

LBRIS

We know  
books

Nina-Sophia Miralles

# GLOSSY

CULISELE REVISTEI VOGUE



# LBRIS

We know  
books

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

MIRALLES, NINA-SOPHIA

**Glossy : culisele revistei Vogue** / Nina-Sophia Miralles.

- București : RAO Distribuție, 2021

Conține bibliografie

ISBN 978-606-006-660-6

070

*Lui Rui, cu dragoste,  
pentru că m-a adus la linia de sosire*

RAO Distribuție

Str. Bărgăului nr. 9-11, București, România

[www.raobooks.com](http://www.raobooks.com)

[www.rao.ro](http://www.rao.ro)

NINA-SOPHIA MIRALLES

*Glossy. The inside story of Vogue*

Copyright © Nina-Sophia Miralles 2021

Toate drepturile rezervate

*Glossy. Culisele revistei Vogue*

© RAO Distribuție, 2021

Pentru versiunea în limba română

Traducere din limba engleză

Maria Adam prin LINGUA CONNEXION

2021

ISBN 978-606-006-660-6

## CUPRINS

|   |    |
|---|----|
| Introducere .....   | 19 |
| <b>CAPITOLUL 1: <i>A fost odată ca niciodată în vechiul New York...</i></b> ..... | 23 |
| Începuturile revistei <i>Vogue</i> ca gazetă autohtonă .....                      | 23 |
| Gentlemanul fondator .....  | 23 |
| Bani vechi vs bani noi .....  | 27 |
| Din culisele primelor ediții .....  | 30 |
| <b>CAPITOLUL 2: <i>Actul doi</i></b> .....  | 38 |
| Sosirea lui Condé Nast: Construirea unui imperiu publicistic .....                | 38 |
| Apariția Omului Invizibil .....   | 38 |
| <i>Vogue</i> 2.0 .....  | 43 |
| Marele Gatsby cel adevărat .....  | 51 |
| <b>CAPITOLUL 3: <i>Consolidarea Condé Nast</i></b> .....                          | 53 |
| Extinderea, ediția britanică, Primul Război Mondial .....                         | 53 |
| Nașterea ediției britanice .....  | 53 |
| Dezvoltarea paradelor de modă .....   | 58 |
| Firma se mărește .....  | 63 |
| <b>CAPITOLUL 4: <i>Redactorul „mizerabil“</i></b> .....                           | 68 |
| Subculturi sexuale .....  | 68 |
| O nouă femeie pentru femei noi .....  | 68 |
| <i>Vogue</i> flutură steagul homosexualității .....                               | 73 |
| Înapoi la „normal“ .....  | 77 |

|   |     |
|---|-----|
| CAPITOLUL 5: <i>Obstacole pretutindeni</i> .....              | 81  |
| Greva generală și Marea Criză Economică .....                 | 81  |
| Vremuri grele la Londra .....                                 | 81  |
| Vremuri și mai grele la New York .....                        | 87  |
| CAPITOLUL 6: <i>Frog</i> .....                                | 92  |
| Lansarea ediției franceze în capitala modei .....             | 92  |
| O afacere de familie .....                                    | 92  |
| Editori, artiști, fotografi, modele .....                     | 95  |
| CAPITOLUL 7: <i>Moda este indestructibilă</i> .....           | 105 |
| Al Doilea Război Mondial .....                                | 105 |
| Declararea războiului .....                                   | 105 |
| Stoicismul britanic în timpul bombardamentelor .....          | 108 |
| Salvarea ediției franceze Vogue de naziști .....              | 117 |
| Moartea lui Condé Nast și sfârșitul războiului .....          | 121 |
| CAPITOLUL 8: <i>Anii puternici</i> .....                      | 128 |
| Vogue devine mai mare, mai puternică și mai sofisticată ..... | 128 |
| „O nouă imagine“; noul Vogue; stiluri noi de viață .....      | 128 |
| Noi proprietari: Familia Newhouse .....                       | 141 |
| CAPITOLUL 9: <i>Cutremurul tinerilor</i> .....                | 148 |
| Scandal la Paris, Swinging Sixties la Londra .....            | 148 |
| Rasismul în Franța postbelică .....                           | 148 |
| Editarea în Marea Britanie postbelică .....                   | 151 |
| Tineretea în plin avânt .....                                 | 157 |
| Chestiuni de clasă .....                                      | 163 |
| CAPITOLUL 10: <i>Distracție scumpă</i> .....                  | 167 |
| Trădări și afaceri importante .....                           | 167 |
| Lumea fantastică a Dianei Vreeland .....                      | 167 |

