



Аджа Рейден

**Одержимые блеском: о
драгоценностях и о том, как
желание обладать ими меняет мир**

«ЭКСМО»

2015

УДК 739.2(091)
ББК 85.12

Рейден А.

Одержимые блеском: о драгоценностях и о том, как желание обладать ими меняет мир / А. Рейден — «Эксмо», 2015 — (История моды в деталях)

Захватывающая книга о человеческих страстях, драгоценностях и жажде обладания. Мировая история глазами историка-ювелира. Написанная легким увлекательным языком, книга с первых страниц захватывает, словно настоящий детектив. Автор перебирает страницы мировой истории, предлагая свой, неожиданный взгляд на события. Открытие Америки, взлеты и падения Испанской империи, инквизиция, начало Французской революции, соперничество Елизаветы I и Марии Тюдор – читатель с удивлением узнает о значении украшений в судьбах правителей и целых континентов.

УДК 739.2(091)

ББК 85.12

© Рейден А., 2015
© Эксмо, 2015

Содержание

Предисловие	7
Часть I	9
1. Сдачи не надо	10
Привет, бледнолицый	10
Экономика желания	12
Вам следует проверить голову	13
Цены на недвижимость на Манхэттене	14
Гонка за пряностями	15
Папская булла	18
Хочешь купить остров?	19
Весь этот блеск	20
Устричный остров	20
Первый американский банк	21
Странная валюта	22
Эпилог: другой остров	23
2. Прецеденты навсегда	26
Как создать империю	26
Относительная реальность	27
На камнях	28
Не можете их победить, купите их	29
То, чего вы никогда не хотели знать о бриллиантах	29
Обведенные вокруг пальца	31
Ты сольешься со мной?	32
Кандалы на палец	33
Священный брак	34
Режущий инструмент	35
О мифах и мужчинах	36
Страстно влюбленные женщины	38
Любовь нельзя купить	39
Изобразить недоступность	40
Кусок камня	41
3. Цвет денег	43
Восприятие власти	43
Сила восприятия	44
Деньги, вот чего я хочу	45
Двигается ли земля?	46
Столкновение миров	47
Никто никогда не ждет испанскую инквизицию[48]	48
Неприятные соседи	49
Можно ли заложить корону?	50
С пустыми руками не возвращайся	51
Купить лестницу в небеса	52
Золото дураков	53
Эль Инка и Изумрудный город	55
Изумрудный попугай	55
Поклонение камню	56

Зеленоглазое чудовище	57
Конец ознакомительного фрагмента.	59

Аджа Рейден
Одержимые блеском:
о драгоценностях и о том,
как желание обладать ими меняет мир

Aja Raden

Stoned: Jewelry, Obsession, and How Desire Shapes the World

© 2015 Aja Raden. All rights reserved.

© Крупичева И. Ю., перевод на русский язык, 2016

© Оформление. ООО «Издательство «Э», 2016

* * *

Красота хуже вина, она опьяняет и владельца, и зрителя.
Олдос Хаксли

Предисловие

Созерцание чего-либо прекрасного не только доставляет нам удовольствие, но и *физически нас мотивирует*. Лэнс Хоузи в статье в «Нью-Йорк таймс» приводит результаты сканирования мозга, согласно которым «созерцание привлекательного продукта возбуждает ту часть мозжечка, которая управляет движением рук. Мы инстинктивно тянемся к привлекательным вещам. Красота в буквальном смысле двигает нами»¹.

Именно желание красоты движет нами и формирует нас, а не катаклизмы или миграционные потоки, войны или империи, короли или пророки. Миром движет то же самое, что и каждым из нас.

История мира – это история желания.

Нет более примитивного заявления, чем «я хочу».

Я, к сожалению, хочу практически все. Это несчастье длиной в жизнь...

Деньги, возможно, и заставляют мир вертеться, но только потому, что деньги – это средство для достижения цели, осуществления этого особого, почти лунатического человеческого желания действительно *владеть* красивой вещью и сохранить ее навсегда.

Всю историю человечества можно вместить в эти три глагола: *хотеть*, *брать* и *иметь*. И можно ли найти лучшую иллюстрацию этого принципа, чем история драгоценных украшений? В конце концов, империи строились на экономике желания, а драгоценности по традиции были самой распространенной валютой.

Я всегда любила драгоценности. У моей матери не было шкатулки с драгоценностями. У нее был *шкаф* с драгоценностями. Некоторые из ее украшений были настоящими, другие – имитацией. Для меня это не имело значения, и то и другое заставляло меня трепетать. Все они были *настоящим сокровищем*. Когда я вела себя хорошо, мама позволяла мне сесть на ее гигантскую кровать и разбирать сверкающие груды, наводить порядок во всех ящиках и коробочках, сортируя украшения. Это доставляло мне намного больше удовольствия, чем даже примерять украшения. Я прикасалась к каждой вещи, мысленно вносила ее в список: сколько их, какого рода. Мне отчаянно хотелось *взять их себе*. Это было сродни неразделенной любви, той, от которой образуется гулкая пустота в желудке.

Даже когда я стала взрослым человеком и дизайнером украшений, провела последние десять лет в окружении драгоценностей, украшения моей мамы не потеряли для меня своего магического блеска. Я *до сих пор* хочу ее украшения. Не имеет значения, что у нас с ней совершенно разные вкусы и то, что у меня самой теперь есть шкаф с украшениями. В ту минуту, когда мама показывает мне новую и блестящую вещь, которую она приобрела, я снова как будто оказываюсь на той гигантской кровати, окруженная ее слишком яркими коктейльными украшениями восьмидесятых годов, и держу какую-нибудь сверкающую вещь своими крошечными руками так, словно это священный Грааль.

Отчего это так? Почему мне нужна каждая безделушка, которую она покупает? Почему я до абсурда раздуваю ценность ее приобретения?

Все потому, что это не просто предметы. Куда там! Украшения – это символ и обозначение, воплощение неосязаемого. Они могут означать не только богатство и власть, но и безопасность и дом. Они могут напоминать вам о гламуре, об успехе или просто о кровати вашей матери.

Отдельные истории, собранные и рассказанные в этой книге, – это истории о прекрасных вещах и о тех мужчинах и женщинах, которые желали их иметь. Это истории о необходимости и обладании, желании и алчности. Но это не просто книга о красивых вещах.

¹ Lance Hosey, “Why We Love Beautiful Things”, *New York Times*, February 15, 2003.

Это попытка понять историю через призму желания и взгляд на удивительные последствия экономики дефицита и спроса. «Одержимые блеском» еще и о том, как повлияли редкие и желанные драгоценности на жизнь конкретных людей и человечества в целом. Драгоценные украшения порождали культурные движения, начинали политические династии и даже войны. И не один раз они становились главной причиной политических и военных конфликтов.

Первая часть, «Желание», изучает природу ценности и желания. «Желание» – это о цене вещей, о том, сколько, с нашей точки зрения, они должны стоить, и о том, есть ли между этими ценами разница. Когда вы чего-то хотите, вам кажется, что это ценно. Обратный вариант тоже истина. Когда голландец купил остров Манхэттен за бусины, это стало началом эпического «выхода из бизнеса» для алгонкинов. Но действительно ли американские индейцы прогадали, или они совершили куда лучшую сделку, чем нам кажется? Сколько стоит камень? Что превращает камень в драгоценность и как драгоценность становится бесценной? И какое отношение бриллиант на вашем пальце имеет к рядовому американской армии Биллу? Каждая из трех историй в этой части посвящена тому, как мы определяем, создаем, а порой и выдумываем цену. И еще эти истории о том, как наша коллективная история менялась в соответствии с этими оценками.

Вторая часть, «Приобретение», посвящена разъедающему душу желанию взять вещь себе. Она расскажет о том, что происходит, когда люди хотят получить то, что они *не могут* иметь. Истории из этой части свяжут исторические события с неосуществленным желанием. И последствия в некоторых случаях остались в веках. Действительно ли Мария Антуанетта потеряла голову из-за бриллиантового кольца? И началась ли Великая французская революция из-за этого украшения? Как ссора двух сестер в Англии из-за ценной жемчужины почти пять сотен лет назад помогла составить карту современного Ближнего Востока? Одна империя рушится, другая возникает, и все из-за вечной человеческой слабости к красивым вещам. «Приобретение» – это о том, что мы хотим, почему мы это хотим и насколько далеко мы готовы зайти, чтобы это получить.

И последняя, третья, часть – «Обладание» – не о войне и не о разрушении. Напротив, она о *созидании*. В этой части мы посмотрим на некоторые, наиболее конструктивные последствия нашего непреходящего всепоглощающего романа с красивыми вещами. В этой части мы познакомимся с торговцем лапшой, чье желание увидеть на каждой женщине в мире нитку жемчуга спасло японскую культуру от полного забвения и помогло превратить крохотный остров в мировую экономическую державу. Мы познакомимся и с дамой из Европы, которая с помощью одного модного аксессуара положила начало новой эпохе в понимании мужественности и, не желая того, изменила тактику ведения войны и отношения человека со временем.

Конец одной истории – это всего лишь начало следующей. «Обладание» о том, что происходит после того, как мы получаем желаемое, и о тех невероятных событиях, которые ждут нас на пути к цели.

История мира – это история желания. Перед вами взгляд на эту самую историю.

Это история желания и его способности менять мир.

Часть I

Желание

Желание, обман и эффект редкости

Сколько стоит камень? Очевидно, это зависит от камня.

Вопрос в другом: каковы наши критерии, если речь идет о цене?

Как мы определяем ценность камня? По его красоте? Это, разумеется, влияет на цену, но лишь иногда.

И потом это снова отсылает нас к вопросу критериев. Как нам точно оценить *красоту* камня? Красота – это важный фактор, но в высшей степени субъективный.

Ответ можно найти, несколько неожиданно, в более подробном изучении меняющихся цен на кукурузу, рожь, рис и сырую нефть. Почему цены на эти продукты взлетают вверх? Это происходит в результате дефицита. Когда цены на них падают? Это происходит в результате избытка, когда спрос на продукты намного меньше предложения.

То же самое справедливо и для драгоценных камней. В конечном итоге не красота определяет их цену, не размер и не качество. Хотя каждый из этих факторов важен². Суть в редкости. Именно редкость заставляет человека бороться за обладание камнем. То самое головокружительное чувство, которое появляется, когда у вас есть то, чего ни у кого – или почти ни у кого – больше нет.

Проблема кварца в том, что его слишком много. Ценность определяется редкостью. Обратная ситуация также является истиной. Как только что-то становится слишком доступным, оно теряет весь свой блеск. В конце концов, если бы можно было купить кусок лунной породы, то он (в отличие от его родственника метеорита, который стоит гроши) стоил бы намного дороже бриллианта. Очевидно, что камень становится драгоценным именно из-за того, насколько трудно его получить. Это же определяет наше желание его иметь.

Эта часть книги – о совершенно реальной выдуманной ценности драгоценностей. Вы думаете, что выражение *реальная выдуманная ценность* это парадокс? Нисколько. Ценность вещи в большой степени, если не полностью, зависит от того, насколько редкой мы ее считаем. История показывает нам это снова и снова. Каждая из первых трех глав – это рассказ о том, как мы определяем, создаем и порой выдумываем ценность, и о том, как наша коллективная история менялась в зависимости от этой оценки.

² Даже само понятие красоты преходящее и ненадежное. Красивая женщина восемнадцатого века в наши дни не привлекла бы ничье внимание, потому что жирные курочки в двадцать первом веке – пятачок большой пучок. Сто лет назад (до промышленной революции) редкостью были женщины с формами. То, что было в моде в одном веке, выходит из нее в следующем столетии. Единственным постоянным фактором является желание обладать тем, что является редкостью.

1. Сдачи не надо **Бусины, за которые купили Манхэттен (1626)**

Когда антрополог спросил индейца о том, как они называли Америку до появления белого человека, он просто ответил: «Наша».
Вайн Делориа-мл.

Мусор одного человека – это сокровище для другого.
пословица

В эпоху великих открытий, которую с той же легкостью можно было бы назвать эпохой эксплуатации, Европа расширяла свои познания о мире. И делала это, беззастенчиво завоевывая чужие земли. То, что начиналось как попытка добраться до рынков драгоценных камней и пряностей в Индии и Азии, быстро превратилось в соревнование на право владения миром.

Португальцы прибегли к грубой силе, чтобы завладеть новой землей, тогда как испанские конкистадоры заявили, что избраны богом для управления новыми мирами. Британцы вообще не чувствовали необходимости как-то объяснять свои завоевания. Но голландцы, пожалуй, самые странные из завоевателей, они любили *покупать* страны. И в 1626 году голландец по имени Петер Минейт купил остров Манхэттен у индейцев племени леннапай, восточной ветви индейцев делавэров, за стеклянные бусины и побрякушки ценой двадцать четыре доллара.

История покупки Манхэттена является одним из самых спорных и часто оспариваемых казусов в американской истории. Эта скромная сделка считается самым большим надувательством в истории. Легендарный обмен снова и снова разбирали по косточкам, лелея слабую надежду доказать, что это выдумка. Некоторые просто отвергают саму возможность подобного обмена. Сделка кажется настолько нечестной, что кое-кто даже предлагал вернуть остров «истинным» владельцам.

Но самое удивительное в этой сделке заключается в том, что в 1626 году и долгое время впоследствии обе стороны были *очень* довольны ею.

Привет, бледнолицый

В мае 1626 года Петер Минейт работал на компанию Vereenigde Oost-Indische Compagnie, что можно перевести примерно как «Голландская ост-индская компания». С этого момента мы станем называть ее для краткости просто ГОК. Владельцы ГОК доверили Минейту приобретение большого и надежного участка земли в целях безопасности и укрепления голландских колоний.

Минейт был не первым голландцем, отправившимся в Новый Свет. Более того, он даже не был первым губернатором Новой Голландии, имевшим полномочия от ГОК купить землю. Он сменил на этом посту Виллема Верхюльста, растратчика, весьма непопулярного среди голландских колонистов, вверенных его попечению. Более того, по стандартам ГОК он был некомпетентным бизнесменом. Верхюльст не сумел заключить сделку с индейцами делавэрами, которая была ему поручена.

Все агенты ГОК (а также голландские колонисты) имели ясный приказ быть «вежливыми и уважительными» в их сделках с каждым индейцем и всеми индейцами, главным

образом потому, что в Новом Свете было множество возможностей для голландцев, и нет никакого смысла восстанавливать против себя людей, с которыми предстоит работать³.

Когда Верхюльст, которого никто не любил, в конце концов впал в немилость и его отозвали обратно в Амстердам, Петер Минейт немедленно сменил его на посту губернатора. Минейт не стал тратить время даром, и в мае 1626 года он купил то, что стали называть островом Новый Амстердам. Затем Минейт с пятью помощниками заключил по сути такую же сделку с племенем карнаси и приобрел то, что мы сейчас называем Стейтен-Айленд. Этот контракт до сих пор находится в Амстердаме.

Когда Минейт начал переговоры с обитателями⁴ Нового Амстердама – мы теперь называем его островом Манхэттен, – он делал это с намерением приобрести землю за справедливую цену. Или, во всяком случае, за ту цену, которую сочтут справедливой местные жители, если таковые там найдутся.

Итак, 4 мая 1626 года остров Манхэттен был продан ГОК «местными жителями последнего» за шестьдесят гульденов (что составило пресловутые двадцать четыре доллара) в виде бусин, пуговиц и безделушек.

Безумие, верно? Кого-то явно обманули.

Или нет? Согласно специалисту по истории американских индейцев Рэймонду Фогельсону, профессору Чикагского университета, сделка действительно была заключена и почти наверняка в ней использовались бусины. Но индейцы леннапей, с которыми, скорее всего, вел переговоры Минейт, весьма вероятно, искренне полагали, что они всего лишь продают право *жить* на острове или использовать его ресурсы, как это делали они сами, но не право вечно владеть самой землей, тем более право не давать возможности другим людям ею пользоваться. Когда мы беседовали с ним на эту тему, профессор согласился с тем, что в то время, когда была заключена сделка, леннапей определенно *знали*, что они совершают продажу, и, что более важно, *цена их полностью удовлетворяла*.

Это заставляет нас задать следующий и неудобный вопрос: зачем индейцам леннапей, пребывавшим в здравом уме и обладавшим им, нужно было продавать *что угодно*, даже право пользоваться островом, за какие-то стеклянные бусины и пуговицы?

Существует множество возможных ответов, но наиболее очевидный является одновременно и самым простым: ценность относительна. Если бы Минейт предложил индейцам леннапей мешок бриллиантов, ни у кого бы не возникло сомнений в правильности сделки. Поскольку стеклянные бусины имеют для нас еще меньше ценности, чем для голландцев, мы предполагаем, что индейцев обманули. Но изобилие всегда вызывает презрение. Если бы не цена на международном рынке, жители Мьянмы в наши дни могли бы относиться к местным рубинам точно так же, как мы относимся к стеклянным бусинам.

