

УДК 785
ББК 85.318(3)
О-46

Dan Ozzi

SELLOUT: The major label feeding frenzy that swept punk, emo, and hardcore (1994–2007)

Печатается с разрешения литературных агентств Stuart Krichevsky Literary Agency, Inc.
и Andrew Nurnberg.

Все права защищены.

*Ни одна часть данного издания не может быть воспроизведена или использована
в какой-либо форме, включая электронную, фотокопирование, магнитную запись или иные
способы хранения и воспроизведения информации, без предварительного письменного разрешения
правообладателя.*

В оформлении обложки издания использованы изображения, предоставленные
Shutterstock / FOTODOM

Перевод с английского Федоровой Ольги.

Оззи, Дэн.

О-46 Продажный рок. Как лейблы укротили панк, эмо и хардкор /
Д. Оззи [пер. с англ. О. А. Федорова]. — Москва : Издательство АСТ :
Кладезь, 2025. — 480 с. (MUSIC LEGENDS & IDOLS).

ISBN 978-5-17-163573-2 (ООО «Издательство АСТ»)

ISBN 978-0-06-326914-9 (англ.)

Безбашенное погружение в мир панк-рока, эмо и хардкора в эпоху
музыкального шторма 1990–2000-х годов.

После триумфа альбома Nirvana Nevermind и трагической гибели Курта
Кобейна крупные лейблы начали охоту за новыми звездами, что привело к
расколу рок-сцены и навсегда изменило индустрию. Музыкальный журналист
Дэн Оззи прослеживает путь 11 групп, оказавшихся на распутье: с одной
стороны — независимость и бунтарский дух, с другой — соблазн больших
денег, попадание в мейнстрим и... клеймо «ПРОДАЖНЫЕ»!

Дерзкие и откровенные интервью с участниками Green Day, Blink-182, My
Chemical Romance и других групп откроют для вас реальность андеграундных
рок-исполнителей, которым ради свободы и музыки порой приходилось идти
на жертвы.

**УДК 785
ББК 85.318(3)**

ISBN 978-5-17-163573-2 (ООО «Издательство АСТ»)
ISBN 978-0-06-326914-9 (англ.)

© 2021 by Daniel Ozzi
© 2022 by Daniel Ozzi, послесловие
© Перевод Федорова О.А., 2024
© ООО «Издательство АСТ», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	7
ГЛАВА 1. GREEN DAY ■	
Dookie. Reprise Records (1994).	13
ГЛАВА 2. JAWBREAKER ■	
Dear You. DGC (1995)	45
ГЛАВА 3. JIMMY EAT WORLD ■	
Static Prevails. Capitol Records (1996)	79
ГЛАВА 4. BLINK-182 ■	
Dude Ranch. MCA Records (1997).	111
ГЛАВА 5. AT THE DRIVE-IN ■	
Relationship of Command. Grand Royal (2000).	141
ГЛАВА 6. THE DONNAS ■	
Spend The Night. Atlantic Records (2002)	177
ГЛАВА 7. THURSDAY ■	
War All the Time. Island Records (2003)	209
ГЛАВА 8. THE DISTILLERS ■	
Coral Fang. Sire Records (2003).	241
ГЛАВА 9. MY CHEMICAL ROMANCE ■	
Three Cheers for Sweet Revenge. Reprise Records (2004)	273

ГЛАВА 10. RISE AGAINST ■

Siren Song of the Counter Culture. Geffen Records (2004) 311

ГЛАВА 11. AGAINST ME ■

New Wave. Sire Records (2007) 341

Эпилог 375

Послесловие 379

Благодарности 425

Библиография 427

Именной указатель 431

Указатель названий 455

Рок-н-ролл — это жертва.
— *SINGLE MOTHERS, «WOMB»*

ПРЕДИСЛОВИЕ

Они приезжали с визитками и чековыми книжками, в рубашках, заправленных в джинсы.

Они спускались в мрачные рок-клубы и тускло освещенные бары, где заговаривали людям зубы.