|  |     |
|--|-----|
| Aventurile lui Alex Liberman ca linguișitor .....              | 170 |
| Anii bej ai lui Grace Mirabella .....                          | 175 |
| CAPITOLUL 11: <i>Vine Wintour</i> .....                        | 182 |
| Primii ani ai unei legende .....                               | 182 |
| Anna Wintour și ediția britanică a Vogue .....                 | 182 |
| Anna Wintour și ediția americană a Vogue .....                 | 189 |
| CAPITOLUL 12: <i>Să mori pentru o rochie</i> .....             | 195 |
| Politica din modă și politica demodată .....                   | 195 |
| Fotografi la Paris: artă și erotism .....                      | 195 |
| Agitație la Paris: rasism și spiritualitate .....              | 198 |
| Ultima picătură: Mandela în ediția franceză a Vogue .....      | 204 |
| CAPITOLUL 13: <i>Obraznicii Condé</i> .....                    | 209 |
| Ascensiunea editorilor celebri .....                           | 209 |
| „Atomica Wintour“ vs „Liz de un milion de dolari“ .....        | 209 |
| Competiția în presa glossy .....                               | 217 |
| CAPITOLUL 14: <i>Dependenți de Vogue</i> .....                 | 224 |
| O poveste moralizatoare la Condé Nast .....                    | 224 |
| O americană la Vogue Paris .....                               | 224 |
| Scandaluri care au zdruncinat lumea modei .....                | 229 |
| CAPITOLUL 15: <i>Mingea digitală cu efect</i> .....            | 239 |
| Frământări, restructurări, francize .....                      | 239 |
| Presa glossy și internetul .....                               | 239 |
| Vogue își sporește vizibilitatea și intră în politică .....    | 246 |
| CAPITOLUL 16: <i>De la „șic porno“ la „șic parizian“</i> ..... | 252 |
| Vânzarea stereotipurilor .....                                 | 252 |
| Anii 2000: Sfidarea standardelor de frumusețe .....            | 252 |
| Anii 2010: Impunerea standardelor de moralitate .....          | 264 |

|   |     |
|---|-----|
| CAPITOLUL 17: „Vogue va fi întotdeauna Vogue“ .....     | 271 |
| Momentul actual și ceea ce urmează .....                | 271 |
| De la Shulman la Enniful .....                          | 271 |
| Consecințele tulburărilor digitale .....                | 286 |
| Prezicerea viitorului pentru revista <i>Vogue</i> ..... | 290 |
| Note .....  | 299 |
| Bibliografie selectivă .....                            | 341 |
| Mulțumiri .....   | 343 |