Драгоценные камни – это фактически всего лишь цветной песок. Они только камни, которым мы дали особые названия. Истинными *драгоценностями* являются вещи красивые и редкие. Мы хотим их заполучить, потому что владеть ими могут немногие. Мы хотим

³ Верхюльст получил ясные инструкции от ГОК, которая финансировала создание колонии. В них говорилось примерно следующее: «На тот случай, если индейцы живут на упомянутой земле или заявляют свои права на нее или на любые другие земли, полезные нам, их не следует изгонять силой или угрозами, но добрыми словами убеждать уйти или дать им то, что удовлетворит их, или позволить им жить среди нас. Им следует подписать контракт так, как они умеют, поскольку при других обстоятельствах такие контракты могут быть весьма полезны Компании».[A. J. F. van Laer, trans., *1924 Documents Relating to New Netherlands 1624–1626 in the Huntington Hartford Library*, San Marino, CA: 51–52.] Таким образом, ГОК давала понять: не делайте ничего, из-за чего мы будем выглядеть плохо. Не лгите, не крадите, не сердите никого, не портите место и никого не убивайте, если только они этого и в самом деле не заслужили. Иными словами: ведите себя хорошо, дети.

⁴ Возможно, индейцами леннапей. Но карнаси прославились тем, что продавали любую землю, по которой они проходили, стоило им только встретить того, кто был готов ее купить, и продолжали свой путь. По мнению историков, среди которых и Рэймонд Фогельсон, Манхэттен, как и другие земли по соседству, ГОК приобретала несколько раз у различных продавцов. *Ну и кто тут жульничал?*

их еще сильнее, если они из какого-нибудь далекого, экзотического места. Их ценность на 90 процентов воображаемая и была такой всегда.

Экономика желания

Воображаемая ценность – вещь хитрая. Она знает способ становиться *реальной*. Любой человек, знакомый с тюльпаноманией 1630#х годов, знает, что маленький обман может продержаться очень долго и легко превращает безделушку в экономический пузырь.

Тюльпаноманией называют странный феномен, захвативший Голландию в 1630#х годах и за неделю погубивший всю голландскую экономику. И отдача оказалась совсем не воображаемой.

Хотя тюльпаны ассоциируются с Голландией (по причинам, которые скоро станут очевидными), эти цветы изначально в Европе не росли. Они прибыли туда с чувственного и экзотического Ближнего Востока, если точнее, то из Турции. Их привезли в Европу в 1559 году. Примерно лет десять интерес к этим луковицам распространялся очень медленно. Но их популярность постепенно росла, особенно среди людей богатых и амбициозных. Рынок луковиц тюльпанов расширялся, как это обычно бывает с рынками новых и красивых вещей.

К 1600 году тюльпаны распространились по всей Западной Европе, и в этот год их впервые привезли в Англию. Следующие тридцать лет популярность тюльпанов быстро росла. Но за три месяца между февралем и маем 1637 года этот феномен достиг пика, и тюльпаны создали первый в истории экономический пузырь⁵.

К 1630 году у каждого богатого человека была коллекция тюльпанов. Это было то, что иметь следовало обязательно. В 1630 году богатый голландец, не имевший хотя бы скромного садика с тюльпанами, скорее всего, подвергся бы общественному ostracism. По мере того, как ценность тюльпанов росла, росла и необходимость иметь тюльпаны, чтобы поддерживать свой социальный статус. Цены взлетели до небес, и луковицы продавали за невиданные суммы. В последние несколько лет перед 1637 годом тюльпаномания охватила и средний класс, хотя в эти годы одна луковица *стоила больше скромного дома*⁶. Владение хотя бы одной луковицей тюльпана – как обладание бриллиантами в наши дни – было свидетельством того, что вы принадлежите к нужному классу, даже если такая луковица была вам не по средствам. В конце 1636 года на пике ажиотажа представители средних и низших классов продавали свои дома и фермы, чтобы купить одну луковицу. Они верили, что цена луковиц реальная и что она будет только расти.

Самой дорогой луковицей в истории стала *Semper Augustus*, красивый красно-белый тюльпан. За нее отдали *двенадцать акров земли под строительство*. В конце концов на пике спроса в феврале 1637 года луковицы тюльпанов продавали по настолько завышенным ценам, что некоторые разбогатели, но большинство были охвачены луковичным безумием и не имели ни малейшего представления о том, что вот-вот потеряют все.

В том же месяце произошло нечто шокирующее. Люди не пришли на маленький, устроенный только для особо приглашенных тюльпанный аукцион в Харлеме. Это исключительное событие провалилось, вероятно, потому, что по соседству с аукционом началась вспышка бубонной чумы.

⁵ Во всяком случае, именно его впервые тщательно задокументировали. В 1841 году Чарльз Макэй написал отчет в тысячу страниц о событиях под названием *Memoirs of Extraordinary Popular Delusion and the Madness of Crowds*. Это подробный отчет о том, как пузырь появился, рос и лопнул. Труд оказался настолько влиятельным, что его издают до сих пор. Это обязательное чтение для большинства будущих экономистов.

⁶ Robert O'Brien and Marc Williams, *Global Political Economy: Evolution and Dynamics* (New York: Palgrave Macmillan, 2014), e-book.

Как бы там ни было, люди запаниковали – из#за тюльпанов, а не из#за черной смерти. Когда этот аукцион не собрал ожидаемую толпу, все начали сомневаться в желанности (и, следовательно, денежной ценности) луковиц. Провалившийся аукцион стал крошечным катализатором, спровоцировавшим крах на рынке тюльпанов.

Люди перестали покупать и начали расторгать контракты на покупку тюльпанов. Инвесторы из всех классов лишились своих домов. У них не осталось ничего, кроме внезапно ставших никому не нужными луковиц. Народ обратился за помощью к голландскому правительству и в суды за помощью, но ситуация была настолько запутанной, что потери понесли даже власти. В конце концов правительство объявило продажу тюльпанов азартной игрой и отказалось вмешиваться.

За два месяца половина Голландии лишилась всяких средств и осталась равнодушной к тому, по какой головокружительной цене луковицы продавали по всей Европе. Несколько профессиональных трейдеров попытались оживить спрос на тюльпаны, но все оказалось бесполезно. Воскресить рынок тюльпанов не удалось. Он был не живее цветов зимой.

Это и есть эффект редкости и воображаемая ценность в самом страшном своем проявлении.

Ценность работает как экономический силлогизм: каждый должен это иметь, потому что каждый должен это иметь. Чем больше другие люди это хотят, тем больше вы заплатите, чтобы это получить. И чем больше вы заплатите за желаемое, тем вернее убедите других людей в том, что вещь действительно ценная. Следовательно, и они, в свою очередь, заплатят больше за такую же вещь. Это абсурд, но именно так ценность редких, желанных вещей *взлетает до небес*.

Интересный нюанс эффекта редкости заключается в том, что для него не требуется реальная редкость.

Тот факт, что один провалившийся аукцион стал иголкой, проткнувшей тюльпанный пузырь, не столь удивителен, как кажется. Цена желанных луковиц, как и цена на бриллианты и другие драгоценные камни, основывалась не только на красоте и экзотике. Не определялась их запредельная цена и исключительно дефицитом. Ее определяло желание многих людей получить один и тот же предмет. Если речь идет об ограниченном количестве, то один *намек* на дефицит чего-либо может заставить вас потерять голову.

Вам следует проверить голову

Во время одного эксперимента проверяли неврологический эффект предложения и спроса⁷, предложив группе испытуемых два вида печенья (для простоты мы назовем их синим и красным) и попросив оценить их привлекательность. Чем меньше было печенья одного цвета, тем более привлекательным оно становилось для участников эксперимента. Согласно, в этом нет ничего удивительного, это очевидный результат дефицита. Именно так нехватка влияет на наше восприятие ценности.

Другая половина эксперимента была более интересной. Исследователи начали с одинакового количества синего и красного печенья, но потом постепенно забирали красное печенье и добавляли синее, не объявляя об этом испытуемым.

Если один вид печенья оставался малочисленным в течение всего эксперимента, это печенье воспринималось как ценное. Когда этот же вид печенья оставался в изобилии в течение всего эксперимента, оно уже не воспринималось как очень ценное. А теперь начи-

⁷ Stephen Worchel, Jerry Lee and Akanbi Adewole, "Effects of Supply and Demand on Ratings of Object Value", *Journal of Personality and Social Psychology* 32, no. 5 (1975): 906–14.

нается самое интересное. Исследователи выяснили, что печенье становилось *сверхценным*, если сначала его было в избытке, а затем оно постепенно начинало исчезать.

Уверенности испытуемых в том, что их коллеги желали и выбирали именно красное печенье, оказалось достаточно для того, чтобы они считали красное печенье наиболее ценным. Причина одна: они видели, что количество красного печенья сокращается.

Судя по всему, хуже всего для нашего мозга осознание такого факта: мы не можем получить то, что *получили все остальные*. Это кажется незначительным, но в неврологии всегда так.

Другой исследователь пошел еще дальше и заключил, что эффект воздействия предполагаемой нехватки на наш мозг «нарушает нашу способность думать... Когда мы видим, что желаемое становится менее доступным... возникает физическое возбуждение... давление повышается, внимание сужается... когнитивная и рациональная стороны отступают [и] когнитивный процесс прекращается. Вдумчивый анализ ситуации становится недоступным, и возникает возбуждение мозга...»⁸ Нас оглуляет не желание, но ревность, вера в то, что объект нашего желания могут желать окружающие нас люди. Эта ревность физически вызывает нашу реакцию «бей или убегай». Желание, и особенно желание того, что есть в ограниченном количестве – так оно на самом деле или это нам только кажется, – физически воздействует на нас. Это желание заставляет нас действовать не думая. А затем наша реакция вызывает схожую реакцию у людей вокруг нас. Эта петля поведенческой обратной связи, в которой безумие одного человека провоцирует безумие другого и наоборот.

Парадоксальным образом другая группа исследователей выяснила, что даже в случае физического возбуждения и неспособности рассуждать здраво ваше восприятие дефицита может заставить вас более внимательно взглянуть на желаемый предмет: «Дефицит задействует когнитивный ресурс, который обычно используется для вынесения суждения относительно предпочтительности предложения»⁹. Если я предлагаю вам целую кучу чего-либо, вы, возможно, не обратите внимания на детали. Но если я предложу вам последний предмет или последние два предмета, ваш мозг будет оценивать их намного внимательнее, просто потому, что этих предметов так мало.

Вывод таков: желание делает вас глупыми. Физически. Химически. Оно лишает вас способности принимать рациональные решения, даже если оно усиливает концентрацию и внимание. Это все равно что одновременно одной ногой нажать на педаль газа, а другой на тормоз. С одной стороны, ваш мозг усиленно работает, словно маленький мотор, пытаясь сделать самый правильный выбор, с другой стороны, его способности сделать это существенно ограничены.

При нехватке чего-либо вы просто обязаны это иметь. Это биологическое непреодолимое желание.

Цены на недвижимость на Манхэттене

Так какое же отношение неврология дефицита имеет к Нью-Йорку, призу в сомнительной сделке между Петером Минейтом и индейцами племени леннапай?

Манхэттен не всегда был самым желанным адресом в мире. На самом деле голландцы не сразу выбрали остров, ныне известный как Манхэттен, местом для Нового Амстердама. Даже леннапай там не жили. Само название Манхэттен происходит от слова *манахачта*-

⁸ B. B. Cialdini et al., “Empathy-based Helping: Is It Selflessly or Selfishly Motivated?” *Journal of Personality and Social Psychology* 52 (1987): 749–58.

⁹ J. J. Inman, A. C. Peter and P. Raghubir, “Framing the Deal: The Role of Restrictions in Accentuating Deal Value”, *Journal of Consumer Research* 24 (1997): 68–79.

ниенк, которое означает «место, где мы все напились»¹⁰. Индейцы называли его так из-за более ранней встречи с голландцами¹¹. Они наведывались на остров время от времени, чтобы половить рыбу или набрать устриц. На самом деле будущий Манхэттен никому не был нужен.

Если убрать с острова все, что было построено на нем за все эти годы: банковские, финансовые и коммерческие организации, художественные галереи и все то, что мы эмоционально ассоциируем с Нью-Йорком, – эти 23 квадратных мили земли не представляют собой ничего особо ценного. Да, здесь есть бухта, но она настолько велика и мелководна, что последние триста лет остров прирастает отбросами. В буквальном смысле слова: не менее 15 процентов его тверди, включая большую часть финансового района, – это насыпанная земля.

На острове множество гранитных отложений, оставленных отступающими ледниками в конце последнего ледникового периода. Огромные валуны, которые вы видите в Центральном парке, – это всего лишь верхушка пресловутого айсберга. Эти гранитные отложения вездесущи, они уходят глубоко вниз, делая землю непригодной для вспашки¹². Зимой на Манхэттене слишком холодно, летом слишком жарко. Он страдает от ураганов и наводнений. Остров крошечный, его окружает ледяная переменчивая вода. На острове не было никаких природных материалов, кроме крошечных участков леса.

И все же какое-то время Нью-Йорк оставался столицей США. Когда он превзошел размеры Лондона и стал крупнейшим городом мира в 1925 году, Нью-Йорк стал неофициальной столицей мира. По иронии судьбы теперь это самая желанная недвижимость на планете.

Что же определяет его нынешнюю ценность?

Цены на недвижимость на Манхэттене подчиняются тем же базовым принципам эффекта дефицита. Другие города могут расти вширь. Но Манхэттен – это остров. Там можно строить только в высоту. На острове практически не осталось места для нового строительства. Цены определялись исключительно нехваткой площади.

Нехватка чего-либо – это сильная штука.

Иногда действует принцип «меньше да лучше», и в случае с Манхэттеном ключ к его ценности – это его *размер*. Нью-Йорк сам по себе как драгоценность. Судя по всему, эффект дефицита работает в любом случае, будь то караты бриллиантов или акры скалы.

Пространство на Манхэттене приобрело ценность только тогда, когда его стало не хватать. До массовой застройки и капитализма – до появления Уолл-стрит и финансового квартала – Манхэттен стоил немного, учитывая близость континента с огромными просторами и природными ресурсами.

С учетом всех этих обстоятельств мешок редких, экзотических «драгоценностей» в обмен на болотистый, необработанный остров уже не кажется такой уж плохой сделкой.

Гонка за пряностями

Какого черта голландцы делали в Новом Свете, тем более в долине реки Гудзон? Почему им вообще пришлось в голову покупать этот каменистый топкий островок? В конце концов, Манхэттен – это не Багамы.

Если рассуждать с точки зрения денег, то ответ – *пряности*.

¹⁰ Это название актуально до сих пор.

¹¹ Frank J. McVeigh and Loreen Therese Wolfe, *Brief History of Social Problems: A Critical Thinking approach* (New York: University Press of America, 2004).

¹² Хотя гранит делает Манхэттен непригодным для возделывания земли и многого другого, остров благодаря граниту оказался уникальным местом для того, что стало его фирменным знаком, – для зданий, известных под названием «небоскребы».

Немногие товары влекли людей с такой силой – то есть так быстро, так далеко и так отчаянно, – как это делали пряности. Почему?

Частично их привлекательность, как и у драгоценных камней, заключается в их редкости. На протяжении почти всей истории человечества доставать пряности было трудно и опасно. Как и многие драгоценности, их доставляли издалека, и это требовало невероятных усилий и затрат (иногда и крови). Кроме того, *в отличие* от большинства драгоценностей пряности использовали с практическими целями, начиная с лечения болезней и консервирования еды, а также как старомодную «дурь». Честное слово: при правильном употреблении многие «обычные» пряности дают весьма заметный наркотический эффект.

Но для путешественников, торговцев и финансистов, таких как голландцы, главным достоинством пряностей, как и драгоценностей, всегда оставался *спрос*. То, что один человек готов купить, десять человек будут пытаться продать. В Средние века за приобретение пряностей, их доставку и продажу разворачивалась нешуточная, зачастую кровавая борьба. Помните, у вас должно быть то самое красное печенье, которое трудно достать или, того хуже, другие могут купить раньше вас.

Веками западные державы в своих попытках захватить рынки пряностей в Восточной Азии шли обычным путем. Отправлялись в путь из Европы, заглядывали в главный торговый город Константинополь, а затем направлялись на Восток, по Великому шелковому пути в Китай. Поскольку путь большей частью проходил по суше, значит, это были караваны, переправы через реки и короткие морские путешествия. Дорога была тяжелой и долгой, даже когда она была доступной.

Но в 1453 году правитель Османской империи султан Мехмед II после двухмесячной осады захватил Константинополь и закрыл европейцам доступ ко всем традиционным торговым путям. Главным державам нужно было найти новый путь в Азию, и побыстрее. С этого момента началась эпоха великих открытий, как будто кто-то выстрелил из стартового пистолета.

