

Жером Каган

КОНДЕ НАСТ

.....

Жизнь, успех
и трагедия
создателя
империи глянца

ОДРИ

МЕЧТА В КАЖДОЙ КНИГЕ

Москва

УДК 070(73)
ББК 76.0
К12

Jérôme Kagan
CONDÉ NAST. LA FABRIQUE DU CHIC

© Segulier, 2022 Published by arrangement with Lester Literary Agency & Associates

Верстка и дизайн обложки *Ирина Картвелишвили*

Каган, Жером.

К12 Конде Наст. Жизнь, успех и трагедия создателя империи глянца / Жером Каган ; [перевод с французского И. Ю. Наумовой]. — Москва : Эксмо, 2025. — 352 с. — (Мода. TRUESTORY).

ISBN 978-5-04-200795-8

Журналист Жером Каган провел выдающееся исследование, чтобы рассказать не только об истории успеха, трудностей и провалов Конде Наста, создателя крупнейшей модной медиаимперии Condé Nast, но и его личную историю, полную потерь и разочарований. Книга содержит архивные материалы, дающие читателям возможность увидеть, какими были Конде Наст, его жена Кларисса, главный редактор Vogue Эдна Вулмен Чейз, а также вечный соперник Уильям Херст и другие значимые персоны.

Отношение Конде Наста к женщинам и новый женский идеал, который смогли сформировать его журналы, воплощают Мадлен, Сюзанна и Жермена — сотрудницы редакции Vogue Paris. Их голоса сопровождают эту историю, раскрывая закулисную жизнь глянцевого империи.

УДК 070(73)
ББК 76.0

ISBN 978-5-04-200795-8

© Наумова И., перевод на русский язык, 2025
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

Он приехал!	9
Утрачено при переводе	12
О том, как важно быть снобом	14
Империя издательства <i>Condé Nast</i>	18
Журнал <i>Vogue</i>	21
Колыбель Конде Наста	25
Вечная красота	28
Достопочтенный Уорт	30
Мода должна быть практичной, или ее не будет	32
Кюре в компании иезуитов	35
Молодая, стройная и красивая	39
Серьезный молодой человек	42
Первые шаги в прессе	45
Удачная партия	50
Их глаза встретились	53
Кто хочет, пусть отстает от моды	57
Плоды любви	62
Один стежок	65
Кларисса в Париже	67
Призрак отца	72
Все известно на Монпарнасе	77
«Небольшой еженедельный журнал»	80
Первоначальный вариант журнала <i>Vogue</i>	83
Новая эра	87
Не сразу дело делается	90
Париж — это не Нью-Йорк, и наоборот	92
Мы — женщины	95
Расти, но не разбухать	97

<i>Dress и Vanity Fair</i>	100
Суета сует	105
Ниспосланный свыше Кроуниншильд	108
Праздник моды	112
Враг, притаившийся в тени	118
Все в убежище!	121
Фальшивая нота и неверный шаг	122
Американец в Париже	127
Фогель, или Дух новизны	131
<i>L'illustration de modes</i>	136
Черные шелковые чулки и белые перчатки	139
Мастер фотографии	143
Новое начинание	146
«Мое глубочайшее почтение»	149
Луи против Конде	152
Шанко и Доди	157
Все средства хороши	161
Капитан	164
Головокружение от роскоши и золоченых зеркал	169
С Кроуни жить веселее	172
Великий Гэтсби	175
Кармел Уайт, или Восходящая звезда	180
Уход Клариссы	183
Лондон под дождем	186
Вы говорите по-немецки?	188
Этот загадочный Филипп Орtiz	193
На Елисейских Полях	198
Нет никого главнее фотографа	200
Светлая голова	203
Царь Мидас	205
Снова влюблен	208
Дом № 50 на авеню Монтеня	214
Склонность к риску	218
Конец партии	221