REDACTORI-ȘEFI AI VOGUE,  
EDIȚIA AMERICANĂ

---

Josephine Redding: 1892-1901

Marie Harrison: 1901-1914

Edna Woolman Chase: 1914-1952

Jessica Daves: 1952-1962

Diana Vreeland: 1963-1971

Grace Mirabella: 1971-1988

Anna Wintour: 1988-prezent

## CAPITOLUL 1

*A fost odată ca niciodată în vechiul New York...*

Începuturile revistei *Vogue* ca gazetă autohtonă

**Gentlemanul fondator**

Cele mai bune povești tind să se bazeze pe o zână bună, cu o baghetă magică, însă în viața reală un părinte bine plasat poate să rezolve problema. Acest lucru este adevărat mai ales în Statele Unite ale Americii, unde oamenilor le place să-și construiască norocul cu mâna lor. Era iarnă în New York și zăpada începea să acopere zgârie-norii din oțel; abia începuseră să se înalțe în anii 1880. Magazinele nou-nouțe ca Macy's pregăteau vitrine rafinate pentru Crăciun, ca să-și atragă clienții. Fabricile din suburbii fume-gau întruna, exporturile americane fugeau din port. Locul căruia aveam să-i spunem mai târziu *Orașul care nu doarme niciodată* dlocotea deja de acțiune. La fel și Arthur Turnure. Se pregătea să o prezinte pe fiica lui în societate și *Vogue*, după cum o botezase, întruchipa calitățile debutantei perfecte. Era frumoasă, elocventă și informată.

În Manhattan, doamnele și domnii din înalta societate abia așteptau să o primească în casele lor, să o prezinte vecinilor și să

vădă ce avea de spus în favoarea ei mica frumusețe distinsă. Cei născuți într-o lume privilegiată sunt deseori bine poziționați pentru succes și *Vogue* nu era cu nimic diferită, căci avantajele ei în viață se datorau tatălui ei aristocrat. Turnure era un gentleman cu relații foarte bune în oraș, fermecător, impunător, entuziast și cosmopolit – și nerăbdarea orașului de a o cunoaște pe *Vogue* se datora în special popularității lui. Chiar și cotidienele, conștiente de rumoarea din jur, vesteau apropierea evenimentului. „Una dintre principalele debutante ale săptămânii va fi *Vogue*, care va fi prezentată sâmbăta viitoare sub patronajul lui Arthur Turnure”,<sup>1</sup> declara un buletin de știri. New Yorkul își ținea respirația.

Prima ediție *Vogue* a ajuns la chioșcurile din America pe 17 decembrie 1892. Având prețul de zece cenți și afișând, cum era normal, o debutantă pe coperta ilustrată de A.B. Wenzel și tipărită în alb-negru, ediția inaugurală încă arată elegant. Un zâmbet sfios dar șovăielnic apare pe fața debutantei, care ține într-o mână un buchet cu flori, iar cu cealaltă ridică tivul rochiei. Are umerii înclinați și ține un picior în față, ca și cum ar fi fost surprinsă pășind. Are o talie minusculă, decolteul generos, corsetul negru echilibrat de volanele de dantelă ce-i înconjoară linia gâtului. Mânele sunt bufante și cu funde la capete, mânușile sunt lungi, în stilul rochiei de seară, și în jurul ei zboară un stol de fluturi. Deasupra ei, în partea de sus a copertei, cuvântul VOGUE e scris pe o pancartă împodobită. De o parte și de alta, se află câte o muză antică, una reprezentând armonia și frumusețea, cealaltă tradiția literară, însoțite de coloane grecești și o încrângătură de flori albe.

În scrisoarea de lansare a lui Turnure pentru cititori, se putea citi așa:

Scopul precis [al acestui demers] este întemeierea unui jurnal demn și autentic al societății, modei și laturii ceremoniale a vieții.<sup>2</sup>

Acestea sunt legile care au guvernat fără îndoială revista *Vogue* de atunci. Dragostea pentru frumusețe, strălucirea și stilul sunt clare, însă proclamația lui Turnure înseamnă mai mult de atât. Scriind cronică vieții din înalta societate, despre rochiile și balurile acesteia, Turnure trebuie să fi crezut – destul de corect – că publicul larg își va dori să citească și despre ce se întâmpla în elitele New Yorkului. Ca unul dintre puținii publiciști care aparțineau straturilor luxoase ale societății, era bine plasat pentru a dobândi informații din culise. Nu degeaba avea să fie numită revista *Vogue* drept „scrisă de cei bogați pentru cei bogați”<sup>3</sup>.