Как во времена космической гонки в 1960#х годах, весь мир охватило возбуждение при виде открывающегося нового мира, до которого оставалось только дотянуться. Каждая страна, у которой хватало средств, приняла участие в этом соревновании, тогда как другие наблюдали со стороны с беспрецедентным энтузиазмом.

Назову лишь некоторые известные путешествия и открытия. В 1492 году Колумб отправился на запад, чтобы открыть путь в Индию, обещая привезти жемчуг и пряности. Это было глупостью, поскольку, даже если бы у него на пути не оказались Северная и Южная Америки, он бы все равно сначала попал в Китай. Его наиболее успешный соперник Васко да Гама поплыл на юг вокруг африканского мыса Доброй Надежды в 1497 году. Да Гаме повезло куда больше, чем Колумбу, если рассматривать этот успех с точки зрения достижения публично объявленной цели. Он доплыл до Индии под флагом португальской короны и вернулся два года спустя. Его корабль еле двигался под грузом драгоценных товаров и личной гордости. Примерно в 1520 году Магеллан совершил кругосветное плавание. (Во всяком случае, это сделал его корабль. Он сам погиб в сражении ближе к концу плавания, пытаясь найти путь к вождленным индонезийским Островам пряностей.)

Как вы видите, первые попытки добраться до Востока предпринимали по большей части Испания и Португалия. У них было больше денег, корабли были лучше, и у них были самые отважные мореплаватели. Все вместе в сочетании с их принадлежностью к всемогущей католической церкви сделало эти страны фаворитами в гонке за пряностями и одновременно проложило им дорогу к социально-экономическому превосходству в мире¹³.

¹³ Если бы события развивались в том же ключе, то сегодня весь мир говорил бы по-португальски. Но всего лишь через двести лет гонки за пряностями люди произносили фразу «солнце никогда не заходит над Британской империей»

У голландцев была веская причина оказаться позже других в Новом Свете. В пятнадцатом и шестнадцатом веках Голландия принадлежала Испании, и голландцам пришлось воевать (война длилась с 1568 по 1648 год), чтобы сбросить испанское владычество. Только после этого у них появилось свое государство, и Голландия смогла принять участие в гонке за пряностями и попытаться установить свое владычество в мире. В это время британцы были слабой нацией с нехваткой наличных. Когда королева Елизавета I вступила на трон в 1558 году, Англия была не в том положении, чтобы исследовать что-либо, кроме собственного банкротства.

Но благодаря мудрому и тайному использованию неофициального, санкционированного короной пиратства Елизавете I удалось начать десятилетний матч с Испанией за превосходство. Мало того, что испанцев оскорбляли и топили их корабли, королева закрывала глаза на воровство невероятного количества барышей в Новом Свете и облегчала его. Эти нападения не только обогащали ее страну, но и вынудили Испанию атаковать Англию, чтобы прекратить этот грабеж. Все закончилось гибелью испанской Армады. В конце концов британцы и голландцы пустили Испанию на дно, и Северной Европе удалось занять место за большим столом.

Итак, к 1600 годам Британия и Голландия ввязались в открытую для всех гонку по покорению земель. На самом деле правильным будет сказать, что они нашли свою колею. Но не открытие новых земель было их сильной стороной, а *колонизация*. Обе нации обладали замечательным талантом плодить богатство там, где они высаживались, а не только захватывать его. Если между британцами и голландцами возникали трения, то исключительно из-за пересечения деловых интересов. Им нравились одни и те же места для развития бизнеса, и выбирали они одни и те же цели. Как торговые империи с торговыми же интересами, они искали места не для одного только приобретения, а для развития, то есть места с ценными и возобновляемыми ресурсами, земли, которые они смогут обрабатывать и колонизировать, а также стратегические точки для торговых путей или для защиты. Поэтому «Голландская ост-индская компания» (ГОК) и «Британская ост-индская компания» (БОК) имеют интересную историю борьбы за одни и те же острова. И Манхэттен не стал исключением.

Генри Гудзон был английским мореплавателем, работавшим на ГОК. Ему было приказано найти знаменитый, но так и не найденный Северо-западный проход, который позволил бы европейским купцам проплывать через Новый Свет, когда он наткнулся на то, что мы теперь называем Нью-Йорком. Но Гудзону было все равно. Его интересовал только Восток.

И все же он поступил разумно, объявив эту территорию вместе с прилегающими землями собственностью «Голландской ост-индской компании». Но поймите: это не значило, что ГОК верила в то, что земля принадлежит ей вопреки любым заявлениям местного населения. Голландцы всего лишь застолбили территорию, чтобы на нее не смогли претендовать другие европейские народы. Это было совсем не похоже на Испанию, к примеру, которая, появившись где-либо, объявляла, что место отныне является *частью* Испании. А голландцы «закидывали удочку» в новые страны ради возможностей дальнейшего развития.

Меньше похоже на войну, больше на бизнес, но все равно обман.

Гудзон мог метафорически помочиться на Нью-Йорк с борта своего корабля, когда он проплывал мимо него в 1612 году, но лишь десять лет спустя, когда ГОК искала место для консолидации колонистов, компания решила действительно купить остров с помощью Петера Минейта. Предложение денег было не просто знаком доброй воли. Это был способ придать сделке формальный характер.

почти в каждом месте из тех, где первыми высадились испанцы и португальцы. И что из этого следует? Почему испанцы и португальцы потеряли свои владения и как такая часть земного шара оказалась под властью Британии? Одно слово: драгоценности. Успехи и неудачи Англии и Испании напрямую связаны с жемчугом и изумрудами, о чем вы сможете прочесть в главе 3 «Цвет денег» и в главе 5 «Привет, моряк».

Папская булла

Почему голландцы вообще заплатили хоть что-то за Манхэттен? Какая тупоголовая страна платит за землю в Новом Свете?

Эпоха открытий была равной для всех и не стоила никому ни гроша. Я подчеркиваю это: *ни гроша*. Как я уже упоминала ранее, весь Старый Свет бросился в обе Америки и начал хватать там землю как будто по праву. Некоторые страны объявляли это *божественным* правом. Возможно, голландцы были в большей степени счетоводами, чем конкистадорами, но от этого они не становились беззубыми. У голландцев долгая история жестокого обращения с местным населением в других уголках мира, например на алмазных коях в Африке. Тогда откуда такое джентльменское поведение в Новом Свете? Почему они заключали сделки с так называемыми *вилденами*¹⁴, договаривались о цене и подписывали договор?

Потому что местные жители тут были ни при чем. Все дело в католической церкви. К этому клубу голландцы никоим образом не принадлежали. Если говорить конкретнее, то дело в Тордесильяском договоре.

Начиная с 1481 года папа Александр VI (глава знаменитого семейства Борджиа), употребляя свою божественную власть как голос церкви, издавал многочисленные буллы, многие из которых противоречили друг другу, а некоторые вообще не имели смысла. Если придерживаться технической стороны вопроса, то папской буллой называется любой написанный документ, представленный публике любым папой римским и имеющий официальную печать. На практике папские буллы действовали как декрет. Александр VI любил издавать папские буллы. Он разбрасывал их направо и налево, словно неправильно выписанные чеки. В долгой истории католической церкви его вспоминают без особой гордости.

В конце концов булла Александра VI *Inter Caetera*, впоследствии ратифицированная как Тордесильяский договор, разбила весь мир на абстрактные территории и поделила их между Испанией и Португалией, в обмен, разумеется, на осязаемую дань от Испании и Португалии. Никакая другая страна под страхом отлучения от католической церкви не имела права посылать корабли, или строить форпосты, или устанавливать торговые пути в Новом Свете... Под Новым Светом имелся в виду весь не открытый европейцами мир на Западе и на Востоке. (Линия раздела неоднократно передвигалась то вперед, то назад, именно поэтому бразильцы являются единственными южноамериканцами, которые говорят по-португальски, а не по-испански.)

Этот план отлично работал – на Александра VI, на Испанию и на Португалию. Всем остальным он только мешал.

Так как голландцы определенно не были католиками, они не относились к власти папы слишком всерьез. На самом деле неофициальный девиз ГОК гласил: «Христос хорошо, а торговля лучше». Угроза отлучения от церкви для голландцев таковой не являлась, поскольку вас невозможно выкинуть из клуба, членом которого вы не являетесь. В большинстве случаев голландцы попросту игнорировали Тордесильяский договор. Но им нужно было каким-то образом закрепить за собой новые земли на тот случай, если на них покусятся те, кто серьезнее относится к авторитету церкви.

Те, кто работал на ГОК, не были ни пиратами, ни авантюристами, это были бизнесмены с уникальным даром заключать сделки. По сути, переговоры с дикарями, подписание с ними договоров и плата за их земли были умным законным ходом, целью которого было нейтрализовать любые попытки католических стран заявить о том, что колонии, принадлежащие голландцам, были приобретены незаконно.

¹⁴ Так голландцы называли всех местных жителей, которых они встречали.

Хочешь купить остров?

Так каким же образом голландцы определили справедливую цену за Манхэттен? Зачем использовали бусины? Почему не драгоценные камни, не тюльпаны или что-то еще?

Тот факт, что голландцы заплатили за Новый Амстердам бусинами, не является удивительным или уникальным. Венецианцы долгое время расплачивались бусинами в Африке и Индонезии задолго до того, как Новый Свет был открыт. На самом деле многие изготовители бусин в Голландии были венецианцами.

Факты таковы: в шестнадцатом и семнадцатом веках бусины считались ценными и являлись мировой валютой. Их создавали именно с этой целью и использовали в качестве дорожных чеков в эпоху Ренессанса. В те времена было столь же трудно расплатиться неизвестными иностранными деньгами, как и в наши дни. Разумеется, золоту и драгоценностям рады везде, но драгоценные камни доставляли из этих далеких земель, что значительно умаляло их ценность в глазах местных жителей. И хотя каждый понимает ценность золота, оно тяжелое, его сложно перевозить в больших количествах и легко украсть.

А вот стеклянные бусины перевозить было легко, так же легко было привести их к одному стандарту, и, что самое важное, они были редкими и, следовательно, высоко ценились везде, *кроме* Западной Европы. Это огромное преимущество: отдавать то, что для покупателя имеет куда большую цену, чем для продавца. Стеклянные бусины были особенно ценными, можно даже сказать, бесценными, редкими и экзотическими в Новом Свете, где не существовало производства стекла и никто никогда не видел ничего подобного.

Людям неприятна мысль о том, что Манхэттен был приобретен у американских индейцев за стеклянные бусины, потому что современные люди считают бусины ничего не стоящими. На самом же деле нет ничего скандального в сделке, платежным средством в которой являлись бусины. Предположение о том, что индейцы, взявшие бусины в качестве платы, были обмануты, исходит от людей, слышавших эту историю. В самой истории ничего об этом не сказано. И дело не только в чувстве культурной вины, но и в современном восприятии ценности вещей. Если мы исходим из того, что бусины ничего не стоили, если мы верим в то, что местные жители продали свою землю за бесполезные безделушки, то из этого следует логический вывод: мы должны очень низко ценить интеллект американских индейцев, которые жили на этом острове.

Дешевизна бусин – это постиндустриальное восприятие. Мы выяснили, что ценность вещи меняется по мере того, как она становится обычной и повсеместной. Судьба пуговиц и бусин, когда-то предметов умеренной роскоши, была точно такой же. Как только их производством занялись фабрики и станки, *количество* пуговиц и бусин, которые производитель мог продать, выросло во много раз. До промышленной революции мастер, изготавливавший пуговицы или бусины, делал сотню этих предметов в месяц. С помощью станков он мог производить *десять тысяч*. Парадоксально, но успех привел к упадку этой отрасли, поскольку произошло перенасыщение рынка. При таком изобилии пуговицы и бусины казались менее ценными, и со временем они действительно *стали* менее ценными.

По мере того, как падал спрос на красивые бусины и пуговицы, цены тоже падали, и производители стали использовать более дешевые материалы, чтобы не терпеть убытки. В сочетании с постоянными инновациями в технологии дешевые материалы позволили производить миллионы пуговиц и бусин. Ирония в том, что, как только процесс механизировали и усовершенствовали для массового производства, массы не захотели этот товар... именно по этой причине.

Проблема истории «о бусинах, за которые купили Манхэттен» не в том, что никто не считал прибыль от двадцати четырех долларов, как пытались сделать многие умные люди.

Дело в том, что никто и не подумал подсчитать прибыль в *бусинах*. В этом и заключается суть эффекта дефицита: бусины в наши дни вездесущие, дешевые и одноразовые. Любой может их иметь, поэтому они ничего не стоят.

Вопрос: а сколько они *стоили*?

Весь этот блеск

Я начинала свою работу в ювелирном деле в отделе оценки в House of Kahn, аукционном доме в Чикаго. В мой первый день на службе я с помощью справочника проверяла клеймо мастера (это своего рода подпись художника для ювелиров) на десятках колец. Но меня смутили цифры – по две или три на каждом кольце, – которые я обязательно находила выбитыми на металле.

Я увидела, что мистер Кан, наш босс, идет на ланч, подошла и назвала себя. Я показала ему один из номеров, которые меня смущали, и спросила, что он означает. Мистер Кан объяснил, что я смотрю на пробу – клеймо, обозначающее чистоту металла, то есть процент чистого серебра или золота.

Я спросила, почему мы не можем просто спилить эти цифры и поменять их. Разве это не сделает ювелирные изделия более ценными? Не судите меня слишком строго. Я была молода, и это был мой первый рабочий день. (Согласна, у меня были криминальные наклонности.)

Мистер Кан назвал меня очень умной девочкой и погладил по голове. А потом он строго-настрого запретил мне делать что-либо подобное и объяснил, что иначе меня ждет прямой путь в федеральную тюрьму.

Поменять эти цифры – это все равно что дорисовать ноль на стодолларовой банкноте. Кольцо может принадлежать вам, но эти маленькие цифры – собственность федерального резерва. Если вы заглянете внутрь вашего кольца или браслета, вы обязательно увидите цифры, например 925. Это проба качественного серебра, поскольку в таком изделии 92,5 процента чистого серебра. Если вы увидите цифры 725, это означает, что вещь сделана из 18-каратного золота, в котором 72,5 процента чистого золота и 27,5 процента примеси. Удаление этих цифр с ювелирных украшений – это преступление, даже если это *ваши украшения*. В ломбарде так же не имеют права удалять или менять эти цифры. Для ювелира преступление *не* поставить пробу или намеренно поставить фальшивую пробу¹⁵.

И это не то нарушение закона, о котором вас предупреждает надпись, к примеру, на этикетке матраса: «Удаление этой этикетки считается нарушением закона». Нет, это нарушение закона сродни выпуску фальшивых денег.

Драгоценности – это деньги. В буквальном смысле слова.

Украшения можно переплавить, превратив в слитки, вынуть из них драгоценные камни. Предполагается, что они могут вернуть вам деньги или даже служить таковыми. Это красивые деньги, не сомневайтесь. Они обладают сильной притягательностью. И все же золото и ювелирные украшения – это просто деньги.

То же самое можно сказать и об особенных бусинах Нового Света под названием «вам-пум».

Устричный остров

Задолго до того, как Нью-Йорк стал городом, который никогда не спит, он был сонным местечком на восточном побережье. Вы бы ни за что его не узнали, даже линия берега

¹⁵ Национальный акт о пробах на золоте и серебре 1906 года.

за четыреста лет существенно изменилась. Но Бродвей, легендарный Великий белый путь, уже существовал.

Мы не строили Бродвей. Он всегда тут был. Причина того, что Бродвей пересекает Нью-Йорк вдоль по какой-то странной, почти органической диагонали, именно в его, скажем так, органичности. Знаменитая улица, которой суждено было стать эпицентром туристического квартала Нью-Йорка и проклятием для каждого коренного ньюйоркца, начиналась как тропа, проходившая по обе стороны широкого мелководного ручья. С давних времен индейцы ходили по этой тропе и собирали устрицы.

В Белом ручье, который и в самом деле был белым из-за изобилия устриц, было так много устриц, что можно было просто нагнуться и достать раковину. Индейцы называли Манхэттен Маленьким устричным островом. Его сосед, Большой устричный остров, – это современный Стейтен-Айленд.

Индейцы не просто ели устрицы. Племя леннапай из красивых раковин делало особые бусины, которые назывались «вампум».

Слово *вампум* происходит от слова индейцев племени наррагансепт, обозначающего «белые бусины из раковин». Но в действительности вампумы делали в двух цветах. Белые бусины делали из раковин североамериканских устриц, а фиолетовые – из колец роста северо-западных атлантических моллюсков с твердой раковиной венус. Местные называли его «куахог». Сами бусины имели продолговатую форму и гладкую полированную поверхность.