Последствия кризиса	224
Старательный доктор Ага	228
Индекс Доу Джонса	231
Все налаживается... но плохо	235
Ни дружбы, ни уважения	239
Светлое пятно в океане грязи	245
Лорд Кэмроуз	249
Коко	253
Эволюция фотографа	258
«До кончиков ногтей»	262
Иллюзия мечты	267
Малыш	270
Слияние	274
Настенные часы, гномы и канарейки	276
Смотреть, а не читать	280
Моя самая красивая история любви — это вы!	283
Ссора иллюстраторов	286
Свадьба века	293
«Та итальянская художница, которая шьет платья»	297
За подписью «Н.»	302
Битон при ближайшем рассмотрении	306
Последний всплеск	310
Возвращение жестких мер	314
Последний гудок перед отплытием	317
«Враг общества № 1»	319
Журнал <i>Vogue</i> во время войны	327
«Очень тяжелое бремя»	332
Король умер, да здравствует король!	337
Избранная библиография	342

ОН ПРИЕХАЛ!

Бульвар Капуцинок никогда не казался ей таким длинным. Что за идея выбрать это свободное платье, давящее всей своей тяжестью на плечи! А теперь вдобавок к ледяному в этот июньский месяц ветру пошел дождь. К счастью, Мадлен никогда не расстается с зонтиком в форме колокола, великолепным двухцветным сокровищем, воплощением элегантности, купленным втридорога в магазине *Wilson*, самом маленьком, но также самом шикарном специализированном магазине на улице Дюфо. Еще несколько осторожных шагов по мокрому тротуару, и вот она добралась до дома № 2 на улице Эдуарда VII. В просторном холле слышится голос, словно желая затормозить ее бег:

- Здравствуйте, мадемуазель Мадлен.
- Здравствуйте, Жермена. Он приехал?
- Но только восемь часов, вы не подумали об этом!
- Да нет, не месье Ортиз... Я говорю о печатнике!

Нет времени дожидаться ответа. Мадлен пробирается по коридорам и мелкими шажками подходит к офису редакции. До нее уже доносятся отдаленные звуки экзальтированных восклицаний, исходящие от ее коллег. Несмотря на все усилия, предпринятые ею для того, чтобы прийти пораньше, другие явно опередили ее. Полдюжины сотрудников действительно на месте и, стоя иногда даже на цыпочках, окружают кресло месье Жана, шефа редакционной службы, который с подчеркнутой важностью одну за одной переворачивает страницы самого первого французского номера журнала *Vogue* от 15 июня 1920 г. Восхищенные взгляды, просветленные лица:

- Он великолепен!
- Как прекрасно мы поработали...

- А как выглядит!
- Никогда не видела такой роскошной бумаги...
- По четыре франка за номер, ты же не хотела, чтобы его печатали на промокательной бумаге!
- Вы когда-нибудь видели более роскошную верстку?
- Взгляните на качество печати!
- А какой элегантный шрифт...
- Надеюсь, что это понравится французским читательницам...
- А я думаю, что и рекламодателям, которые оказали нам доверие.
- Я особенно надеюсь на то, что это понравится большому боссу!

Как объяснили Мадлен, когда она нанималась на работу в редакцию, если на самом деле издательством *Condé Nast* в Париже руководит месье Филипп Ортиз, настоящим дирижером, который по телеграфу решает как важные вопросы, так и обсуждает самые мелкие детали, остается живущий по другую сторону Атлантики месье Конде Наст. Мадлен, которая никогда не бывала в Нью-Йорке, все-таки достаточно знает английский язык для того, чтобы понять слово «pasty» на языке Шекспира, или, скажем, скорее на языке Марка Твена, которое означает «злобный, неприятный». Так же в первое время она представляла месье Наста — мрачным низкорослым человеком с крючковатым носом и заостренными клыками. А когда Жермена, с влажными от эмоций глазами, сунула ей под нос портрет настоящего Конде Монтроза Наста, ей поневоле пришлось признать, что воображение на самом деле подвело ее... «Большой босс похож на кюре!» — тут же заявила Мадлен. «Кюре в пенсне!» — добавила она, в полном отчаянии стоя перед Жерменой.