Arthur Baldwin Turnure, născut în 1857, era newyorkez sadea. Descendent al coloniștilor olandezi originali din oraș (cunoscuți drept Knickerbockers), Turnure aparținea elitei formate din acele familii care cumpăraseră porțiuni vaste din Manhattan și Newport, apoi se așezaseră pe averea lor și o urmăriseră cum se înmulțea de-a lungul generațiilor. Era un bărbat cu poziția ideală pentru a lansa revista în lumea mondenă. Ca unic fiu al unei familii cu averi vechi, Arthur Turnure a urmat traseul prestabilit către Ivy League. A absolvit Princeton în 1876 și a practicat dreptul cam cu indiferență, înainte de a renunța la el pentru a-și urmări adevăratele pasiuni: tipografia, activitatea editorială și imprimăria. O vreme, a fost directorul artistic la Harper & Brothers (acum HarperCollins) înainte de a alege să meargă pe cont propriu, prin lansarea a două reviste de artă cu ilustrații bogate și fondarea Clubului Grolier New York alături de opt prieteni, club care îi aprovizionează și în ziua de azi pe bibliofili din America. Nu e de mirare că Turnure a devenit cunoscut cu porecla foarte potrivită „absolvent de Princeton nebun după tipărituri”<sup>4</sup>. Până pe la treizeci și cinci de ani își încercase norocul cu un număr de publicații diverse, unele de succes, altele mai puțin. Însă zenitul încă nu apăruse. Puțini și-ar fi putut imagina că următorul său proiect avea să devină nu doar o biblie internațională a modei, ci și o renumită revistă a istoriei.

Turnure avea toate neajunsurile unui gentleman adevărat. Fotografiiile arată un bărbat îndesat, cu pieptul bombat și maxilarul pătrat, chiar dacă, datorită atitudinii lui fermecătoare, mulți îl considerau atrăgător. Era un bărbat sociabil, căruia îi plăcea distracția și își asuma riscuri financiare – o combinație pe care unii ar numi-o periculoasă și una care, în mod sigur, avea să-i bântuie familia după moartea lui.

Asta nu înseamnă că totul la Turnure se reducea la drepturile lui și la trândăvie. Deși era un elitist convins, disprețuia limbajul grosier, iar relatările care au rezistat în timp îi evidențiază galanteria. Susținător înfocat și vocal al drepturilor femeilor, credea în dreptul lor de vot, le-a susținut mișcarea și a avut grijă să le acorde întotdeauna slujbe bune la revistele lui. Într-adevăr, *Art Interchange* și *Vogue* au oferit un precedent pentru femeile care ocupau funcția de redactor. Femeile aveau rareori putere de decizie în fața angajărilor de sex masculin. În mod neobișnuit, angajatele lui Turner erau suficient de bine plătite, astfel încât să se poată întreține fără să aibă nevoie de un soț. Când una dintre angajate și-a părăsit soțul, a reușit să se întrețină pe ea și pe copilul ei și să angajeze și ajutoare cu salariul primit de la Turnure. Un lux extraordinar pentru anii 1900.

Turnure avea și o latură omenoasă. Odată, când Woolman Chase, o tânără angajată, era grav bolnavă, a încălcat toate convențiile aventurându-se în pensiunea dărăpănată unde locuia aceasta. Când proprietara a informat-o pe Woolman Chase că șeful ei era la parter, aceasta aproape a leșinat de spaimă, crezând că avea să fie concediată. În schimb, l-a găsit pe Turnure în salon, arătând șocat, cu un borcan de supă de casă pe genunchi. „Eu și soția mea ne-am gândit că ar fi mai hrănitoare decât ce plătești la pensiunea ta”<sup>5</sup>, a explicat el sfios. Deși pare un gest mărunț, era unul care sfida granițele extrem de stricte ale societății din New York.