Коренные обитатели восточных лесов Северной Америки около Нью-Йорка или Маленького устричного острова традиционно изготавливали вампумы, как их тогда называли. Потом они продавали эти бусины своим соседям далеко на запад, таким как сиу с Великих равнин. Это была своего рода местная валюта.

В 1626 году бусины действительно были *универсальной* валютой.

Вампумы делали разной формы, но чаще всего удлиненной, и полировали. Белые бусины нанизывали на длинные шнурки и использовали как денежную единицу. Из бусин двух цветов составляли орнаменты на поясах и ожерельях. Полосками кожи, украшенными вампумами, обменивались при заключении важной сделки. Может быть, даже сделки с землей...

Так чем же все-таки были *вампумы*? Это были деньги. Это были украшения. Это были священные символы, договоры, обещания и записи, как и украшения Старого Света.

По сути, эти белые бусины из раковин были бриллиантами своего времени. И то и другое природного происхождения. И то и другое ценили за красоту и относительную редкость, их ценность возрастала благодаря особой технике обработки, которой владели немногие. Эти редкие природные субстанции обрабатывали для того, чтобы увеличить их красоту и *сделать их еще более редкими*. Их можно было использовать как твердую валюту или украшать ими другие предметы, желанные для многих в качестве красивых украшений, подчеркивающих социальный статус.

Первый американский банк

Не только американские индейцы и европейцы выбирали один драгоценный материал для коммерции, используя его для украшений и в качестве символов. Судя по всему, это свойственно практически всем представителям рода человеческого.

Почти все народы используют драгоценности как для религиозных (символических), так и для практических (торговых) целей. Если в торговле их используют для бартера, а в религиозных целях для поклонения и церемоний, в *украшениях* эти две области применения пересекаются.

Для ирокезов или делавэров деньги обозначали белые устричные раковины. Для современных европейцев это бесцветные бриллианты. Духовными символами для делавэров являлись раковины фиолетовых куахогов. В Европе синие сапфиры украшали кольцо каждого папы римского со времен Эдуарда Исповедника.

На Ближнем Востоке эти небесно-голубые камни, столь важные для христианства, — это всего лишь красивые украшения. бóльшим религиозным смыслом были наполнены изумруды, вне зависимости от религии. В этом уголке мира изумруды являлись фаворитами, поскольку все ближневосточные религии с почтением относятся к зеленому символизму воскресения, вечности и жизни после смерти. На Ближнем Востоке в качестве средства оплаты предпочитали использовать жемчуг. На Ближнем Востоке жемчужины имеют меньшее религиозное значение, они добывались из морей в этой части света в большом количестве. На самом деле Бахрейн был центром торговли жемчугом более тысячи лет¹⁶.

Индейцы чумаши из Калифорнии вырезали плоские бусины из раковин оливелла, которые назывались «анчум» и были стандартной денежной единицей почти как вампум. Они также использовали зеленые и фиолетовые раковины абалона для религиозных целей. И те и другие раковины использовали в украшениях.

Между прочим, чумаши создали тщательно продуманную банковскую систему, а также систему регионального представительства. Они понимали разницу между постоянным владением землей, временным владением землей, пользованием землей без владения ею (аренда) и использованием ресурсов без владения землей. Нет, чумаши не искали газ или нефть, но один человек мог владеть землей, а другой имел право собирать там желуди, ловить рыбу или охотиться. Таким образом, согласно профессору Рэймонду Фогельсону, они признавали, что землю можно использовать, не владея ею, а также владеть землей, но не использовать ее.

Ирокезы не слишком отличались от племени чумаши. Они использовали вампум почти так же, как чумаши использовали анчум. Белые раковины атлантических устриц служили деньгами так же, как раковины оливелла на побережье Тихого океана. Фиолетовые раковины куахогов использовались в духовных целях, как пурпурные абалоны у чумаши, которые считали, что именно эти раковины станут после смерти их глазами.

Мы не знаем, имелась или нет у леннапей централизованная банковская система, поскольку англичане оставляли менее подробные и более предвзятые записи о том, как жили их новые соседи, чем испанцы. Но американские индейцы явно имели много общего между собой и с нами. Если речь идет о деньгах и украшениях, мы все похожи. Когда дело касается денег, поведение людей мало различается, даже в деталях. Относительная ценность, дефицит и новизна действуют примерно одинаково в разных культурах.

Можно сказать, что деньги и украшения идут рука об руку и в наших сердцах, и в наших бумажниках.

Странная валюта

Так что же все это значит? Американские индейцы с восточного побережья были знакомы с «деньгами» как таковыми, а также с финансовыми сделками. Более того, они уже использовали раковины в качестве континентальной валюты к моменту прибытия голландцев и англичан. Никому не пришлось обманом вовлекать их в это. Их бусины, их вампумы были красивы и сами по себе, но, что более важно, они подвергались тщательному регулированию и стандартизации, которым мы подвергаем драгоценные камни без оправы: оцени-

¹⁶ Так и было, пока на рубеже двадцатого века умный торговец лапшой из Японии не изобрел способ выращивать жемчуг, и жемчужная столица мира навсегда переехала в Восточную Азию. Почитайте об этом в главе 7 «Нитка босса».

ваем их размер, цвет и вес, определяем их стоимость, как части валютного обмена. Их можно носить, можно продать или спрятать, как бриллианты и другие драгоценные камни, которые ценятся за свое символическое значение и денежную стоимость.

Те бусины, которые отдал Минейт, давно исчезли, но он определенно привез с собой в Новый Свет именно бусины из венецианского стекла. Их называли торговыми бусинами, или «рабскими бусинами», и делали в Нидерландах исключительно ради торговли с местными жителями в Африке, на Востоке и в обеих Америках. Самые ранние образцы были ярких цветов, часто с узором из спиралей, точек или полосок контрастного цвета¹⁷. Более поздние бусины миллефьори (тысяча цветов) были всех цветов радуги и имели сложный цветочный рисунок внутри стекла. Даже в постиндустриальном мире они поражают своей красотой.

Поскольку леннапей, а также индейцы делавэры вообще уже *имели* ранее существующую денежную систему, по большей части основанную на стандартизированном вампуме, то есть бусинах, вполне разумно предположить, что они сочли голландские бусины вполне приемлемой иностранной валютой. В том месте, где никогда не было стекла, абсолютно симметричные прозрачные стеклянные шарики и бочонки ярких цветов могли и в самом деле показаться такими же удивительными, как драгоценные камни. И вспомним правило для всех драгоценностей и денег: их ценность повышается, если их раньше никогда не видели¹⁸.

И индейцы эти бусины приняли. 4 мая 1626 года Маленький устричный остров был продан ГОК. В то время и впоследствии продавцы со всех точек зрения были вполне довольны ценой. Подумайте о том, что они получили первые в Новом Свете венецианские стеклянные бусины и, что куда важнее, эти бусины были единственными, которые *они* видели.

История о том, как Манхэттен был приобретен за бусины, – это история о воображаемой ценности драгоценных камней. Если желание нарушает работу мозга и если восхищения красивым заграничным цветком хватило для того, чтобы разрушить экономику страны за два месяца, то и совершенно новой драгоценности – нового, но узнаваемого вида валюты – оказалось достаточно для покупки острова, который никому не был нужен.

Эпилог: другой остров

История о том, как голландцы *потеряли* Манхэттен, не менее значима, чем история его приобретения, хотя она и менее известна. Конец всегда в начале, и чтобы понять, как был потерян Манхэттен, нам придется вернуться к войнам за пряности.

К семнадцатому веку португальцы теряли контроль над островами Банда, или Островами пряностей, как их называли в эпоху Возрождения, когда именно пряности приносили максимальную прибыль. Эти острова представляли собой крошечный архипелаг из вулканических островов в южной части Тихого океана и были единственным местом, где в изобилии рос мускатный орех. Когда влияние Португалии на этих островах ослабело, голландцы с радостью заняли место португальцев. К 1559 году ГОК полностью вытеснила португальцев с Островов пряностей и получила контроль над их продажей.

Голландцам настолько не терпелось установить свою монополию, что они замучили не только островитян, чтобы усилить свой контроль, они замучили *орехи*. Мускатный орех растет только на вулканических почвах островов Банда. Чтобы никто не мог их выращивать

¹⁷ Это наиболее распространенный и популярный в то время вид торговых бусин из венецианского стекла и великолепный соперник современных пуговиц.

¹⁸ Это было до контактов с европейцами. Колумб привез стекло, как и европейцы, следовавшие за ним.

в других местах, голландцы перед продажей окунали орехи¹⁹ в известь, чтобы стерилизовать их²⁰. Так что даже если кто-то и нашел бы подходящую почву для этих орехов, из них бы никогда ничего не выросло²¹.

Не позволяйте мускатному ореху ввести вас в заблуждение. Это не та невинная пряность, которая ассоциируется с Рождеством и отвратительными напитками, кишащими сальмонеллой, которые мы пьем у огня. Он внесен не только в кулинарные книги, но и в медицинские учебники, считается ядом и при правильной дозе является мощным галлюциногеном. По мнению историка кулинарии Кэтлин Уолл, в нем «действительно содержатся химические составляющие, от которых вы можете почувствовать себя хорошо»²².

Это был наркотик и, что более важно, экзотический наркотик, который трудно было достать.

У голландцев была одна проблема: в архипелаге оставался единственный крохотный остров, всего лишь скала, который не контролировала ГОК. Остров назывался Ран и принадлежал Британии, и на нем очень густо – даже по меркам островов Банда – рос мускатный орех. Деревья цеплялись за скалу и спускались в океан.

Голландцы не могли отобрать остров Ран у британцев, да и обменять на что-то другое тоже. Флот британцев был ничуть не хуже голландского, их тактика была не менее свирепой. В 1619 году противоборство двух стран приобрело особенно жесткий характер, когда управлять плантациями мускатного ореха ГОК поставила особо злобного своего сотрудника по имени Ян Питерзон Коэн. Он решил, что раз он не может избавиться от соперничества, то просто уничтожит товар. Ему было строжайше запрещено атаковать британских сотрудников на острове Ран в связи с временным соглашением между ГОК и БОК в Европе. Поэтому вместо открытых военных действий Питерзон Коэн и его люди пробрались на остров и сожгли его дотла вместе с мускатным орехом и всем остальным.

Только в 1666 году во время Второй англо-голландской войны британцы раз и навсегда уступили ГОК контроль над остатками острова Ран. Но это произошло только после того, как британский флот взял под свой контроль колонию Новый Амстердам в 1664 году.

Британцы захватили Новый Амстердам не для того, чтобы досадить голландцам, хотя и получили от этого удовольствие. Им просто нужен был опорный пункт в Америке, чтобы нанести удар по испанцам, их смертельным врагам. В конце концов, в обмен на официальный контроль над дымящимися остатками острова Ран голландцы отдали такой же бесполезный Новый Амстердам.

Изначально британцы не слишком радовались сделке. Манхэттен считался куда менее ценным, чем Ран, и они попытались поменять Манхэттен на более ценный остров с сахарным тростником в Южной Америке. Сахар имел ценность. Валуны и устрицы – нет. По очевидным причинам голландцы на это не пошли.

Поэтому остров остался у британцев, которые впоследствии переименовали его в Нью-Йорк.

Но все-таки именно британцы сумели посмеяться последними. Не потому, что никто никогда не нюхал мускатный орех как наркотик, и не потому, что Манхэттен – это самая дорогая недвижимость в мире. Британцы только выгадали от сделки, потому что через несколько лет после обмена мускатный орех начали выращивать на острове Гранада в Карибском море и монополия на мускатный орех перестала существовать. Вероятно, кому-то удалось достать

¹⁹ ОК, технически это семена.

²⁰ Очень ядовитое средство, его часто используют для обеззараживания массовых захоронений.

²¹ Если вас беспокоит тот факт, что люди ели отравленные известью мускатные орехи, вспомните о том, что они пользовались косметикой, в которой было полно свинца, и пили целебный напиток с мышьяком... Так что, скорее всего, у них было куда больше проблем.

²² Kathleen Wall, "No Innocent Spice", *NPR Morning Edition*? November 26, 2012.

нестерилизованный мускатный орех с острова Ран до того, как деревья сожгли, и этот человек нашел для своенравных растений новый дом на другом конце света.

Но какое отношение грустная история мускатного ореха имеет к тем бусинам, за которые купили Манхэттен? Обмен островами – это второй пример того, как будущий капитал обменивали на нечто с сомнительной ценностью, но связь между этими двумя историями намного глубже. Суть в том, что люди сами *определяют* эту ценность. Все связано с вечным законом спроса и предложения, но в еще большей степени с тем, как наше восприятие дефицита или редкости нарушает наше восприятие ценности.

Леннапей обменивали Манхэттен на бусины. Ну и что? Они не владели островом, они просто ловили там рыбу. А бусины были их деньгами. Голландцы, купившие Манхэттен, пусть даже они сами не слишком этого хотели, все-таки *поселились* там. Они пустили корни. Построили целую колонию. А потом они взяли и отдали Манхэттен британцам в 1664 году в обмен на *мускатный орех*.

Ценность – это явно дело вкуса.

2. Прецеденты навсегда

Первое кольцо с бриллиантом в честь помолвки (1477)

Бриллианты, в сущности, бесполезны, если не считать глубокой психологической потребности, которую они удовлетворяют.

Ники Оппенгеймер, председатель De Beers

Реклама – это легализованный обман.

Герберт Уэллс

В 1976 году экономист и писатель Фред Хирш придумал термин *позиционный товар*, чтобы объяснить, как предмет становится желанным только потому, что у другого человека его нет или он не может его приобрести. В сфере экономики позиционным товаром называется такой товар, ценность которого полностью или частично определяется не тем, сколько он стоит на самом деле, а тем, *насколько отчаянно его желают приобрести*. Что-то вроде тех луковиц тюльпанов, которые свели Голландию с ума в 1636 году.

Но какое отношение расплывчатые экономические теории имеют к зависти, а потребности и ограниченный социальный рост – к бриллиантам?

Самое прямое.

Бриллианты *не* навсегда. Кольцо с бриллиантом в знак помолвки является «необходимой роскошью» около восьмидесяти лет. Мы воспринимаем эту традицию как должное, как будто она столь же стара, как и сам брак. На самом деле этой традиции не больше лет, чем микроволновой печи.

Эта глава представляет собой историю *истории*. Вернее, историю двух историй. Одна из них – это история самого первого кольца в знак помолвки, подаренного принцессе Марии Бургундской эрцгерцогом Максимилианом в 1477 году.

Вторая история произошла почти на пять веков позже, когда компания De Beers, получившая контроль над 99 процентами алмазов на земле, убедила весь мир, до этого абсолютно равнодушный, что все хотят иметь кольцо с бриллиантом и всегда этого хотели. Это рассказ о том, как De Beers создала самую невероятную выдумку в истории и в результате построила многомиллиардный бизнес.

Как создать империю

Сто пятьдесят лет назад бриллианты и в самом деле *были* редкостью. До алмазной лихорадки в Южной Африке вся мировая добыча качественных алмазов не превышала нескольких фунтов в год. Алмазы иногда находили на берегах индийских и бразильских рек, но это случалось редко, да и алмазов было совсем мало. Эти алмазы часто бывали крупного размера и иногда были цветными.

Самыми лучшими были алмазы Голконды из Индии²³. Они были настолько безупречными, что от одного из первых стандартов по оценке алмазов пришлось отказаться, когда алмазы Голконды закончились. Этот утраченный стандарт называется «водой», поскольку он описывал почти жидкое качество сияния алмаза. Кристалл был настолько совершенным, что свет, казалось, проходил сквозь него абсолютно свободно. В современных алмазах

²³ Голконда была первым центром по торговле алмазами в мире, пока примерно 150 лет назад алмазы там не закончились.

из Южной Африки «воды» просто нет. Современные стандарты оценки качества алмазов включают в себя цвет, чистоту, огранку и вес в каратах. Они были определены в 1960-х годах как часть маркетинговой кампании. Ее целью было помочь покупателям среднего класса не чувствовать себя ущемленными при покупке мелких бриллиантов.

Алмазы Голконды, такие как знаменитый алмаз «Хоуп», обладают несравненным качеством. К сожалению, алмазы Голконды всегда были невероятно редкими. К началу девятнадцатого века они, казалось, иссякли. Но в 1870 году алмазы вдруг перестали быть особенными или редкими, когда любопытный пятнадцатилетний подросток Эразм Якобс нашел массивный алмаз неправильной формы в Оранжевой реке в Южной Африке. Это стало началом алмазной лихорадки, которой предстояло навеки изменить мир... и индустрию устройства свадеб. Практически сразу же в этот район устремились люди, всюду появились шахты. Вскоре алмазы добывали из земли *тоннами*.

