива 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 жираф», 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».

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 назначат 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 неогодаровский⁵ фильм «Криминальное чтиво», который 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 расширять-

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.



ся за пределы Тихоокеанского Северо-Запада⁶. Starbucks открыла кафе в Портленде и Чикаго, а затем нацелилась на Калифорнию, распространяясь в Сан-Франциско и Лос-Анджелесе. Количество заведений разрослось 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 неделю? 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,

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.

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



заклучалось 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 *«Чертova служба в госпитале Мэш»*.

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 Хакстебл 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 которых 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.