И большая фотография, приколотая к стене в кабинете месье Ортиза, отнюдь не противоречила этому первому впечатлению. На ней можно было увидеть мужчину лет пятидесяти — если точнее, то 47 лет, поправляет Жермена, так как он родился в 1873 г. —

с прекрасным телосложением — его рост составлял 173 см, — застывшего в напряженной позе и одетого в элегантный темный костюм и идеально подогнанную рубашку. На кончике тонкого, с легкой горбинкой носа — очки в металлической оправе, с которыми издатель, кажется, никогда не расстается. Волосы зачесаны назад, никаких следов бесхарактерности или мелочности на отмеченном благородством и строгостью лице. На сжатых губах — намек очень робкой улыбки. Если только это не выражение легкой неловкости, вроде смущения...

— К чему бы большому боссу «смущаться», как вы говорите, мадемуазель Мадлен? Он богач и миллионер, а его издания известны даже в Тонкине!

— Мне бы очень хотелось узнать об этом...

УТРАЧЕНО ПРИ ПЕРЕВОДЕ

В комнате, которую она занимает в глубине квартиры, где проживает ее семья, Мадлен без устали снова и снова перелистывает страницы первого французского выпуска. Издатель *Vogue* был прав, когда взял в качестве его девиза выражение, повторяющееся под логотипом, — «Самый роскошный и самый элегантный журнал, который только можно себе представить». Хотя Франция не дождалась Америки, чтобы придумать журналы, предназначенные для женщин (самые первые увидели свет в XVII веке), нужно тем не менее признать, что впервые здесь выпускают для них такой дорогостоящий журнал: 80 франков за 24 номера в год, тогда как годовая подписка на еженедельник *Le Petit Écho de la mode* обойдется в 14, а за 54 франка вы будете ежедневно получать *Le Figaro*! Отсюда всего шаг до того, чтобы к женской читательской аудитории начали относиться серьезно. Что касается содержания журнала, то мать Мадлен выражается значительно сдержаннее: «Мое бедное дитя, чтобы понять все это, нужно жить в Америке!»

И правда, как об этом весьма ясно заявляет передовица, открывающая номер от 15 июня 1920 г., «французское издание, по меньшей мере на данный момент, полностью повторяет американский выпуск». Вплоть до того, что обложка, задуманная американской художницей Хелен Драйден, та же, что у нью-йоркского издания. И далее: «Наше единственное притязание состоит в том, чтобы предложить адаптацию, если даже не сказать перевод американской версии *Vogue*». Это объясняет, почему в рубрике «В мире» на первом плане оказываются миссис Маршалл Филд из Чикаго либо леди Дорин Натчбулл англо-ирландского происхождения. По той же причине в разделе «Интерьеры» восхваляется «дом мистера У. Бакстера» и георгианский стиль Новой Англии. Короче говоря,

Vogue, который начинает говорить по-французски, пока еще далек от того, чтобы обратиться к сердцам француженок. Делая ловкий ход, издатель, однако, подчеркивает, что мода создается в Париже и что, следовательно, хотя журнал задуман в Соединенных Штатах Америки, он сумеет пробудить интерес читательниц Старого Света.

В 1920 г. никому не пришло бы в голову оспаривать первенство Франции в области моды. А пока никто не доказал обратного, то Мадлен Вионне, сестры Калло или же Поль Пуаре родились не в Америке. Что до злых языков, видимо, желающих вспомнить о том, что Чарльз Фредерик Уорт, отец высокой моды, был родом из Линкольншира, что в Соединенном Королевстве, то французы тут же ответят им: человек, открывший самый первый модный дом на улице Мира, покинул свою страну в возрасте 20 лет и предпочел быть похороненным во Франции! Если туман — лондонский, практическая сметка — американская, то мода в глазах всего мира — французская.