Компанию De Beers основал Сесил Родс. Он родился в 1853 году в семье викария, пытался выращивать хлопок, но прогорел. Задолго до того, как встать у руля самого успешного в мире картеля, Родс отличался невероятными амбициями. В 1890 году его назначили премьер-министром Южно-Африканской колонии, но этого ему было мало. В его планы входили аннексия многих африканских стран и объединение их под флагом империи, а также строительство трансконтинентальной железной дороги, которая связала бы Южную Африку с Каиром.

Родсу даже удалось основать страну Родезию, названную в его честь, пока неудавшийся переворот не вынудил его оставить пост премьер-министра Капской колонии.

Это могло бы стать концом Сесила Родса и его мечтаний об империи, но, как показала история, аннексированные страны и марионеточные правительства были всего лишь его посредственным первым актом.

Приближалось нечто более впечатляющее. Раздраженный тем, что британское правительство не желает помогать ему в строительстве империи, Родс сам занялся бизнесом. В период «схватки за Африку», когда западные державы быстро и хаотично делили между собой континент, чтобы получить доступ к природным ресурсам, в 1889 году Сесил Родс основал Британскую Южно-Африканскую компанию (BSAC). Поначалу он намеревался разрабатывать золотые жилы в южной и центральной Африке. Представьте себе его удивление и восторг, когда юный Эразм Якобс нашел алмаз размером с бейсбольный мяч на берегу реки во владениях Родса.

Родс начал свой путь в алмазном бизнесе с того, что сдавал в аренду добытчикам необходимое оборудование для откачки из шахт воды, которая разрушала их участки. Прибыль от аренды он пустил на покупку участков, выкупая их один за другим. С этого началось то, что стало самой невероятной монополией в мире. Алмазная лихорадка не утихала, сливки, так сказать, поднялись на поверхность, и к 1899 году в алмазном бизнесе Южной Африки осталось всего лишь несколько крупных игроков. Самым крупным была компания Родса — De Beers Consolidated Mines, — получившая название в честь фермы, вокруг которой Родс за гроши скупил землю у фермеров-африканеров.

Но с самого начала De Beers стремилась контролировать не только продажу алмазов, но и само наше *восприятие* алмазов.

Относительная реальность

Правда такова: алмазы не редкость и в действительности не являются ценными. Ценность алмазов в большой степени была создана в головах покупателей.

Согласно теории позиционного товара, вещь приобретает ценность, если становится *желанной*. Другого способа нет. Так называемый позиционный товар ценен не потому,

что необходим или функционален, а просто потому, что его хотят купить. То есть это товар, ценность которого скорее *относительна*, чем *абсолютна*. Драгоценные камни почти всегда попадают в эту категорию.

Как мы уже видели в главе 1, дефицит увеличивает ценность предмета. Вы начинаете желать предмет почти на нейронном уровне, как только вы видите, что в продаже остается мало этих предметов. Это эффект дефицита. Но позиционный товар – это немного другое. Его ценность определяется исключительно желанием иметь то, что есть у других (но только у *немногих* других). Алмаз стоит больше не потому, что алмазов мало. Факт в том, что их малое количество – это *единственная причина того, что они вообще хоть что-то стоят*.

Кольцо с бриллиантом – это воплощение позиционного товара. Оно является символом статуса, и не более того. Его сравнивают с такими же предметами, принадлежащими другим, и, надо надеяться, сравнение будет в вашу пользу. Его ценность определяется размером бриллианта и ценой кольца, но не по объективным стандартам, а по сравнению с другими бриллиантами в той группе, к которой принадлежит владелец.

Это работает так. Вы хотите это, потому что все это хотят. А все остальные это хотят потому, что у других это есть. Никто не захочет того, что каждый может получить. По сути, это все равно что экономическая игра в музыкальные стулья. Поскольку ценность позиционного товара целиком основана на ограниченном количестве этого товара, то она будет сохраняться до тех пор, пока будет существовать спрос, иначе этот товар станет бросовым.

Если бриллианты – это позиционный товар, что могло бы произойти, если бы они перестали быть редкостью?

На камнях

В 1882 году рынок алмазов рухнул.

Десятью годами ранее, в 1872 году, *каждый год* из земли Южной Африки добывали миллион карат алмазов. Это было в пять раз больше, чем добывали во всем остальном мире, и одному богу известно, во сколько раз больше того, что дали алмазные россыпи в Индии за всю свою историю.

В результате южноафриканские, или капские, алмазы, как их тогда называли, приобрели дурную славу, и не только потому, что они не были столь красивы, как алмазы Голконды, чьи запасы давно истощились, а просто потому, что их было слишком много. Они стали обыденными. Так как алмазы продолжали добывать из земли тоннами, владельцы шахт поняли, что скоро наступит момент, когда их драгоценные камни до такой степени заполонят рынок, что превратятся в полудрагоценные камни. В конце концов, как мы уже видели, именно *дефицит* превращает камень в драгоценность.

В эти беспокойные дни знаменитый парижский банкир Жорж Обер резюмировал суть позиционного товара и ночных кошмаров Сесила Родса, высказавшись в печати по поводу дальнейшей разведки алмазных залежей. Были приведены следующие его слова: «Люди покупают алмазы, потому что это роскошь, которая не всем доступна. Если алмазы будут стоить четверть от их нынешней цены, богатые люди перестанут покупать алмазы. Им хватит вкуса, чтобы покупать другие драгоценные камни или предметы роскоши».

В 1888 году Родс нашел блестящее решение проблемы: если бриллианты перестали быть редкостью, он сможет сохранить свою империю, лишь убедив покупателей в обратном. Родс уговорил другого крупного владельца алмазных шахт консолидировать их интересы, создав одну компанию (кое-кто назвал бы это *картелем*), чтобы регулировать поступление алмазов на рынок. Раз они не могут контролировать количество алмазов, извлекаемое из земли, они могут регулировать количество алмазов на рынке.

К 1890 году только что образованная компания De Beers Consolidated Mines владела всеми алмазными копями в Южной Африке и определяла количество алмазов на рынке. Поскольку De Beers контролировала предложение, ей было легко диктовать условия спроса. Люди, пожелавшие купить алмазы, верили: алмазов мало.

По мере того как алмазных шахт становилось все больше и больше, De Beers занервничала. В 1891 году производство алмазов снизили на треть за один только год исключительно для того, чтобы люди поверили в ложь: алмазов на всех не хватит.

Не можете их победить, купите их

Это работало как заклинание... какое-то время.

Но во время паники 1908 года рынок алмазов едва не рухнул во второй раз. В годы перед Первой мировой войной цена алмазов падала. Люди готовились к войне. Алмазы не были необходимостью, это не продукты питания и не сталь. В трудные времена никто не запасается драгоценностями. Хуже того, в это же десятилетие было открыто новое месторождение алмазов, настолько большое, что, по слухам, представитель Родса упал в обморок, увидев его.

В 1902 году Родс умер, и было открыто новое месторождение. Его владелец Эрнст Оппенгеймер не был командным игроком. В конце концов, шахта Оппенгеймера под названием Куллинан давала больше алмазов, чем все копи De Beers вместе взятые.

Группа De Beers пребывала в панике. Они знали, что предсказание Обера вскоре станет явью, если они не предпримут решительных шагов. В 1914 году под нажимом Оппенгеймера, явного корпоративного наследника Родса, компании вынуждены были заключить соглашение о фиксировании цены. Произошло второе слияние компаний и запасов алмазов. Камни выбрасывали на рынок в таком количестве, чтобы поддержать иллюзию их нехватки. Это уже однажды сработало, сработать должно было и на этот раз.

К концу Первой мировой войны произошло слияние шахты Куллинан и копей De Beers. Оппенгеймер стал президентом компании. Теперь De Beers стала единственной компанией, которая контролировала 90 процентов алмазных интересов на планете.

Впервые контроль над рынком алмазов оказался в руках одного человека, у которого была единственная цель. Какая? А вот такая: создать товар, цена на который никогда не упадет. В 1910 году Оппенгеймер заявил: «Здравый смысл подсказывает нам, что единственный способ повысить ценность алмазов – это создать их дефицит... То есть сократить производство».

Но алмазная лихорадка не утихала, потоп было не остановить. Алмазы сыпались словно гравий. Хуже того, алмазы находили в других местах с такой быстротой, что De Beers едва успевала их покупать. Всего за несколько лет создания мировой монополии алмазов стало так много, что империя снова оказалась на грани краха.

Оппенгеймер понял, что для сохранения ценности алмазов De Beers не может просто поддерживать иллюзию их редкости. Необходимо создать еще одну иллюзию: алмазы – это *необходимость*.

То, чего вы никогда не хотели знать о бриллиантах

Что такое алмаз с технической точки зрения?

С точки зрения науки алмаз – это аллотропная форма углерода, то есть всего лишь одна из форм, которую может принимать вещество. К другим аллотропным формам углерода относятся уголь, сажа и графит.

Углерод входит в состав практически *всего*, в том числе и человеческого тела. Оно на 99 процентов состоит всего лишь из трех элементов, и один из них углерод²⁴. Более того, это один из основных элементов атмосферы, океанов и всех органических (то есть основанных на углероде) форм жизни на планете. Сказать, что углерод – это распространенное вещество, было бы явным преуменьшением. Это четвертый из наиболее распространенных элементов во вселенной.

Все алмазы на земле сформировались примерно на глубине 320 миль под земной поверхностью от одного до трех миллиардов лет назад под воздействием высокой температуры и давления. Нет никаких сомнений в том, что несметное количество алмазов все еще остается под землей. Алмазы, которые мы достаем на поверхность, выносят наверх так называемые *кимберлитовые трубки*, «корни» маленьких, но сверхмощных вулканов, уходящих в земную мантию в три раза глубже, чем более крупные вулканы, такие как гора Святой Елены. Миллионы лет назад, во время извержения этих вулканов, алмазы вместе с другими камнями были вынесены магмой наверх.

В самом названии углерода кроется слово, от которого оно происходит, – уголь. Алмазы на самом деле – это всего лишь очень сильно сжатая форма угля.

Забавно, да?

При стандартной температуре и обычном давлении углерод принимает форму графита. В графите каждый атом связан с тремя другими атомами углерода, и все они соединены вместе в двухмерное полотно из шестиугольных колец. Запутались? Представьте ограду из цепочек, лежащую на земле. Место соединения звеньев цепи – это атомная связь. Если вы положите одну цепочку поверх другой, потом сверху добавите еще одну, не фиксируя их, то у вас получится изображение графита.

В каких условиях углерод превращается не в графит, а в алмаз? Все дело в *организации*. Под воздействием очень высокого давления и высоких температур атомы углерода формируют более упорядоченный вариант, в котором все эти цепочки соединены друг с другом *по вертикали* в каждом месте пересечения. Это похоже на поставленные друг на друга кубики, и атомная решетка алмаза симметрична во всех направлениях. Эта решетка и обеспечивает минерал всеми его свойствами, в частности способностью преломлять свет подобно призме. Когда свет проникает в алмаз, невероятная плотность электронов, формирующих кубическую решетку кристалла, преломляет световые волны, разбивает их (на цвета) и отбрасывает их в разные стороны. Это не просто красиво, это совершенство, по крайней мере, с геометрической, молекулярной точки зрения.

Но это не делает алмазы редкостью. В 1998 году в обороте находилось практически вдвое большее количество алмазов, чем это было пятнадцатью годами ранее. С этих пор было открыто множество новых копей. По данным Геммологического института Америки, с начала алмазной лихорадки в Южной Африке в 1870 году было добыто 4,5 миллиарда каратов²⁵. Этого количества бриллиантов достаточно для того, чтобы у *каждого из почти семи миллиардов жителей планеты* было стандартное кольцо с бриллиантом в половину карата, и еще миллиард каратов останется.

Более того, алмазы – это не навсегда, хотя реклама убеждает нас в обратном. Английское слово *diamond* происходит от слова *adamantine*, которое означает «несокрушимый». Хотя алмаз может разрезать только другой алмаз, это не значит, что их невозможно разбить. Для того, чья репутация основывается на силе и вечности, алмазы вовсе не настолько долговечны. Твердые, это да. Алмаз самый твердый из минералов благодаря своей кубической

²⁴ На самом деле в нас столько углерода, что компания Life Gem, основанная в 2001 году, готова взять пепел наших кремнированных любимых людей и с помощью нагревания и сжатия превратить их в натуральный, пусть и искусственно выращенный алмаз. Я сама задумываюсь об этом. В таком виде я смогу продолжать ссоры и дорого стоять *вечно*.

²⁵ A. J. A. Janse, “Global Rough Diamond Production Since 1870”, *Gems and Gemology* 43, no. 2 (2007).

атомной решетке, он почти в пятьдесят раз тверже своего ближайшего соперника сапфира. Но твердый не значит сильный.

С алмазами можно проделать множество ужасных вещей. Вы можете поцарапать их в вашей шкатулке с драгоценностями, если там же лежат другие украшения с алмазами. Вы можете даже сжечь их при температуре 1400 градусов. Я не шучу: они просто исчезнут, от них не останется следа. Или вы можете поступить как мой отец, когда он был любопытным шестилетним мальчиком. Услышав, что бриллианты – это самая твердая субстанция на земле, он взял единственное кольцо с бриллиантом своей матери и вдребезги разнес его молотком. (Для его матери это стало травмой, от которой она, судя по всему, так и не оправилась.)

Алмазы не только хрупкие, но еще и нестабильные с точки зрения термодинамики. В тот самый момент, когда вы читаете эти строки, каждый алмаз или бриллиант, который вам приходилось видеть, медленно превращается в графит. Процесс этот настолько медленный при комнатной температуре, что люди при жизни не увидят его завершения.

Итак... кто хочет получить уголь к Рождеству в этом году?

Ответ ясен: *все*. Пока они не знают подлинную сущность камней, которые они получают. Как правило, люди знают мало, если вообще что-то знают, о химическом составе алмазов. И у этого есть веская причина. Никто за последние восемьдесят лет не продавал алмазы. Продавали *идею*.

Одному богу известно, из чего сделаны идеи...

Обведенные вокруг пальца

К 1930 годам De Beers полностью контролировал поставку алмазов. Создав искусственный дефицит, компания до определенных пределов контролировала и спрос или, по крайней мере, манипулировала им.

Но военную экономику она контролировать не могла. В годы между великой депрессией и приближающейся Второй мировой войной люди не только перестали покупать бриллианты, они начали – вот ужас-то! – пытаться *продавать* свои собственные бриллианты.

Это было предвестием катастрофы. Есть менее известный факт об индустрии бриллиантов: продать ваши бриллианты вам будет очень трудно. Если же вы, к примеру, отнесете ваше колечко с бриллиантом, полученное в день помолвки, обратно в тот магазин, где его купили, магазин его у вас не купит. Почему? Потому что магазин будет вынужден сказать вам, что ваш камешек стоит намного меньше своей продажной цены. Удачное вложение, так, кажется? Продажа «подержанных» бриллиантов именно по этой причине уничтожит спрос.

Более того, почти все добытые алмазы в данный момент находятся у людей. Ими владеют, на них рассчитывают, эти алмазы сверкают в шкатулках для драгоценностей, на пальцах и в музеях. От общего количества этих бриллиантов мутится разум. Если многие начнут продавать свои бриллианты, рынок утонет в них. Как выяснили голландцы во время тюльпанного кризиса 1636–1637 годов, недостаток спроса в сочетании с избытком снизит цену бриллиантов до минимума, если они вообще будут хоть что-нибудь стоить. Алмазы превратятся в вездесущие полудрагоценные камни, каковыми они и являются, и алмазная индустрия никогда больше не оправится от удара. В данный момент алмазы являются ключевой экономической ценностью, и если эта ценность исчезнет, вся мировая экономика рухнет.

Так что же делать? De Beers искусственно манипулировала ценой и поставкой, чтобы контролировать спрос. Она обладала контролем над умами и кошельками людей.

Компании нужен был еще и контроль над их сердцами.

Бриллианты – это «лучшие друзья девушек», помните? Кольцо с бриллиантом – это единственное украшение, которое среднестатистический взрослый человек может счи-

тать необходимостью. Это единственное украшение, к которому женщина может испытывать личную, романтическую и долгую привязанность. Кольцо с бриллиантом – это единственное украшение, которое женщина *ожидает* получить или купить. Никто всерьез не думает о том, что однажды наденет диадему²⁶, но кольцо в знак помолвки – это важная часть канонически успешной взрослой жизни.

И эта идея была придумана *для вас, но не вами*.

В действительности это была тщательно спланированная маркетинговая стратегия, которую культивировали десятилетиями. Использовали психологическое тестирование, изучение спроса, установки в раннем периоде жизни, предложение товара и рекламу на протяжении восьмидесяти лет. Это был образец для всей современной рекламы, особенно табачной, и эта стратегия полностью изменила глобальную экономику.