Это были A&R¹-скауты крупных лейблов, которых к 1993 году можно было встретить повсюду.

Таким людям на панк-сцене придумывали прозвища. Они были корпоративными злодеями, высмеивались в текстах песен и разрывались на части в фэнзинах². Их называли вампирами и пиявками, а их единственной миссией было высасывать жизнь из независимых групп и оставлять их на мели. Они были врагами. И теперь пришли, собственной персоной, в поисках свежего мяса.

Не в первый раз крупные компании пытались впиться зубами в панк-рок. Представители A&R впервые стали крутиться возле этого жанра во времена его зарождения в середине семидесятых, создавая из антигероев рок-н-ролла невероятных звезд. Warner ухватили Ramones, Virgin подобрали Sex Pistols, а CBS получили Clash. Панк проник в систему и водрузил свой флаг в поп-культуре. По мере того, как он набирал популярность, его контркультурный дух становился частью мейнстрима. Но этот момент был мимолетным. После того, как к концу десятилетия панк-бум прекратился из-за утраты культурного статуса и смерти некоторых его номинальных лидеров, крупные

¹ От англ. Artists & Repertoire — отдел на студии звукозаписи, занимающийся поиском перспективных музыкантов, способных в будущем принести прибыль звукозаписывающей компании. *Прим. пер.*

² От англ. fan magazine — «фанатский журнал» — самодельное печатное или онлайн-издание, созданное фанатами какой-либо музыкальной группы, фильма, книги и т. п. *Прим. ред.*

лейблы по большому счету оставили андеграунд в покое. Когда из панка больше нельзя было выжимать деньги, они переключились на стремительно развивающиеся жанры, такие как новая волна, R&B и глэм-метал.

В восьмидесятые годы лишь немногие группы из мира панка, хардкора и альтернативного рока попали в поле зрения представителей A&R крупных лейблов, и на то были веские причины. В основном такая музыка была лишена коммерческой привлекательности, часто намеренно. Из горстки групп, достаточно приличных для приглашения на крупные студии — Hüsker Dü, Replacements, Sonic Youth, — ни одна не доказала, что вкладываться в них экономически выгодно. Большинство таких групп рассматривались студиями как престижное приобретение — компания могла завоевать авторитет и снискать уважение критиков.

Так мейнстримная музыка и андеграундный рок существовали независимо друг от друга более десяти лет, не пересекаясь. С одной стороны, имелся прибыльный истеблишмент, помогавший артистам доминировать в чартах *Billboard*, на MTV и в национальной прессе, а с другой — автономная сеть маленьких клубов, независимых студий, промоутеров и дистрибьюторов, изо всех сил пытавшихся выжить. Кроме исключений вроде R.E.M. и U2, которые успешно перешли со студенческих радиостанций на станции Топ-40, эти группировки практически не пересекались. Границы были четко очерчены.

Затем появилась группа из Абердина и записала альбом, перевернувший мир с ног на голову.

\$ \$ \$

Появления Nirvana никто не ожидал. Когда Geffen/DGC Records в сентябре 1991 года рискнули выпустить второй альбом группы, *Nevermind*, ожидания были скромными, и в магазины США отправили всего 46 000 экземпляров. Слава трио в инди-рок-кругах была еще не большой, но уже головокружительной, и альбом быстро завоевал популярность у молодых слушателей. Благодаря минимальному маркетингу он дебютировал в чарте *Billboard 200* под номером 144 и в течение того месяца неуклонно поднимался — на 109-ю, потом на 65-ю, а потом на 35-ю строчку. Как только по MTV начали транслировать видеоклип группы на композицию «Smells Like Teen Spirit», его импульс невозможно было сдержать. Всего через восемь недель *Nevermind* стал платиновым.