Когда Мадлен зовут к столу, она замечает, что ни на одной из 60 страниц первого номера ни разу не упоминается имя Наста. То, что президент издательского дома не поставил своей подписи под передовицей первого номера, уже любопытно, но то, что на страницах возглавляемого им журнала не фигурируют ни его имя, ни биография, ни фотография, кажется очень странным. Не говорит ли это об отсутствии интереса с его стороны? Если бы Жермена услышала подобные сомнения, она наверняка встала бы на защиту того, в кого втайне влюблена. А пока, с учетом того, что она ощутила, глядя на фотографию мистера Наста в доме на улице Эдуарда VII, Мадлен скорее склоняется к тому, чтобы держать язык за зубами. Ведь понятно, что речь идет лишь о впечатлении, и она очень рассчитывает на встречу с директором парижского бюро Филиппом Ортизом, чтобы все выяснить. И вновь с другого конца коридора ей напоминают о том, что ужин подан. Французская гастрономия важнее моды и Америки...

О ТОМ, КАК ВАЖНО БЫТЬ СНОБОМ

«Не будем почивать на лаврах», — сразу предупредил месье Жан. В последующие после выхода первого французского номера *Vogue* дни маленькая команда с улицы Эдуарда VII не знает ни минуты покоя. Нужно контролировать правильное распространение журнала среди торговцев, обслуживать подписчиков (компания располагает небольшим списком первых подписчиков, мгновенно доверившихся проекту), направлять рекламодателям подтверждения о публикации, а также обеспечивать привлечение новых клиентов, то есть вербовать новых читателей, которые останутся верны журналу. Для этого американское предприятие весьма разумно, еще до 1914 г., завязало партнерские связи с французскими издателями. Два раза в месяц *Vogue* вынуждает Мадлен и ее коллег работать без передышки. Разумеется, материалы готовятся в Нью-Йорке, но нужно обеспечить перевод, проверить графическое оформление и верстку, адаптировать «железную дорогу» (то есть развертку журнала от первой до последней страницы) в зависимости от рекламных площадей, продаваемых во Франции. Короче, как говорит месье Жан, «у нас куча дел».

Мадлен бросает взгляд на программу праздничных мероприятий, намеченных на 14 июля. В следующем номере, который выйдет 1 июля 1920 г., всего две статьи изначально написаны на французском языке. Одна из них, принадлежащая перу Роже Буте де Монвеля, называется «Париж в 1920 г.», в ней автор на нескольких страницах оплакивает деградацию моды и распущенность, вызванную отказом парижан от хороших манер после войны. Он сетует на то, что мужчины прогуливаются в «мягких шляпах и дорожных пальто», тогда как в Лесу (естественно, в Булонском лесу) амазонки, разодетые, как «дрессированные со-

бачки», «садутся в седло по-мужски»! Но хотя журнал желает выглядеть хранителем традиций и хорошего вкуса, он не пренебрегает современностью. Доказательством тому служит статья под смелым названием «Мадам, аэроплан подан!», рассказывающая обо всем, что связано с необыкновенными ощущениями полета... и о нарядах, соответствующих этому новому транспортному средству, которому предрекают скорую победу в конкурентной борьбе с автомобилем.

Мадлен, которой никогда не выпадало счастье подняться над просторами своей страны, с жадностью читает текст, гранки с которым она должна исправить: «Для того чтобы полететь, — узнает она, — нужно надеть специальный плотный и подбитый мехом шведский костюм со шлемом, оснащенным забралом наподобие средневекового». И подумать только, что она инстинктивно выбрала бы легкую фланель, чтобы не расплавиться, как Икар под лучами солнца! Она продолжает читать: «Также, чтобы избежать затруднений и необходимости копать в многочисленных карманах, для женщины в полете предусмотрен в перчатке кармашек для носового платка». А тем, кто мог бы подумать, что подобного рода статьи обращены к весьма немногочисленной группе богатых людей, *Vogue*, желая их успокоить, отвечает, что «существуют аэропланы на всякий кошелек, начиная с маленького и очень практичного *J.N*, который стоит 2 000 долларов, и заканчивая *Aigle*, стоящего 40 000 долларов». Мадлен гримасничает. Ей известно, что для покупки самой дешевой машины во Франции нужно заплатить сумму, эквивалентную 400 долларов... Несмотря на рубрику «Мода на любой кошелек», *Vogue* определенно является элитарным изданием.