## Bani vechi vs bani noi

Până în Epoca de Aur, vechii newyorkezi bogați deveniseră legați unii de alții prin legături de familie complexe. Trăiau îngheșuiți pe recenta Fifth Avenue, unde își construiau castele urbane și ocupau case de cărămidă despre care autoarea Edith Warton spunea că acoperă orașul New York ca sosul cald de ciocolată.<sup>6</sup> Însă lumea din jurul lor era în schimbare. Cu optsprezece ani înainte de nașterea revistei *Vogue*, s-a dat o petrecere care avea să rămână în istorie ca un semn rău. Evenimentul respectiv – numit mai târziu Balul Fanfaronilor – a fost o petrecere dansantă, elegantă la Delmonico's, cel mai căutat loc din oraș. Lista invitaților la bal includea persoane cu averi moștenite și noii îmbogățiți deopotrivă, o manevră neobișnuită, având în vedere că amestecarea celor două grupuri fusese până atunci un sacrilegiu. Habar nu aveau cei de la Delmonico's că această combinație îndrăzneată dintre nobilimea newyorkeză și obraznicii proaspăt îmbogățiți avea să stârnească un război social.

Newyorkezii cu tradiție au fost scârbiți să se trezească deodată dansând cadrulul cu Fanfaronii (porecla lor pentru posesorii de „bani noi”), pe care îi considerau niște ariviști fără rădăcini și fără drepturi în orașul New York. O doamnă importantă a mers atât de departe încât să profetească în chip sumbru că locul cuiva în societate nu avea să mai fie un drept dobândit prin naștere și urma să fie judecat în curând după numărul milioanelor de dolari.<sup>7</sup> S-a dovedit a fi o predicție vicleană, deoarece *nouveau riches* – acești magnați din Midwest, familiile Vanderbilt, Carnegie, Frick și Mellon – erau deseori mult, mult mai bogați și mai dinamici decât omologii lor cu averi moștenite, stăpânind asupra unor domenii atât de întinse, încât depășeau hotarele statelor, ajungând departe în inima Americii și dincolo de limitele imaginației. Acum, după ce dăduseră lovitura cu căile ferate și minele de oțel, năvăleau în

New York pentru a cuceri frontiera americană supremă – nu doar Manhattan, ci și stilul de viață monden. Cum în republica americană nu exista nobilime, era logic că averea unei familii avea să dicteze statutul social al acesteia. Fără instituțiile europene rigide stratificate, care să-i țină la distanță pe oportuniști, categoriile superioare erau vulnerabile la infiltrarea oricărui parvenit care dăduse lovitură. În anii de după Balul Fanfaronilor, neliniștile Vechilor Newyorkezi în privința noilor îmbogățiți au început să crească alarmant. Cineva trebuia să facă neapărat ceva, așa că *aceea* doamnă Astor a devenit gardianul autoproclamat al Vechiului New York, al obiceiurilor și al capriciilor acestuia.

Născută Caroline Webster Schermerhorn, doamna Astor era, la rândul ei, o moștenitoare multimilionară. După ce crescuse cinci copii, a început să caute ceva nou de făcut și a decis că adevărata ei chemare era să protejeze ierarhia consacrată în fața hoardelor clo-cotitoare de parveniți care se zbăteau să pătrundă. O femeie întunecată, puternică și bătaioasă, doamna Astor era deja trecută de patruzeci de ani și încă adopta severitatea solemnă victoriană. Provenind din două dintre cele mai importante familii din oraș, poziția ei în societate era garantată și promitea să fie un păzitor formidabil. În 1892, în același an în care s-a lansat *Vogue*, s-a anunțat în presă că în conacul din cărămidă al familiei Astor, de pe Fifth Avenue, nu încăpeau decât 400 de persoane în sala de bal. Această capacitate a încăperii însemna că toți cei invitați de extraordinara gazdă aveau să fie *crème de la crème* din New York. Ce modalitate mai bună de a-i ține pe nou-veniți la distanță decât să le închizi la propriu ușa în nas, la cele mai bune petreceri? În scurt timp, numărul a devenit o poreclă și cei Patru Sute au ajuns să simbolizeze limita celor pe care statu-quoul tradițional era pregătit să-i recunoască drept relevanți sub aspect social.