После десятилетия напыщенных, помешанных на сексе глэм-метал-групп и глянцевого поп-исполнителей, ориентированных на массовый рынок, грубая и непритязательная Nirvana стала идеальным кандидатом на то, чтобы представить свежий образ, звучание и стиль 1990-х годов. Своими грязными кедами Converse лидер группы, неопрятный Курт Кобейн, распахнул дверь в новую эру рока, гордившуюся аутентичностью и анти-коммерциализмом. Когда нация отчаявшихся представителей поколения X¹ «врубилась» в *Nevermind*, дебютный альбом Nirvana на крупной студии органично зажил своей собственной жизнью. На вопрос *New York Times*, как студии DGC удалось создать феномен, вскоре сместивший короля поп-музыки Майкла Джексона с вершины чартов *Billboard*, президент студии Эдди Розенблатт пожал плечами. «Мы ничего не делали, — признался он. — Это был просто один из тех альбомов, о котором можно сказать: свали с дороги и пригнись».

Стремительный взлет *Nevermind* вбил последний гвоздь в крышку гроба 1980-х и покончил с популярностью глэм-метала. Кожаные штаны и волосы с начесом уступили место рваным джинсам и фланелевым рубашкам. На смену «Cum On Feel the Noize» пришла «Come as You Are». Радиостанции, MTV и звукозаписывающие компании вновь обрели интерес к более жестким и резким гитарным группам. Изголодавшиеся законодатели мод прочесывали местные сцены в поисках новой Nirvana, нового Курта Кобейна, нового Сиэтла. Десять лет самодеятельной культуры и всего ее движения наконец-то достигли переломного момента и кардинально изменили мир. «Гранж» теперь стал новым модным термином в индустрии, и все, что было связано с ним, пользовалось спросом. Внезапно андеграунд обрел финансовую жизнеспособность, и его очертания, которые раньше были лишь штрихами, стали четче. Точнее, зеленее, поскольку в андеграунд начали поступать доллары от корпораций, пытавшихся все это скупить.

То, что последовало за *Nevermind*, можно описать как ожесточенное соперничество крупных лейблов, золотую лихорадку A&R и молниеносные подписания инди-рок-контрактов. Представители A&R наперегонки бежали открывать ранее неизведанные места, где процветала рок-музыка, в надежде обнаружить новых восходящих звезд. Полностью разграбив родные места Nirvana в Сиэтле, они занялись поисками в других местах — в округе Колумбия, в Сан-Диего, в Чапел-Хилле — и в конце концов очутились в Сан-Франциско. Именно

¹ Родившиеся в период с 60-х до начала 80-х годов. *Прим. пер.*

здесь и начинается эта книга — с того момента, как запоминающееся панк-трио из Ист-Бэй под названием Green Day летом 93-го года подписало контракт с Reprise Records на выпуск своего третьего альбома, *Dookie*.

\$ \$ \$

После того, как Green Day ушли из инди-мира в мейнстрим, у множества других панк-групп появился шанс последовать их примеру. A&R пытались привлечь их роскошными ужинами и солидными счетами, которые оплачивали с корпоративных карт. Синие волосы и пирсинг можно было увидеть в конференц-залах офисов студий в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе. Система поддержки, предлагавшаяся этим группам, была заманчивой — презентабельные студийные помещения, средства на съемку музыкальных клипов и передача дисков с записями в розничную продажу в торговые центры и сетевые музыкальные магазины, такие как Sam Goody и Tower Records. Группы, считавшие, что им повезло, если они заработают достаточно денег на бензин, чтобы каждый вечер ездить на своих «Фордах»¹ в соседний город, часто не могли и мечтать о такой роскоши.

Но здесь имелся подвох. Замкнутые андеграундные сообщества, возрадившие этих музыкантов, не позволяли снова разграбить свою сцену без боя. После десяти лет борьбы за собственное пространство панки стали защищать самодеятельную сеть, которую они сами построили. В борьбе за свою независимость они пускали в ход кулаки и шипы. Панк установил для себя неофициальный свод правил и был недобр к тем, кто их нарушал. Была обозначена позиция: любая группа, подписавшая контракт с «Большой шестеркой» — Sony Music, EMI, MCA/Universal, BMG, PolyGram и Warner Music Group — заключала сделку с дьяволом. Они рисковали быть изгнанными, подвергнутыми остракизму или навечно заклеяменными как продавшиеся.