И речь не идет исключительно о манипулировании предложением и спросом. Это детский лепет. Они манипулировали *вами*.

De Beers удалось взять изначально не слишком дорогой продукт и превратить его в абсолютный стандарт драгоценного материала. По данным Bain & Company (2011), «несмотря на озабоченность состоянием глобальной экономики, алмазная промышленность в 2011 году оказалась удивительно жизнестойкой. Хотя рецессия замедлила продажу бриллиантовых украшений, общий спрос продолжал расти»²⁷. Более того, с точки зрения ретейла, De Beers удалось создать товар, который никогда не терял своей ценности с того момента, как она получила контроль над индустрией восемьдесят лет назад. Это невероятное утверждение, поскольку все товары, даже товары первой необходимости, подвержены серьезным изменениям спроса.

Кто сейчас De Beers? Никто. Много людей. De Beers – это множество компаний, действующих под разными названиями: CSO, «Синдикат», «Алмазная торговая компания», Forevermark²⁸. Это действительно самый успешный картель в человеческой истории. Невидимая рука сфабриковала идею, что алмазы – это самые редкие и драгоценные из камней. Более того, была создана *психологическая потребность* в них.

Как им это удалось? Что ж, все началось с прецедента.

Ты сольешься со мной?

В 1477 году восемнадцатилетний эрцгерцог (впоследствии император Священной Римской империи) Максимилиан сделал предложение своей возлюбленной Марии Бургундской, подарив в знак помолвки кольцо с первым в мире ограненным алмазом. С этих двух влюбленных и началась достойная подражания традиция дарить в знак помолвки кольцо с бриллиантом. Эта традиция с непременными обещаниями и поцелуями просуществовала 539 последних лет. *Вздых...*

Это версия De Beers.

Эрцгерцог действительно сделал предложение (через эмиссаров и посланников) Марии Бургундской в 1477 году, хотя он ни разу с ней до этого не встречался и едва ли выбирал ее из множества других. Он *действительно* подарил кольцо с ограненным алмазом в знак помолвки, но не самой Марии, а ее отцу, Карлу Лысому. Эта часть истории – правда. Не стоит представлять себе крупный бриллиант от Тиффани. Бриллианты были кро-

²⁶ Ну ладно, признаюсь, я думала.

²⁷ Bain & Company and Antwerp World Diamond Centre, “The Global Diamond Industry: Portrait of Growth”, 2012.

²⁸ В 2012 году семья Оппенгеймер продала все свои 40 процентов акций в De Beers Англо-Американской добывающей компании, которой уже принадлежало 45 процентов акций компании, за 5,1 миллиарда долларов наличными. Стоит упомянуть, что Англо-Американская добывающая компания также была основана Эрнстом Оппенгеймером, инвестором De Beers. Поэтому едва ли можно говорить о разделе картеля.

печными и выложены в форме буквы «М». Предположительно, «М» обозначало «Мария», хотя с такой же легкостью буква могла символизировать «монархию» или «Максимилиан». Хотя на самом деле это кольцо с алмазной буквой обозначало тщательно продуманную многонациональную сделку с землей или слияние, каковыми часто бывают королевские браки. И подарок был максимально публичным и тщательно продуманным символическим жестом, полным глубокого смысла.

Современный принцип огранки бриллиантов придумали в Брюгге. Отцу Марии, Карлу Лысому, новая технология *вскружила голову*. На самом деле все были от нее в восторге. Но у Карла были средства, чтобы удовлетворить свою страсть. Он послал самые крупные и лучшие свои бриллианты, чтобы их огранили в «новом стиле» в Брюгге²⁹. Кстати, этот город, по счастью, располагался в его владениях.

Бриллиант с огранкой фасетами – изобретение ван Беркена – это не традиция. Это *технология*.

И Максимилиан не был романтиком. Он думал о будущем (и, возможно, немножко подлизывался к своему будущему тестю). Эрцгерцог был умным парнем, что, несомненно, помогло ему стать впоследствии императором Священной Римской империи. Женившись на Марии, он договорился о том, чтобы получить Нижние земли в качестве ее приданого. Нижние земли – это часть Бельгии и Голландия вместе с ценным Брюгге, новым центром технологии и предметов роскоши.

Кандалы на палец

Прежде чем мы вернемся к слиянию – э#э, к браку – Максимилиана и Марии, давайте снимем сливки с истории колец в знак помолвки. Их совершенно не романтическое происхождение вас, возможно, удивит.

Древние греки и римляне первыми начали дарить кольца в знак помолвки. Разумеется, ассоциации между кругом или кольцом и *обещанием* восходят к глубокой древности и связаны с культурой разных народов. Когда в восьмом-одиннадцатом веках викинги клялись в верности – королю, клятве, друг другу, – они делали это с помощью железного кольца на руке. На Дальнем Востоке у многих народов браки традиционно скрепляли браслетами без застежки – свободными, твердыми и круглыми. Такие браслеты настолько укоренились в индуизме, что замужняя женщина не может появиться без них на людях.

Но древнеримские кольца были новинкой. Хотя символизм кольца очевиден, крошечные оковы для пальца были сугубо римским изобретением. Они носили обручальные кольца на безымянном пальце левой руки. Римляне верили, что именно в этом месте проходит *vena amoris*, или «вена любви», идущая от этого пальца прямо к сердцу. Блестяще, ребята. Вообще-то мы ожидали более научного подхода от тех, кто изобрел бетон и домашний водопровод.

Кто-нибудь должен был им сказать, что не только «все дороги ведут в Рим», но и все вены ведут к сердцу. Именно так работает система кровообращения. Каждая артерия и каждая вена наполнены кровью. Каждая капля этой крови циркулирует в гигантском, сложном живом кольце. И все дороги ведут обратно к вашему сердцу.

От древних римлян пошла наша современная традиция. Но на этом сходство и заканчивается. В простых металлических римских кольцах никогда не было бриллиантов. Более того, их часто делали из железа, чтобы символизировать силу. Согласно некоторым историкам, эти кольца могли также обозначать обладание. (Пятьдесят оттенков романтики, да?)

²⁹ Карл Лысый был таким страстным поклонником ван Беркена, человека, который изобрел технологию, облегчавшую огранку алмазов в новом стиле, что стал его покровителем. Одним из лучших бриллиантов монарха был известный «Санси»: крупный, красиво ограненный бледно-желтый бриллиант, знаменитый до наших дней.

Римляне также обменивались кольцами с друзьями и союзниками, это был осязаемый залог верности. Удивительно, но эти «братские» кольца были куда более сияющими и узорчатыми, чем простые металлические кольца, которыми обменивались любящие друг друга люди.

Возможно, западные обручальные кольца соединили в себе обе эти традиции, хотя современные кольца в знак помолвки имеют больше сходства со сложными клятвенными кольцами с драгоценными камнями, которыми обменивались между собой древнеримские мужчины.

Разнообразие материалов, из которых изготавливали кольца в залог верности или дружбы, подсказывает: то, как их делали, и то, из чего их делали, существенно менялось с течением времени и от региона к региону. В наиболее ранний период кольца изготавливали из самых простых материалов. В результате они становились в большей степени социальными символами, нежели экономическими. Железное кольцо не говорило: «Посмотрите, как мы богаты». Оно говорило: «Эта женщина занята, проходите дальше». В последующие тысячелетия обручальные кольца становились более вычурными, но их универсальное значение «занято» оставалось основным.

Но после падения Римской империи традиция клятвенных колец была утеряна на многие века.

Пока не вмешалась католическая церковь.

Священный брак

De Beers был не первым картелем, «придумавшим» кольцо в знак помолвки ради собственных целей. Папа Иннокентий III был одним из самых влиятельных и сильных пап в Средние века. В начале тринадцатого века он был одним из могущественнейших людей в мире.

Иннокентия III беспокоил тот факт, что во время пребывания на Святой земле или в других далеких странах по пути на священную войну и при возвращении с нее люди слишком вольно обращаются с правилами. Мы все обычно расслабляемся на каникулах. Это в природе человеческой. (Жарко, на вас меньше одежды, такое просто случается...) Такое положение дел папу римского раздражало. Сильно раздражало. Папа Иннокентий III решил, что католической церкви необходим более строгий административный контроль над институтом брака, и не только в духовном смысле.

Поэтому в 1215 году он провел эффективные реформы, благодаря которым католическая церковь начала полностью регулировать институт брака. Надо было получить разрешение на брак, объявить о предстоящем бракосочетании, а потом следовало ждать определенного периода, пока разрешение будет дано. Этот период ожидания получил название «помолвки». И это было начало настоящих колец в знак помолвки, или обручальных колец с камнем.

Эти кольца были исключительно публичным заявлением: «Занята, но пока не замужем» на тот случай, если появятся другие предложения или возражения. Иннокентий III объявил, что «о браке [следует] ... священникам объявлять публично в церквях в подобающее и определенное время, чтобы при существовании законных препятствий о них стало известно». Кольца были необходимым и публичным заявлением о намерении жениться. Их носили и мужчины, и женщины.

Это было сделано не только ради поддержания социального порядка. Католическая церковь, как и De Beers много веков спустя, была заинтересована в монетизации института брака. До этого момента вопрос «Ты выйдешь за меня замуж?» почти всегда означал: «Ты выйдешь за меня замуж прямо сейчас?» О помолвке речи не шло. Безусловно, помолвки существовали, но их обычно устраивала для обрученных третья сторона, как правило, в тех

случаях, когда одному помолвленному или им обоим требовалось достичь возраста вступления в брак.

В других случаях помолвка была всего лишь удобством, когда требовалось время для обсуждения условий брака или для знакомства жениха и невесты, если о браке уже договорились родители; время для того, чтобы родственники приехали в город; время, чтобы сшить красивое платье и выбрать место. До папы Иннокентия III и само бракосочетание, и помолвка перед ним не обязательно совершались в церкви. Иннокентий III установил другой закон: христианские браки *должны* заключаться в церкви.

И вы полагаете, что это у De Beers мертвая хватка?

Кольца в знак помолвки стали популярными частично потому, что они были способом выделить – и рекламировать – обеспеченные классы. Поначалу только высшим классам были дозволены обручальные кольца с камнем в знак помолвки. Чем выше было положение людей, тем более крупными и вычурными были их украшения.

И все равно бриллианты не пользовались спросом.

Прежде всего, их не считали красивыми. Они не сверкали, не имели цвета и, как считалось, не обладали какими-то особенными свойствами. Они не переливались, как опал или лунный камень, они не сияли, как рубин или изумруд, в них даже не было звезды, какую можно было увидеть в некоторых сапфирах или хризобериллах.

Они просто немножко посверкивали. И даже не слишком сильно. По крайней мере, так было до Брюгге.

Режущий инструмент

Если мы хотим быть точными, то первое в мире настоящее бриллиантовое кольцо было создано несколько лет назад. Его создала швейцарская ювелирная фирма из Женевы под названием Shawish Genève. 150 карат, год работы, цена 70 миллионов долларов. Это кольцо целиком вырезано из одного бриллианта. Никаких других камней, никакого металла. Только один бриллиант с множеством граней и вырезанным в нем отверстием, чтобы кольцо можно было надеть на палец.

Для работы с этим бриллиантом потребовалось уникальное лазерное оборудование, специально созданное для этой цели. В этом смысле бриллиантовое кольцо Shawish не слишком отличается от самого первого кольца с бриллиантом в знак помолвки. Как и кольцо Марии Бургундской, оно было создано для того, чтобы продемонстрировать новую технологию.

Так что же такого необыкновенного произошло в Брюгге в конце пятнадцатого века? Лодевик ван Беркен, гранильщик-ювелир, осуществил революцию в огранке бриллиантов, потому что изобрел *скайф*. Так называется быстро вращающееся колесо полировки. Вы, должно быть, слышали легенду о том, что алмаз настолько твердый, что его может разрезать только другой алмаз. Так вот, в отличие от почти всех остальных историй о бриллиантах эта история – правда.

Скайф – это гениальное изобретение, и гениальность его в том, что это стандартное колесо полировки, но пропитанное смесью оливкового масла и алмазной пыли. Алмазная пыль снимает поверхность бриллианта. Это называется огранкой. Процесс позволяет удалить крошечные симметричные участки алмаза. Это основа современной огранки алмазов.

Суть вопроса такова: алмазы в своем натуральном виде весьма непривлекательны. До двадцатого века не существовало технологии их добычи, поэтому большинство алмазов находили в аллювиальных отложениях. Это значит, что их мыли на берегах рек и часто подбирали с земли, словно гравий. Из-за их непростого путешествия к поверхности земли алмазы были тусклыми, грубыми и несколько побитыми.

На самом деле, когда в 1907 году королю Эдуарду VII подарили алмаз «Куллинан» – самый большой необработанный алмаз в мире, весом 3 106 карат, – он не произвел на него никакого впечатления. Грубый камень, из которого впоследствии получились лучшие украшения британской короны, настолько не понравился монарху, что он сказал: «Если бы я увидел его на дороге, я бы отбросил его ногой»³⁰.

Поскольку атомы углерода в алмазе, соединяясь, образуют решетку, кристалл очень трудно поцарапать. Но если ударить по нему под правильным углом, он разобьется, образуя чистую линию. (В ювелирном деле это называется «идеальный разлом».) Самым близким к современному способу обработки алмазов до изобретения ван Беркена была техника, при которой от камня откалывали кусочки с помощью некоего подобия стамески. В результате несколько шероховатых поверхностей откалывали, оставляя сверкающие грани алмаза. Это было лучше, чем ничего. Все-таки камень начинал немного сверкать. Но скайф произвел революцию в ювелирном деле, и Брюгге стал центром торговли бриллиантами. Более того, Брюгге стал самой ценной недвижимостью в Нидерландах.

Получив Брюгге в свое владение благодаря браку с Марией Бургундской, эрцгерцог Максимилиан совершил большой шаг. И «первое кольцо с бриллиантом в знак помолвки» стало его первой ступенью на пути к тому, чтобы стать императором Священной Римской империи.

И хотя слияние – то есть брак – оказалось успешным, оно было совершенно не романтическим, и традиция дарить кольцо с бриллиантом в знак помолвки не прижилась.

О мифах и мужчинах

«Первое в мире кольцо с бриллиантом в знак помолвки» не просто помогло определить судьбу будущего императора Священной Римской империи. То же самое кольцо 475 лет спустя заложило основы другой империи, на этот раз более меркантильного свойства.

Давайте перенесемся на 500 лет вперед. Бедная компания De Beers! К моменту окончания Второй мировой войны и после почти векового практически гангстерского регулирования экономики единственный реальный источник алмазов терял свой рынок. Война уже заканчивалась, но мир изменился.

Аристократия практически исчезла, а вместе с ней исчезли и придворные драгоценности. Не было больше нужды в вечерних диадемах для дам, чтобы появиться на званом ужине, как не требовались и разукрашенные драгоценностями вечерние туалеты. Хуже того, ювелиры не просто потеряли свой аристократический рынок. На смену этому рынку пришел совершенно другой. Появляющийся средний класс стал источником основных экономических и культурных влияний.

Когда De Beers провела исследование покупательского спроса в 1946 году, результаты оказались тревожными. У нового среднего класса были «свободные деньги», но не слишком много, и этот класс совершенно не собирался тратить их на бриллианты, в кольцах или в чем-то еще. Лишь немногие знали, что такое кольцо в знак помолвки, и практически никто не ассоциировал бриллианты с романтикой или с браком. Хотя бриллианты все еще считались классовым символом самых богатых и аристократических семей Европы, после Второй мировой войны эта ассоциация потеряла свою универсальную привлекательность.

Будущему картелю нужно было идти напролом. De Beers должна была «впарить» немалое количество низкокачественных, мелких и бесцветных бриллиантов равнодушной американской публике. Для этого требовалась хитрость.

³⁰ Victoria Finlay, *Jewels: A Secret History* (New York: random House, 2007), 343.

Кольцо с бриллиантом в знак помолвки, каким мы его знаем, – это изобретение De Beers и рекламного агентства N. W. Ayer. Оно в первую очередь товар. Но товар нового вида. Задачей De Beers было эмоционально убедить людей покупать бриллианты, заново предложив идею, что бриллианты – это необходимость, а не соблазн или излишество. Кольцо с бриллиантом в знак помолвки стало способом продать бриллианты самому многочисленному покупателю в мире – среднему классу, пусть даже у этих потенциальных покупателей был минимальный интерес к приобретению бриллиантов. Более того, это был способ облагородить и представить самые мелкие и наименее притягательные из камней De Beers как нечто особенное и важное.

Так как же De Beers это удалось? Для начала в ход пошла существенно отредактированная оригинальная история о том, как Максимилиан подарил Марии первое в мире кольцо с бриллиантом в знак помолвки. История превратилась в прецедент и стала центром эпической рекламной кампании. История о «первом кольце с бриллиантом в знак помолвки» задавала нужный романтический тон и добавляла исторический контекст.