Un aliat al doamnei Astor era Arthur Turnure. El însuși aparținând acelor Patru Sute, era printre cei care căutau moduri de a

consolida stratificarea socială. „Declarația“ sa de deschidere din primul număr al revistei *Vogue* este plină de subînțeles, lingușindu-i pe Vechii Newyorkezi și făcând aluzie totodată la inferioritatea Fanfaronilor bogați și a nobilimii europene demodate:

Societatea americană se bucură de aprecierea de a fi cea mai progresistă din lume; cea mai benefică și cea mai folositoare. Discerne repede, primește repede și condamnă repede. Nu este întinată de o nobilime degradată și inflexibilă. Este, în cel mai înalt grad, o aristocrație fondată pe rațiune și dezvoltată conform unei ordini firești<sup>6</sup>.

Ajunge la o concluzie brutală adăugând, „forța motoare a revistei este ideea socială“<sup>9</sup>. A continuat să umple paginile cu articole, caracterizări și ilustrații cu prietenii lui din cei Patru Sute. Fanfaronii nu apăreau. Într-o anumită privință, își folosea abilitățile de editor pentru războiul de clasă, călcându-i pe Fanfaroni pe degete când încercau să urce pe scara socială, arătând din nou publicului cine conduce orașul cu adevărat.

Turnure i-a convins pe prietenii săi milionari din Manhattan să-l ajute să finanțeze *Vogue*. În 1892, erau 250 de nume pe lista originală a acționarilor, incluzându-i pe vechii titani din oraș precum Astor, Stuyvesant, Heckscher, Whitney, Van Rensselaer, Cuyler și Ronalds, care s-au unit ca să se asigure că *Vogue* se năștea sub o stea norocoasă. Au pus la cale și fondarea unei liste exclusive de abonați, care aveau să susțină reputația revistei în anii dificili din punct de vedere financiar.

S-ar putea spune că *Vogue* și-a început drumul ca un vehicul pentru o ceartă meschină dintre bogați și bogați. Sau că paginile erau pline de bârfe, iar proprietarul era un snob. Dar nu ar fi cinstit. Conceperea revistei este în egală măsură rezultatul impulsurilor pozitive și al facțiunilor aflate în conflict. *Vogue* a devenit pasiunea

lui Turnure, care aproape că și-a falimentat familia pentru ca aceasta să supraviețuiască. *Vogue* era și o revistă produsă de femei într-o epocă în care femeile nu ar fi trebuit să lucreze. Când *Vogue* a apărut la chioșcurile de ziare, nu a reprezentat doar o mângâiere a orgoliului acestui statu-quo, ci a fost o lectură veselă și încurajatoare pentru clasele de mijloc. Încă de la început, *Vogue* era o idee prea mare pentru a sluji un singur ideal. Orice altceva ar fi fost, viziunea, perspicacitatea, vitalitatea și îndrăzneala de oțel ale lui Turnure și ale primilor redactori au devenit simbolul personalului de astăzi al revistei.

Turbulențele determinate de diferențele de clasă, care au zguduit nou-născuta *Vogue*, arată exact cât de multe se petrec în spatele paginilor lucioase. Avea să fie întotdeauna o rețea complicată de relații, politici și sisteme de valori care trăgeau sforile invizibile din culise. Intrigile de la *Vogue* au toate caracteristicile unui bal Astor obișnuit: oameni strălucitori care poartă ținute diabolic de scumpe, elitiști, renumiți, invidiați și secretoși. Acum există o diferență esențială: toți suntem invitați. Și e timpul să ne scufundăm în paginile revistei.