На протяжении более десяти лет второе столкновение панка с интересами мейнстрима привело к ожесточенному расколу сцены. Самые ярые защитники андеграунда становились все более воинствующими по отношению к тем, кто был достаточно смел, чтобы вырваться из породивших их сообществ. Придерживаясь установленного порядка, давние фанаты в итоге отвернулись от групп, которым они когда-то были так преданы. Некоторые «продавшиеся» отделялись

¹ Речь идет об автомобилях-фургонах Ford Econoline — популярном в США автотранспорте. *Прим. ред.*

легко, вызвав негативную реакцию в виде сердитых статей в фэнзинах или язвительных комментариев в Интернете. Для других это означало запрет на посещение их любимых клубов и угрозы физической расправой.

Понятие продажности возникло, конечно, не в девяностых, и не относилось ни к панк-року, ни даже к музыке. С тех пор, как у людей появилась возможность получать прибыль в обмен на то, чтобы поступиться своими идеалами и моралью, тут же появлялись циники, чтобы призвать их к ответу. Но в тот период, когда крупные лейблы стали размахивать долларовыми купюрами перед носом молодых музыкантов, этот провокационный термин обрел популярность. Независимо от того, соглашалась группа на их условия или оставалась верна своим инди-корням, понятие «продавшиеся» стало определяющей характеристикой того, как такой коллектив воспринимали единомышленники.

В этой книге собраны истории одиннадцати групп в поворотный момент их карьеры, когда они подписывали контракт с крупным лейблом: как они туда попали, почему приняли такое решение и как это повлияло на их карьеру. В каждой главе рассказывается история группы, связанная с выпуском их дебютного альбома на крупном лейбле, о решающем и зачастую непростом периоде, который мог решить их судьбу. Некоторые из этих групп поняли, что их авантюра оправдала себя, и были вознаграждены статуэтками «Грэмми» и платиновыми альбомами. Но на каждую историю успеха приходились десятки групп, развалившихся под этим давлением, которое оставило участников избивать друг друга до полусмерти на обочине шоссе. Однако это не попытка выделить победителей и проигравших. Слишком часто, когда искусство рассматривается через призму капитализма, оно сводится к азартной игре, которая либо окупается, либо нет. Но бывает и наоборот. Некоторые группы выпустили свои лучшие и наиболее полно реализованные работы благодаря крупным лейблам, даже если это не сразу преобразовалось в продажи.

Эта книга ни в коем случае не является всеобъемлющей историей каждой панк-группы, совершившей такой прорыв. Множество групп с интересным опытом работы на крупных лейблах пришлось исключить. К сожалению, сюда не вошли *Save In*, несмотря на их извилистую карьеру, когда они трансформировались из грубоватой хардкор-группы в безупречных рокеров, выпустивших претенциозный студийный альбом на *RCA Records*.

Anti-Flag — еще один интересный случай. Эта политическая панк-группа с ирокезами и такими песнями, как «Kill the Rich», спровоцировала войну предложений между крупными лейблами после того, как попала в поле зрения продюсера-«Свенгали»¹ Рика Рубина.

Наконец, Chumbawamba — группа анархо-панков, подписавшая контракт с EMI и создавшая неожиданный паб-хит с треком для пения хором «Tubthumping». Оказавшись в центре внимания, они использовали свою платформу для поддержки в интервью феминизма, прав животных и классовой борьбы. Певица Элис Наттер советовала людям воровать их альбомы из сетевых магазинов и однажды вызвала возмущение, сказав в интервью журналу *Melody Maker*: «Ничто не изменит того, что нам нравится, когда убивают полицейских». Эта история достойна отдельной книги.

Одиннадцать групп, представленных здесь, были выбраны потому, что они сыграли важную роль в формировании тенденций, способствовавших развитию бума альтернативной музыки после Nirvana. Каждая из них помогла привлечь коммерческий интерес к новым территориям, и благодаря их усилиям у жанра появилась возможность адаптироваться и расширить свои масштабы, выйдя далеко за те пределы, которых он достиг в семидесятые годы. Панк мутировал и приобретал новые формы по мере того, как менялись его звучание и география: от саунда поп-панка Области залива Сан-Франциско до хардкорных криков, доносящихся из подвалов Нью-Брансуика и новой волны эмо, существовавшей не столько в каком-либо регионе, сколько в Интернете.