Потом De Beers совершила нечто и в самом деле креативное. Фирма наняла рекламное агентство N. W. Ayer, *чтобы продать идею* кольца с бриллиантом в знак помолвки глупой публике, в частности, толпе подростков до восемнадцати лет.

De Beers уже приходилось прибегать к манипуляции, когда фирма искусственно создала дефицит алмазов, чтобы они считались редкими и, следовательно, ценными. Осталось только придумать, как манипулировать покупателями.

Законодательство того времени запрещало De Beers напрямую вести бизнес в США, но это не значило, что фирма не могла продвигать концепт. И агентство N. W. Ayer не продавало бриллианты. Они продавали *идею* бриллиантов, в частности идею кольца с бриллиантом в знак помолвки, а именно: что оно означает и почему необходимо каждой женщине. В конце концов, не имело значения, где именно люди покупали кольца с бриллиантами, поскольку практически все алмазы были алмазами De Beers.

В 1947 году N. W. Ayer начало каноническую рекламную кампанию «Бриллиант – это навсегда». Агентство задействовало новейшие технологии, включая исследование товара и социальную психологию. Опередив время, оно использовало, хотя и не изобрело, продакт-плейсмент (размещение товара), прием скрытой рекламы. Рекламщики дарили кольца с бриллиантами кинозвездам, а потом платили многочисленным средствам массовой информации, чтобы они показывали звезд с этими украшениями.

De Beers не придумала кольцо с бриллиантом в знак помолвки. Она поступила лучше. Компания изобрела *миф* о кольце с бриллиантом в знак помолвки.

«Мы имеем дело с задачей из области массовой психологии. Мы стремимся к тому, чтобы... укрепить традицию кольца с бриллиантом в знак помолвки, сделать его *психологической необходимостью*, способной успешно конкурировать на уровне ретейла с полезными товарами и услугами...»³¹ Эта цитата взята непосредственно из докладной записки, отправленной De Beers агентством N. W. Ayer в 1940#х годах³². В этой записке Ayer определяет различные целевые аудитории. Неудивительно, что в центре внимания оказались молоденькие девушки³³. N. W. Ayer и De Beers вместе пытались внушить девушкам-подросткам, что получение кольца с бриллиантом – это единственный вариант *настоящей* помолвки. Далее в записке сказано: «Главное, чтобы это давление подкреплялось постоянной рекламой, чтобы показать: только бриллиант всюду принят и признан символом помолвки».

³¹ Курсив автора.

³² Edward Jay Epstein, "Have You Ever Tried to Sell a Diamond?" *Atlantic*, February 1, 1982, 23–34.

³³ Модель табачной рекламы «заполучить их молодыми» повторяет рекламу алмазной промышленности, а не наоборот.

Юноши тоже должны были оказаться под прицелом рекламы. Идея была такой: мужчина не сделал предложения по-настоящему, если он не подарил кольцо с бриллиантом. И, разумеется, размер вашей любви пропорционален размеру и цене бриллианта. Еще в одной докладной записке 1950-х годов подчеркивается необходимость «продвигать бриллиант как материальный объект, который может отражать, в очень личной манере, успех мужчины в жизни».

Умело сочетая новаторские исследования потребительского рынка, рекламу и продакт-плейсмент, De Beers настолько заморочила голову нам всем, что мы верим не только в то, что созданный миф – это правда, но и в то, что *так было всегда*. Мифология оказалась настолько увлекательной, что она обеспечила беспрецедентные продажи товара, который прежде De Beers продать не могла, причем аудитории, которая не хотела его покупать.

Страстно влюбленные женщины

Но вы же заплатили за этот миф, верно? Заплатили за уверенность в том, что вы купили «правильное» кольцо, что кусочек камня, на который вы потратили целое состояние, важен, вечен и имеет *реальную ценность*. В 1938 году, когда De Beers обратилась в N. W. Ayer, она задала рекламному агентству вопрос, которому суждено было стать определяющим экономическим вопросом следующего столетия: будет ли «использование пропаганды в различных формах» выигрышной стратегией для продажи товара или нет?

Дороти Дигнэм и Френсис Джерети составляли костяк команды, которая и придумала стратегию N. W. Ayer для De Beers. Эти две женщины в максимальной степени в ответе за то, что сейчас миллионы и миллионы женщин имеют кольцо с бриллиантом в знак помолвки. Примерно 80–90 процентов современных невест щеголяют таким кольцом. Только за последний год покупатели в США потратили 7 миллиардов долларов на такие колечки. Дигнэм и Джерети также в ответе и за ту острую сентиментальную привязанность, которую эти миллионы женщин испытывают к кольцам с бриллиантом, которые они носят в знак своей помолвки.

Возможно, вы этого не знаете, но в тридцатых и сороковых годах стандартной практикой в крупных рекламных агентствах, таких как N. W. Ayer, было нанимать на работу женщин. По условиям контракта они продавали товары другим женщинам.

Для начала Дигнэм и Джерети убедили женщин в том, что «предложение без бриллианта – это не настоящее предложение». Слоганы наподобие «Что такое двухмесячная зарплата за то, что прослужит вечно?»³⁴ буквально диктовали, сколько должны стоить кольца с бриллиантом в знак помолвки, по скользящей шкале, разумеется, поскольку целевой аудиторией были все.

В 1947 году Джерети предложила новый слоган, ставший знаменитым: «Бриллиант – это навсегда». За всю ее двадцатипятилетнюю карьеру Джерети написала почти все слоганы для пропагандистской рекламной кампании De Beers. За две недели до своей смерти в 1999 году слоган Джерети «Бриллиант – это навсегда» был назван слоганом века по версии *Advertising Age*³⁵.

Коллега Джерети, Дороти Дигнэм, отвечала за PR и, если говорить конкретнее, за продакт-плейсмент. На самом деле она практически изобрела этот прием. Она обратилась на киностудии, чтобы убедить их включить слово *бриллиант* в названия фильмов и снимать сцены с «участием» драгоценных камней. Что более важно, Дигнэм проследила за тем,

³⁴ J. Courtney Sullivan, “How Diamonds Become Forever”, *New York Times*, May 3, 2013, p. 23.

³⁵ Согласно последнему интервью Джерети, в период между великой депрессией и Второй мировой войной, при минимальном росте экономики, американцы готовы были тратить деньги на что угодно, только не на бриллианты. В этом интервью Джерети сказала, что бриллианты и кольца в знак помолвки считались «деньгами, выброшенными на ветер».

чтобы актрисы носили бриллианты и вне экрана. Именно она придумала практику давать крупные бриллианты напрокат знаменитостям во время церемоний вручения «Оскара», на премьеры и дерби в Кентукки, где их заметят и будут фотографировать. Со временем бриллианты стали ассоциироваться со знаменитостями, новыми, сугубо американскими королевами.

Но Дигнэм атаковала не только Голливуд. Она проследила за тем, чтобы дебютантки и женщины из высшего общества также получали напрокат бриллианты. Когда «нужные люди» проникались идеей кольца с бриллиантом в знак помолвки, Дороти Дигнэм обеспечивала этому событию необходимое освещение в прессе. Обеспечив покупку такого кольца, она обращалась в средства массовой информации, чтобы эти кольца были показаны и упомянуты в каждой газете, в каждом иллюстрированном журнале и в светской хронике.

Дигнэм даже отдавала некоторым женщинам бриллианты даром, чтобы потом показать публике, какие потрясающие личности их носят.

Пока Джерети играла на струнах сердец своими самыми креативными и новаторскими слоганами века, ее коллега Дигнэм следила за тем, чтобы публика видела бриллианты везде и на всех тех, кому женщины хотели подражать. Понятно, почему две женщины, ответственные за создание и распространение самого романтического мифа двадцатого мифа, так и не вышли замуж. Они были замужем за своей работой. Ведь, по сути, они сформировали наше восприятие бриллиантов и то, как мы относимся к кольцам с бриллиантом в знак помолвки. Эти дамы помогли придумать и отточить современную рекламу. И все это они сделали для компании, которая всего лишь хотела продать камни, слишком мелкие и слишком обыденные.

Выяснилось, что «пропаганда в различных формах» оказалась не просто полезной. Она изменила правила игры в мировой экономике.

Любовь нельзя купить

Хотя нет, подождите. *Да, ее можно купить.*

По крайней мере, если верить De Beers, вы можете это сделать. Компания потратила последние полвека, убеждая мир в том, что бриллиант – это синоним любви. Не все хотят бриллиант, но все хотят любви. И самое лучшее в любви – с точки зрения продавца – это то, что она бесплатна, поэтому маржа прибыли умопомрачительная!

Есть причина, по которой соединение бриллиантов с идеей любви оказалось столь успешным. Любовь и деньги делят одну и ту же жилплощадь в вашем мозгу. Исследования в относительно новой сфере, которая называется нейроэкономикой, изучают именно это. Ученые изучают процесс принятия решений при выборе альтернативных вариантов, то есть то, как ваш мозг оценивает вещи. Группа ученых в университете Дьюка сумела найти уязвимое место. Оно называется вентромедиальная префронтальная кора (vmPFC), всего несколько сантиметров в глубине между вашими глазами.

Так что же происходит в этом месте?

Вы оцениваете вещи. Вы любите вещи. Ученые выяснили, что «процесс, определяющий и эмоции, и оценку, происходит в вентромедиальной префронтальной коре»³⁶. Это значит, что процесс, в результате которого появляется эмоциональная привязанность, и процесс, помогающий оценить ценность вещей, оба происходят в маленьком кластере нейронов.

Понятно, что иногда случается короткое замыкание.

³⁶ A. Winecoff and others, “Ventromedial Prefrontal Cortex Encodes Emotional Value”, *Journal of Neuroscience* 33, no. 27 (2013): 11032–39.

Всем уже известно, что помочь человеку почувствовать себя хорошо – это эффективный способ заставить его расстаться с наличными. На это способен и дружелюбный продавец, и реклама, в которой сняли улыбающегося малыша. Но до недавнего времени мы ничего не знали ни о том, почему это происходит, ни о том, как работает этот механизм. Теперь, благодаря идентификации vmPFC и ее работы, мы об этом узнали. Согласно доктору Скотту Хьюэтту из Центра междисциплинарных научных решений в университете Дьюка, было установлено, что определение ценности и эмоция происходят в коре независимо друг от друга, но до этого открытия никто не находил *физической* связи между ними.

Что ж, должно быть, у De Beers возникло подозрение...

Изобразить недоступность

Смог бы другой цветок, не тюльпан, заставить голландцев настолько потерять голову? И разве бриллиант красивее фианита? Они выглядят одинаково и почти так же отражают свет. Более того, фианит прозрачнее и лучше сверкает, у него чище цвет.

Действительно ли бриллиант лучше фианита?

Естественный ответ: «Да». Но я скажу вам как профессиональный ювелир, что большинство ювелиров их не различают... если камни без оправы. Именно дешевая оправка выдает фианит при первом осмотре. Если бы вы вставили фианит в дорогую оправу и сделали это качественно, я бы не смогла отличить его от бриллианта, во всяком случае, со 100-процентной гарантией. Мне бы потребовалась электронная ручка-анализатор, которая своим лучом пронзила бы камень и определила индекс преломления света.

Что же происходит с бриллиантами? Стали бы мы любить их с такой же силой, если бы они не были такими недоступными? Когда что-то трудно получить, разве вам не сильнее хочется эту вещь, этого человека, это красное печенье, хотя бы чуточку сильнее?

Именно так действует эффект дефицита. Даже если этот дефицит создан искусственно – De Beers придерживает алмазы или невролог убирает печень, – он одинаково воздействует на ваш мозг и ваше тело.

Миф о кольце с бриллиантом в знак помолвки представляет собой уникальное сочетание эффекта дефицита и позиционного товара.

Желание – это одно. Потребность – это другое. *Нужны* ли нам были бы бриллианты, если бы мы не знали, что они «правильная вещь» или «лучшая вещь»? Что, если бы мы не ассоциировали их с теми, кем восхищаемся и на кого хотим быть похожими, с теми, кого мы боготворим, и с теми, кого мы ненавидим, потому что у них есть те вещи, которые мы хотели бы иметь, и та жизнь, которой мы хотели бы жить?

Бриллианты не самая сильная вещь на земле. Восприятие сильнее.

Часть гениальной стратегии De Beers связана с тем фактом, что мы социально ориентированы на приобретение того, что нас научили ценить. Искусственно создавая культуру дефицита вокруг товара, который *сама компания заставила нас ценить*, De Beers изобрела товар, который ни разу не терял своей ценности с того момента, как компания получила контроль над этой индустрией. Произошло это почти сто лет тому назад³⁷.

³⁷ Что De Beers может сказать в свое оправдание? Хотела бы я это знать... При написании этой книги я опросила небольшое количество представителей ювелирных фирм. Эти интервью были разными. Некоторые нервничали, другие держались настороженно. Кое с кем было очень трудно, зато другие поражали открытостью и стремились помочь. Никто по-настоящему не ожидал интервью с De Beers. Все знают, насколько это трудно сделать. Компания славится своей закрытостью. Поэтому я просто отправила электронное письмо начальнику отдела по связям со средствами массовой информации. Я объяснила, что пишу о De Beers и мне хотелось бы поговорить с представителями компании об истории De Beers и истории первого кольца с бриллиантом в знак помолвки. На ответ я не надеялась. Но я его получила. Ответ был очень дружелюбный. Мне позвонила женщина из этого отдела и спросила, о чем, собственно, эта глава. Я дала ей честный, но краткий обзор. Она отнеслась к этому с энтузиазмом, проявила интерес и задала множество вопросов. Я спросила, не могу ли я взять

Кусок камня

Очаровательный, пусть и политически мотивированный подарок Максимилиана будущей супруге Марии спустя пятьсот лет был очень умно заново упакован и продан как романтика всему миру. Это был просчитанный маневр, обеспечивший De Beers экономическое превосходство во всем мире на протяжении десятилетий. Более того, миф о кольце в знак помолвки превратил кольцо с бриллиантом не только в узнаваемый всемирный символ романтики и успеха, но и в «необходимую роскошь».

De Beers взяла субстанцию, которую она же превратила в драгоценный камень, разделила его на крошечные кусочки для зарождающегося среднего класса и продала их так, словно это были ценные украшения.

И все получили кусок камня.

По данным консалтингового агентства Bain, дела никогда не шли лучше, несмотря на то что De Beers потеряла монополию на необработанные алмазы в связи с разведкой новых месторождений в Канаде и Австралии. И они оказались куда крупнее, чем то, из-за которого веком раньше управляющий Сесила Родса упал в обморок.

Факты таковы: с поставкой никогда не было проблем. Все крутилось вокруг искусственного дефицита и манипуляции спросом. И никому *никогда* не удавалось так манипулировать спросом, как De Beers.

Кольцо с бриллиантом в знак помолвки как *концепт* – это весьма недавняя вещь. Удивительно то, насколько без сучка и задоринки он сумел интегрироваться в иконографию современной жизни. Нас вынудили представлять себе наше будущее кольцо с бриллиантом в знак помолвки, мечтать о нем, думать о нем как о своем собственном, как о части нашей личности. Это яркое свидетельство силы медийной манипуляции и успеха маркетинговой стратегии De Beers.

В отличие от похожих символов других эпох кольцо с бриллиантом в знак помолвки – это глобальный феномен, символ, узнаваемый в любой стране. До 1967 года De Beers даже не пыталась взломать Азию, где традиционно не существовало ни обручальных колец, ни колец в знак помолвки. Но к 1978 году половина японских невест щеголяли кольцами с бриллиантом. Теперь Япония – это второй по величине рынок после США.

Факты таковы: нас приучили не только *хотеть* кольцо с бриллиантом в знак помолвки, но и интегрировать его восприятие в наше понимание того, кто мы, чего мы хотим, чем станем или не станем наша жизнь. Невероятно. Ни одна другая компания не сумела совер-

интервью у Стивена Люссье, исполнительного директора De Beers по внешним и корпоративным делам. Он также является президентом De Beers Ботсвана и De Beers Намибия. Женщина ответила мне, что интервью возможно, и предложила встретиться с другими сотрудниками. И она продолжала расспрашивать меня о «невероятно интересной теме». Я подождала три недели. Ответа не было. В конце концов я принялась звонить ей по телефону. При каждом нашем разговоре она неизменно излучала энтузиазм. Просто все очень заняты... И не могла бы я прислать им написанную мной главу, чтобы они освежили память? Я терпеливо объясняла, что мне не хотелось бы показывать незаконченную работу и что глава пока не имеет окончательного варианта. Наконец эта дама сообщила мне дату предполагаемого интервью. У меня были и другие дела в Лондоне, поэтому я села в самолет и отправилась туда. И хотя она назначала мне две встречи в разное время, но я не прислала ей по электронной почте то, что я собираюсь написать о De Beers (я и сама на тот момент этого не знала), она отменила обе встречи в последнюю минуту. Я отправила ей последнее электронное послание. Моя поездка подходила к концу. Я провела в Лондоне *пять недель*. Мне нужно было знать, состоится ли все-таки интервью. Мне было сказано, что разговор состоится только в том случае, если я пришлю ей главу для ознакомления и рецензирования De Beers. *Никакого интервью не будет*, но De Beers пришлет мне свои официальные комментарии. Мне пришлось отказаться. Мне нужно было интервью, а не заранее одобренный пресс-релиз. Так что же De Beers может сказать в свое оправдание? Судя по всему, ничего, если только они сами не устанавливают строгие рамки для разговора. Я была разочарована, но не удивлена. В конце концов, с самого первого кольца с бриллиантом в знак помолвки и до последнего De Beers всегда контролировала восприятие людей: восприятие бриллиантов, восприятие любви, восприятие необходимости. Поэтому не следует удивляться тому, что компания строго контролирует и восприятие публикой самой De Beers.