### Din culisele primelor ediții

În privința cititorilor, nenumărați alți factori au contribuit la succesul timpuriu al revistei *Vogue*. Către sfârșitul secolului al XIX-lea, se produceau mari schimbări în America. Era o vreme a expansiunilor, a patriotismului în creștere și a industrializării în masă, deși nimic nu era atât de important ca noile averi care se acumulau. În ultimele trei decenii ale secolului, teritoriile nepopulate anterior s-au umplut în sfârșit, a apărut o clasă conducătoare și un șuvoi de „noi imigranți” aproape a coplesit continentul.

În acest peisaj foarte fertil, *Vogue*, ca multe alte publicații contemporane, avea o șansă decentă de a prospera. Însă câteva decizii

inteligente au scos-o încă de la început în evidență. În primul rând, deși publicul larg era un consumator tot mai mare de tipărituri, revistele lunare de calitate ca *Harper's* și *Scribner's* aveau prețuri care îi depășeau posibilitățile și erau redactate la un nivel peste puterea acestuia de înțelegere.<sup>10</sup> La cealaltă extremă, se aflau săptămânalele ieftine și literatura de consum, care erau prost realizate și amatoare de senzație.<sup>11</sup> Făcând din *Vogue* un jurnal săptămânal de bună calitate, Turnure și-a găsit publicul. Cu o singură revistă, a sedus două categorii sociale: cititorii din clasa de mijloc aveau să o cumpere ca să vadă în sfârșit ce făceau cei bogați și distinși, iar cei din clasa superioară, pentru ca să-și hrănească orgoliul.

Numele francez elegant i-a prins și ei bine publicației. Cuvântul străin „Vogue” nu numai că făcea aluzie la Europa sofisticată, însă sugerarea Parisului, capitala modei de lux, era irezistibilă. Într-un studiu despre cincizeci de reviste pentru femei, din secolul al XIX-lea, douăzeci și șapte foloseau cuvântul „doamnă” în titlu, în timp ce restul de douăzeci și trei foloseau cuvântul „casă” sau „cămin” (precum *Ladies' Home Journal*) ori „sexul frumos” (precum *Amusements for the Fair Sex*).<sup>12</sup> *Vogue*, nouă și atrăgătoare, probabil că ieșea în evidență pe raft.

Cu toate astea, *Vogue* nu era un demers exclusiv comercial. Poate că fusese capodopera lui Turnure, dar era și un joc de putere serios; chiar și o privire superficială către prima ediție din *Vogue* reflectă legăturile sociale ale părinților întemeietori. Sunt pagini pline de petreceri imediate la secțiunea „Evenimente viitoare” care se citește ca niște invitații private. Unele nu dau indicii despre natura evenimentului: „Doamna John Lawrence, 33 West Seventeenth Street”<sup>13</sup> sau „Doamna F.H. Betts, 78 Irving Place. În fiecare joi, până în postul Paștelui”<sup>14</sup>. Genul *potrivit* de cititor avea să înțeleagă. Altele catadicsesc să ofere ceva mai multe informații: „Doamna Charles G. Francklyn, N. Washington Square. Bal pentru tineri”<sup>15</sup> sau „Doamna Anson Phelps Stokes. Cină, urmată de cotilion”<sup>16</sup>.