Большая «панк-распродажа» привела к одной из самых жарких и антагонистических эпох в истории рока. Данная книга исследует промежуточные зоны, возникавшие там, где столкнулись финансы и искусство и пересеклись представившаяся возможность и честность. Это история, в которой несколько искаженных ударных аккордов превратились в культурный феномен на много миллионов долларов.

Все началось, когда однажды вечером над Сан-Франциско садилось солнце, и трое ребят-панков заявили в офис своей независимой студии звукозаписи, готовые совершить решительный шаг.

¹ Персонаж романа Дж. Дюморье «Трилби» (1894 г.) — гипнотизер, обладающий силой внушения и открывающий в человеке скрытые таланты; это имя стало нарицательным. *Прим. пер.*

ГЛАВА 1. GREEN DAY



Dookie. Reprise Records (1994)

Однажды весенним вечером 1993 года в окно офиса Lookout Records калифорнийского города Беркли попал камешек. Дверного звонка не было, поэтому именно так посетители сообщали о том, что пришли. Ларри Ливермор, соучредитель независимой панк-студии, выглянул из окна и посмотрел вниз, на тротуар Беркли-Уэй. На встречу прибыла самая популярная группа студии, Green Day, и в отличие от прошлых визитов, на этот раз они привели с собой компанию.

Вскоре к Ливермору и двум его молодым сотрудникам поднялись трое участников Green Day. За ними по пятам следовали два незнакомца — Эллиот Кан и Джефф Зальцман — юристы группы из Sahn-Man Management, серьезной организации с самобытным названием. Гитарист и вокалист Билли Джо Армстронг, басист Майк Дернт и ударник Тре Кул обычно ходили с озорными ухмылками, как будто им только что сошла с рук шутка, но, переступив порог Lookout в сопровождении юристов, они больше напоминали студентов, которых вызвали в кабинет директора.

Когда группа протискивалась между падающими коробками с пластинками и полками из шлакоблоков, стало очевидно, что в комнате слишком много народу. В том, что в офисе Lookout собралось столько людей, не было ничего необычного. Местные подростки-панки и группы, связанные со студией, иногда заходили, чтобы помочь упаковать отправляемые партии или просто потусоваться и немного поболтать. Но в этот вечер атмосфера казалась более напряженной из-за присутствия чужаков. Впервые офис казался тесным.

Назвать его офисом можно было с большой натяжкой. Эта комнатка размером около 3,5 на 4,5 метра одновременно являлась жильем Ливермора, который платил за аренду 98 долларов. Он спал на куче одеял, которые сворачивал по утрам, освобождая место на полу для ведения бизнеса. На заляпанном коричневом ковре были сложены стопки демо-записей, а хлипкая дверь-гармошка скрывала крошечную ванную в углу.

Назвать Lookout Records бизнесом тоже можно было с трудом. С момента своего основания в 1987 году студия была для Ливермора

не более чем предлогом, чтобы не устраиваться на настоящую работу. Для него это был способ выпускать пластинки групп, которые ему нравились, и многие из них базировались прямо в Области залива. Пока группы вели себя хорошо, и их релизы продавались тиражом, достаточным, чтобы окупить первоначальные инвестиции, Ливермор был счастлив. Для него, хиппи 1960-х, превратившегося в панка, и безубыточность была успехом.

Но дела Green Day в последнее время шли куда лучше, чем просто безубыточно. Два альбома группы, выпущенные на Lookout, *39/Smooth* и *Kerplunk*, разошлись тиражом более пятидесяти тысяч экземпляров каждый, что сделало Green Day самой успешной из действующих коллективов лейбла. Их растущая популярность впечатляла и вызывала удивление у представителей A&R крупных лейблов, таких как Geffen и Warner Bros. Это и побудило трио нанять Cahn-Man — нужно было подстегнуть интерес к группе и найти для нее более подходящий дом, чем Lookout.