Такие тексты, как в этом номере, посвященные «шикарным костюмам для пассажирского лайнера» или поездкам «на автомобиле от Серебряного до Лазурного берега», либо статья под названием «Три недели в Марокко» не могут убедить в обратном. Но неважно, накануне сезона отпусков нашему секретарю редакции хочется помечтать, признается она, и очень приятно путешество-

вать по миру на самолете, в машине или на борту пассажирского судна, даже не вставая со стула.

Но тут ее коллега Сюзанна прерывает ее занятия. Один ювелир только что зарезервировал в текущем номере место на целую страницу, желая расхвалить качество своих коле из искусственного жемчуга! В редакции завязывается спор, в котором пуристы противостоят модернистам. Одни предпочли бы лучше «ходить в лохмотьях», чем носить поддельные драгоценности. Другие полагают, что хорошо сделанная копия лучше, чем вышедшее из моды кольцо... И снова месье Жан приводит всех к согласию: «Дамы, мы рассчитываем на 56 страниц. При этих условиях и с учетом расходов на печать ни одна реклама не будет лишней. Впрочем, я воспользуюсь ситуацией, чтобы с этого самого момента указать вам, для пользы дела, что один рекламодатель обещает нам врезку для крема *Ganesh Cream*, обеспечивающего нежный цвет лица, тогда как другой обязуется выкупить страницу для перманентной завивки. Разумеется, никто не заставляет вас приходить в бюро намазанными кремом или делать *permanent wave* (перманент), как говорят по ту сторону Атлантики, где, как вам известно, мода доводит до иступления ...»

Вопреки новому увлечению Соединенными Штатами Америки после окончания первого мирового конфликта, многие сотрудницы сожалеют о том, что все это выглядит «так по-американски»... Слава богу, модели, представленные в *Vogue*, вполне французские, так же как и большинство художников, сотрудничающих с журналом: фотографией занимается барон Адольф де Мейер (трудно представить, что человек с таким именем, урожденный парижанин, только что получил американское гражданство), иллюстрациями — Роже Буте де Монвель или Поль Ириб, не говоря уже о том, кому Нью-Йорк доверил создание обложки для следующего номера — Жоржу Лепалу! Что касается призыва к доносам, обещающего признательность и вознаграждение для читательниц журнала, не жалеющих своего времени для того, чтобы сообщить редакции о незаконной перепечатке текстов, фотографий или иллюстраций, опубликованных в *Vogue*, другими периодическими изданиями, то

Мадлен считает их противоречащими французской этике. И задается вопросом, подчиняются ли британцы, которые начиная с 1916 г. располагают своей версией *Vogue*, такому же диктату со стороны Нью-Йорка...

Вторжение Жермены в ее кабинет резко прерывает ее размышления. По правде говоря, ничего необычного: в редакции и дня не проходит без того, чтобы молодая женщина с говорком, типичным для парижского предместья, не сообщила о чьей-то кончине, несчастном случае или угрозе. Жермена, страстно увлеченная прессой вообще и сенсационными рубриками в частности, знает все о текущих событиях и о конкуренции. Вчера она прямо здесь, не без драматического таланта, вещала о смерти великой Режан, единственной драматической актрисы, которая наряду с Дузе могла соперничать с Сарой Бернар. Сегодня утром она передавала последние сплетни по делу Ландрю, которому приписывали не менее 283 невест!

У раздираемой между очарованностью и страхом Жермены, которая с тех пор, как ей исполнилось 25 лет, томится от одиночества, дрожит голос. Момент после полудня кажется еще более серьезным. Жермена в этом уверена: «Мы пропали!» Причина? Вышел в свет новый модный журнал под названием *Le Goût du jour* с великолепной трафаретной печатью. Первый номер, появившийся 20 июня 1920 г., безусловно, тонкий, но безумно роскошный и многообещающий. Что это за змей такой, этот Франсуа Бернуар, самозванный издатель, позволивший себе бросить тень на ее дорогого Конде Наста?