„Suplimentul *Monden Vogue*“ oferă mai multe detalii despre evenimentele care au avut deja loc, relatând cinele cu toate detaliile necesare, menționând toate numele personalităților. O relatare despre Prințul de Wales arată astfel: „[el] nu arată deloc bine. L-am văzut deunăzi și am fost extrem de surprins de aspectul straniu al ochilor săi. Albul ochilor este acoperit într-un colț de o peliculă roșie și opacă; și mâinile lui, de obicei atât de «bine îngrijite», au o consistență cenușie și greoaie”.<sup>17</sup> De fapt, Prințul de Wales era deja mort în decembrie 1892 când a apărut *Vogue*, decedase în luna ianuarie. Există însă și sfaturi despre stil, deși *Vogue* a fost concepută ca o gazetă mondenă și încă nu luase forma unei reviste de modă. O pagină dublă intitulată „Garnituri florale“ oferă comentarii absurde precum: „Moda de a purta zeci de trandafiri a trecut și nu credem că va mai reveni vreodată”.<sup>18</sup> Pe de altă parte, un articol despre papucii de casă sfătuiește: „Decorați ca pentru un bal, aceștia [papucii] sunt finisați cu o cataramă minusculă”.<sup>19</sup> Cel mai bun dintre toate este un memorandum privind moftul de a purta umbrele roșii: „Fata finalului de secol adoptă repede o idee și această modă de a purta o umbrelă în mână, care să dea o culoare rozalie potrivită într-o zi întunecoasă, este extrem de inteligentă.”<sup>20</sup>

În plus, cum nu devenise încă o revistă de modă, *Vogue* încă nu se transformase nici într-o revistă pentru femei. Această întrupare timpurie conținea destule lucruri pe care să le citească bărbații, inclusiv „Prin ochii lui” și „Le Bon Oncle d'Amérique”, un serial de ficțiune al cărui erou este un bărbat care locuiește la Paris pe banii unchiului său american și se desfată cu tot felul de aiureli alături de franțuzoaice.

Alte atracții includ discuții sinuoase despre literatură și un articol numit „Londra”, pesemne de la corespondentul lor în acel oraș. Articolul începe după cum urmează: „Câinii sunt, în acest moment,

<sup>17</sup> Unchiul bun din America, în lb. franceză, în original (n.tr.)

capriciul la modă. Orice persoană devine respectabilă dacă se plimbă alături de un «urmăritor» canin și merge, inclusiv duminica, în parc, la «parada de la biserică», cedând excentricităților acestor ființe patrupede”<sup>21</sup>. Acest conținut de tip ghiveci a rezistat ani întregi. Unul dintre primii angajați la *Vogue* o descria ca având „o anumită nonșalanță... odată, am ilustrat o poveste de dragoste a unei fete cu un băiat din armată, cu desene, înfățișând păstrăvi dolofani și agresivi în cârlige”<sup>22</sup>.

După cum te puteai aștepta de la un jurnal al secolului al XIX-lea, scriitura este greoaie, neclară și exagerat de elaborată. Descrierile modei nu sunt niciodată alături de ilustrațiile corecte și uneori lipsesc cu desăvârșire. Aranjarea în pagină este alandala: scrisoarea unui redactor este flancată de un fragment neterminat de ficțiune, o glumă și niște rime alese la întâmplare, „Hearts may sometimes rule the land, / But diamonds often win a hand”<sup>23</sup>.

Deși această variantă *Vogue* pare de neînțeles acum, se întrevăd anumite calități tipice ale mărcii. Există o venerație față de bogăție și lux, precum și un simț pentru ce este și ce nu este la modă, fie că vine vorba despre haine, tacâmuri sau despre agrafe de păr. Chiar și mulți dintre cei care își fac reclamă sunt aceiași: Tiffany & Co., Veuve Clicquot și Perrier Jouët au cumpărat cu toții spațiu de publicitate în prima ediție, stând uneori într-o companie îndoielnică alături de Tonicul de Păr Marsh Mallow sau Plasturii Allcock's Porous. Într-un fel, e reconfortant să remarci că obiceiurile celor ultrabogați nu s-au schimbat prea mult. Cele scrise de corespondentul de la Londra despre pudelul răsfățat: „În plus, are un cufăr numai pentru el, marcat cum se cuvine cu propriile inițiale, în care sunt adunate o multitudine de panglici de toate modelele și culorile, brățări diferite pentru picioare diferite și o varietate de zgărzi potrivite pentru orice

<sup>23</sup> Inimile pot să conducă lumea câteodată, însă un diamant cucerește întotdeauna mâna unei femei. (n.red.)