Ливермор опасался, что группа не готова к шумному успеху. В свои сорок пять лет он был на целое поколение старше участников Green Day и боялся, что молодая группа будет съедена заживо музыкальной индустрией без отеческой поддержки Lookout. Присутствовал и эгоизм: он беспокоился о том, что его студия понесет огромный финансовый ущерб из-за потери своей самой продаваемой группы. Но он не был их отцом, и Lookout не владел ими, поэтому все, что он мог сделать, когда они приняли решение, это пожелать им всего наилучшего.

В офисе было всего три стула, поэтому Ливермор с Каном и Зальцманом сели, в то время как все остальные неловко присели на корточки или прислонились к стене, наблюдая, как взрослые ведут дела. У Ливермора никогда не было официальных контрактов. Большинство его соглашений с группами Lookout основывались на дружеских рукопожатиях. Но в случае с Green Day он имел дело с двумя альбомами, продававшимися тысячами экземпляров в месяц, поэтому он решил, что лучше будет получить что-то в письменном виде. Он достал контракт, составленный им самим, и положил его на стол, который представлял собой просто деревянную дверь, подпертую канцелярскими шкафами. Документ насчитывал не более двух страниц с кратким изложением основных условий ухода.

Соглашение предусматривало, что и *39/Smooth*, и *Kerplunk* навсегда останутся исключительно на Lookout Records. Независимо от того, где Green Day окажутся в будущем, эти два альбома будут всегда принадлежать независимой студии, давшей им жизнь, при условии, что

Lookout будет вовремя выплачивать авторские отчисления. Но самым важным пунктом соглашения, по мнению Ливермора, был последний, который гласил:

«Lookout Records и Green Day соглашаются всегда относиться друг к другу с уважением и открытостью и признают, что хотя это соглашение содержит конкретные рекомендации относительно того, чего ожидать друг от друга, самый надежный контракт — это тот, который основан на доверии и дружбе».

Кан и Зальцман немного посмеялись над этой фразой, но Ливермор не понял, что здесь смешного. Что касается участников группы, то они, особо не задумываясь, поставили свои подписи, и рядом со своей Армстронг нарисовал маленький усилитель.

«Я очень надеюсь, что вы понимаете, что делаете», — сказал Ливермор Армстронгу, когда они пожимали друг другу руки.

«Не волнуйся, — заверил его лидер группы. — У нас все будет отлично».

Потом группа и их менеджеры покинули офис и вернулись на улицы Беркли. Так Green Day расстались с Lookout Records и вышли в мир.

\$ \$ \$

В 1980-х годах Ларри Ливермор переехал в домик с солнечными панелями в сообществе Спай-Рок, отдаленном районе в четырех часах езды к северу от Сан-Франциско в горах Мендосино. Обитатели Спай-Рок жили без всяких удобств за счет того, что росло на их земле. Ливермор целыми днями писал статьи для небольшого издания, журнала *Lookout*, и раздражал соседей громкой игрой на гитаре.

Хотя Спай-Рок объединял многих художников, музыкантов и хиппи, большинство из них были преданными поклонниками Grateful Dead и не интересовались той музыкой, которую хотел играть Ливермор, а именно панк-роком. «Никто старше шестнадцати лет не собирался играть там панк-рок, — говорит он. — Все они считали меня полным придурком». Не имея возможности найти товарищей по группе своего возраста, Ливермор сделал музыкантов из пары местных ребят. Он обучил Кейна Ханшке, четырнадцатилетнего сына своего друга, основам игры на бас-гитаре. Что касается барабанщиков, Ливермор был готов взять любого, кто мог держать в руках пару палочек.

«Я тогда еще не осознавал, насколько важны барабанщики, — говорит он. — Я думал, что они просто какие-то хулиганы, сумасшедшие, которые барабанят по всему подряд. Поэтому я стал искать того,