шить ничего подобного, хотя сигареты на короткое время ненадолго обогнали бриллианты в погоне за нашими деньгами. Ни один другой товар не смог настолько свободно интегрироваться в американскую мечту, не говоря уже о сознании людей. Подумайте только: так было не всегда. Это продолжается всего лишь восемьдесят лет.

Что же все-таки сделала De Beers, когда придумала кольцо с бриллиантом в знак помолвки? Она нас надула?

Все выглядит очень похоже на сценарий с новым платьем короля. De Beers обманом заставила нас покупать дешевые камни, превознося их до небес, заставила нас полюбить их, словно это был магический идол или священная икона.

Или компания и в самом деле *создала* ценность? Неужели ценность – это то, что можно создать?

Разумеется. Помните позиционный товар? Это товар, который сам по себе не имеет никакой ценности. Его ценность относительна. Истинный виновник – вентромедиальная префронтальная кора – это вязкий участок вашего мозга и вашего сердца, который определяет, меняет и даже создает ценность, а также нашу эмоциональную привязанность или даже любовь к этой ценности.

Если вы сможете заставить человека чего-то захотеть, то эта вещь будет иметь ценность для того человека, который хочет ее получить. Если вы можете заставить *весь мир* чего-то хотеть, то у этой вещи есть ценность. Точка.

De Beers не просто создала миф и рынок. Компания *создала желание*. И даже если за всем этим стоит лишь короткое замыкание в вашем мозгу, то это желание создает настоящую ценность.

Может быть, это все любовь...

3. Цвет денег

Изумрудный попугай и дела Испанской империи

Эта леди уверена, что все блески — это золото, и она покупает звездную лестницу в небо.

Led Zeppelin

Все яд — дело в дозе.

Парацельс

Задолго до того, как De Beers показала нам кольцо с бриллиантом в знак помолвки и сделала нам предложение стать для нас единственной, был еще один камень, из-за которого у всех останавливалось сердце. В западной (и восточной) истории жемчуг и еще в большей степени *изумруды* были валютой.

В течение тысячи лет столь непохожие культуры, как Древний Египет и наполеоновская Франция, превозносили изумруды за их сияние и ассоциировали эти камни с божественным началом. Но ни одна империя не имела отношений более глубоких с этим сверкающим зеленым драгоценным камнем, чем Испания шестнадцатого века.

В действительности мифическая история Эльдорадо, сияющего Золотого города, не была до конца мифом. На самом деле это была искусно созданная реклама со стороны испанской короны, испытывавшей трудности с наличными. У этой рекламы был сверкающий зеленый аналог: Изумрудный попугай. Существовал не только он, но и город, изобилующий изумрудами. Эта история изменила ценность изумрудов, баланс сил в Европе и население континента. Но и это не все. Быстрые изменения в испанской экономике, связанные с притоком средств, и проблемы, появившиеся в результате, четыре века спустя заложили основание для наших собственных проблем.

Восприятие власти

Увлечения приходят и уходят, но первая любовь остается навсегда. Одержимость человечества изумрудами уходит настолько глубоко и наше желание иметь их так теряется во тьме веков, что примеры этого можно найти на любом этапе нашей общей истории. Это единственные камни, которые встречаются в статусных украшениях для волос эпохи неолита. Да, вы правильно поняли. Я говорю о коронах пещерных людей³⁸. На самом деле само слово *изумруд* насчитывает тысячелетия.

Самые старые из известных изумрудных копеек, во всяком случае в западном полушарии, были в Египте. Хотя они датируются, по крайней мере, 330 годом до н. э., то есть за несколько веков до ее эпохи, их все равно называют копиями Клеопатры, поскольку самая известная царица Египта прославилась необычным использованием изумрудов. Более двух тысяч лет тому назад Клеопатра с помощью изумрудов сумела держать Рим в узде не только финансово, но и *психологически*. И в этом случае лишь немногие правители понимали подвижную связь между силой убеждения и убеждением силы так же хорошо, как это делала Клеопатра. Когда ее лишили трона, она продолжала всюду носить крупные изумруды, фирменные драгоценности своего царства, чтобы напомнить людям, что она царица, на троне или без него. Ее украшения были и символом, как национальная икона, которую

³⁸ Они существуют в Северной Африке и украшены необработанными темными изумрудами, а также костями и смолой.

все видели, и агрессивной демонстрацией богатства. Каждый задумывался: если Клеопатра может заплатить за это, за что еще она может заплатить: за армию? за флот?

В то время знаменитые копи Клеопатры в Зубарахе были лучшим, если не единственным источником изумрудов. Клеопатра соблазнила Цезаря демонстрацией роскоши, дав мастер-класс по устрашению. Она встретила его покрытая золотыми тканями, лежа на внушительной груде драгоценных зеленых камней ее страны.

Цезарь вернулся в Рим не только пораженный египетской царицей и ее драгоценностями, но и с новым пониманием более тонких путей использования богатства, которое демонстрирует не только изобилие, но и *силу*. В результате Цезарь почти сразу же ввел ряд новых законов в своей столице, ограничивающих использование некоторых предметов роскоши узким кругом людей³⁹.

После того как наследник Цезаря Август захватил Египет, а Клеопатра покончила с собой, он взял под свой контроль добычу изумрудов. Эти камни он использовал для установления «Пакс Романа» (*Pax Romana*), или «римского мира», – беспрецедентного двухсот-летнего периода внутреннего мира, внешней экспансии и социального развития. Это был не столь уж короткий классический период основанной на изумрудах римской славы, впоследствии подогревший одержимость Наполеона этими камнями. Он покрыл изумрудами себя, свою императрицу и своих придворных, намеренно эксплуатируя ассоциацию этих камней с богатством и силой Римской империи в период ее расцвета.

Византийский император Юстиниан запретил использовать изумруды в украшениях всем, кроме самого себя и императрицы Феодоры, не из тщеславия, а в целях экономии. Ему не хотелось, чтобы его главная зарубежная валюта и самый желанный товар отлеживался в ювелирных шкатулках⁴⁰.

Достаточно сказать, что изумруды были бриллиантами своей эпохи. «Их эпоха» – это *каждый день*, начиная с античности. От нашего времени эту эпоху отделяют лишь несколько столетий. У нас есть все основания предполагать, что именно изумруды – и тысячи лет истории человечества, когда они считались самыми драгоценными камнями в мире, – по крайней мере, частично в ответе за то, что люди ассоциируют зеленый цвет с богатством.

Сила восприятия

Почему же именно изумруды из всех драгоценных камней настолько неразрывно связаны с идеей денег?

Возможно, все дело в цвете.

«Эффект красного платья» – это один из самых известных психологических экспериментов, связанных с эффектом восприятия цвета. Мужчинам из контрольной группы показывали серию снимков женщин, и они неизменно считали, что женщины в красном более сексуальны или более открыты для флирта, чем *те же* женщины, но в платьях другого цвета⁴¹.

Этот простой эксперимент показывает, как люди ассоциируют простые цветовые сигналы со сложными социальными посланиями. Эти сигналы уходят далеко в прошлое нашей эволюции. Скорее всего, красный цвет говорит «секс» мужчинам, потому что он физически ассоциируется с плодовитостью, овуляцией и румянцем, а не потому, что женщины надевают красное, когда хотят секса. Но легко увидеть, как это все смешивается в мозгу совре-

³⁹ К примеру, согласно повелению Цезаря пурпурную тогу мог носить только он.

⁴⁰ Victoria Finlay, *Jewels: A Secret History* (New York: Random House, 2007).

⁴¹ Adam D. Pazda, Andrew J. Elliot and Tobias Greitemeyer, “Sexy Red: Perceived Sexual Receptivity Mediates the Red-Attraction Relation in Men Viewing Woman”, *Journal of Experimental Social Psychology* 48, no. 3 (2011): 787.

менных людей, когда люди двадцать первого века идут на поводу у инстинктов, отточенных за двадцать пять миллионов лет.

Похожие исследования показывают, что у людей, смотрящих в течение нескольких секунд на зеленый цвет, расширяются кровеносные сосуды, пульс становится реже, давление падает. Зеленый цвет не просто успокаивающий и приятный, он еще и приносит вам *пользу*. Согласно многочисленным исследованиям, в зеленой комнате снижается давление. Есть доказательства и того, что воздействие световых волн правильной длины стимулирует нейротрансмиттеры, создающие ощущение благополучия. Вы никогда не задавались вопросом, почему в больницах, психиатрических лечебницах и тюрьмах стены часто выкрашены разными оттенками зеленого? *Зеленый цвет действительно успокаивает вас*⁴².

Этот удивительный факт, без сомнения, связан с сотней миллионов лет биологической эволюции, которая заставляет нас связывать зеленый цвет с природным изобилием. Мы видим зеленый цвет и ассоциируем его с весной, окончанием зимы и концом голода. Мы ассоциируем зеленый цвет с *едой*, а еду – с изобилием. В доиндустриальную эру ничто не говорило о богатстве так, как еда. В современном постиндустриальном контексте мы ассоциируем изобилие с деньгами⁴³.

Но есть и кое-что еще. Краткий урок психологии: наш глаз воспринимает цвета с помощью специальных клеток, которые называются колбочками. Разные колбочки ответственны за восприятие красного, зеленого или голубого цвета. Но помимо этого все ваши колбочки наиболее чувствительны к длине световых волн 510 нанометров. Перевожу на обычный язык: вы видите зеленый цвет яснее и ярче, чем все остальные цвета. Ваши глаза созданы так, чтобы всегда видеть зеленый цвет. Короче говоря, мы *эволюционировали*, чтобы искать его.

Давайте посмотрим на другие примеры из жизни, когда зеленый цвет играет критическую роль. Любой первоклашка скажет вам, что зеленый обозначает «идите», а красный обозначает «стойте». Почему так? Сигналы дорожного светофора создавались на основе сигналов железнодорожных семафоров. А те, в свою очередь, использовали более ранние сигналы флажков. Красный цвет всегда обозначал запрет, поскольку он ассоциировался с опасностью. Он всегда привлекает внимание, и его очень трудно пропустить. Если вы хотите привлечь внимание мужчины, надевайте красное. Если вам *необходимо* привлечь чье-то внимание, чтобы передать нечто срочное (например, «стоп»), красный также пригодится.

На цветовом колесе зеленый расположен напротив красного. Это означает, что он ничуть не похож на красный, и его легко отличить от красного. Вот почему их используют в тандеме. Но что более важно, зеленый используется еще и потому, что это наиболее заметный для человеческого глаза цвет, одновременно успокаивающий и стимулирующий. Он говорит: «Иди сюда, здесь все хорошо». С точки зрения эволюции зеленый – а не красный – реально цвет «иди сюда». Он не просто означает, что «*безопасно* идти», он означает «туда *хорошо* идти».

Будь то зеленые пастбища ясного предначертания или свет маяка Дейзи Бьюкенен, зеленый в мозгу человека стал синонимом свободы, экспансии и возможностей.

Деньги, вот чего я хочу

Зеленый цвет – это практически универсальный символический цвет почти во всех культурах. На Ближнем Востоке это священный цвет: цвет ислама и цвет одежды пророка. Задолго до этого зеленым был цвет кожи Осириса, умирающего и воскресающего бога Древ-

⁴² Возможно, именно поэтому император Нерон, как считается, читал и смотрел состязания через стекла, сделанные из тонких срезов египетских изумрудов. Но этого явно было недостаточно. Парень был безумцем.

⁴³ Вы никогда не замечали, что иконки «купить сейчас» всегда зеленого цвета? Они вам внушают: расслабьтесь, нажмите и *потратьте эти деньги*.

него Египта. До распространения христианства зеленый был священным цветом для кельтов, поклонявшихся Зеленому человеку, или Джеку-в#Зелени. Его лицо с прорастающими из него листьями, вырезанное в камне, до сих пор можно увидеть в средневековых христианских соборах. В Азии зеленый цвет был символом королевской власти, и самый зеленый из жадеитов назывался «императорским».

Добавьте в это уравнение пару миллионов лет эволюции человека, которая со временем заставила людей идентифицировать зеленый цвет с большей легкостью, чем все остальные цвета, и подсознательно ассоциировать его с изобилием, свободой и выбором. Понятно, почему в Америке зеленый – это цвет денег.

Но в мире много зеленых драгоценных камней. Почему именно изумруд приобрел особую ценность, эмоциональную и экономическую?

Причина проста: *дефицит*. Как мы уже видели в предыдущих главах, именно дефицит существенно усиливает – и даже создает – восприятие ценности. На протяжении всей человеческой истории изумруды, в отличие от других драгоценных камней, действительно были редкостью.

Эти яркие камни говорят одновременно «достаточно» и «недостаточно», и поэтому изумруды и их цвет стали синонимом денежного богатства, а не изобилия еды. Пока Изумрудный попугай не указывал путь к богатым изумрудами копиям Колумбии, эти камни были беспрецедентно редкими, благодаря чему они стали законным примером дефицитного товара, каковым мы только воображаем бриллианты.

Большинство драгоценных камней можно найти по всему миру, разными будут только оттенки цвета, качество и количество. Но в отличие почти от всех остальных драгоценных камней (алмазов, сапфиров и рубинов в особенности), естественные месторождения изумрудов встречаются лишь в некоторых местах⁴⁴. И образуются они исключительно в поистине сотрясающих землю условиях.

Так как же получают изумруды? Для начала необходимо взять два континентальных плато и с силой *столкнуть* их.

Двигается ли земля?

Изумруды не сверкают, они сияют. Это качество называется «стеклянный блеск» и означает, что изумруды кажутся влажными. Внутри изумрудов свет не преломляется, превращаясь в миллионы маленьких радуг, как это происходит в бриллианте. Вместо этого световые волны слегка задевают плоские зеленые поверхности изумруда, придавая им блеск еще влажного лака для ногтей.

Причина удивительной красоты изумруда связана с его химическим составом. Изумруды – это простые шестиугольные кристаллы берилла, «зараженные» в процессе формирования различными количествами хрома и/или ванадия. Кристаллы берилла (циclosиликат бериллия и алюминия) $[\text{Be}_3\text{Al}_2(\text{SiO}_3)_6]$ не имеют цвета, отличаются уникальным блеском и не слишком часто встречаются. Чистый берилл с качеством драгоценного камня встречается еще реже.

Если бесцветный кристалл берилла в процессе формирования получает включения железа, то он приобретает различные оттенки голубого, и такой камень мы называем аква-марином. Если же в процессе формирования к кристаллу добавляется марганец, то камень становится розовым, и называют его морганит⁴⁵. Желтый берилл – это гелиодор, белый –

⁴⁴ Наиболее известны месторождения Колумбии, Бразилии, Египта и Зимбабве.

⁴⁵ Камень назван в честь американского промышленника начала двадцатого века Дж. П. Моргана, чья недолгая, но истинная страсть к коллекционированию привела к созданию Моргановского мемориального зала драгоценных камней в Американском музее естественной истории. Когда камни надоели Моргану, он передал свою частную коллекцию музею

гошенит. Берилл приобретает различные цвета в зависимости от того, какой дополнительный элемент участвовал в формировании кристалла.

Изумруды насыщенного темно-зеленого цвета являются самыми редкими и самыми ценными⁴⁶. Это единственная разновидность берилла, которая считается драгоценным камнем. Дополнительный элемент в изумрудах – это хром, придающий минералам характерный цвет и сияние в ультрафиолетовых солнечных лучах. Другими словами, изумруды действительно сияют⁴⁷.

Итак, изумруды – это комбинация двух элементов, хрома и берилла. Но с географической точки зрения такое сочетание и существовать-то не могло. Начнем с того, что и берилл, и хром в принципе встречаются редко. Оба элемента существуют в природе в крошечных количествах и при этом в разных участках земной коры. Хром находят в изверженных породах, и наибольшее его количество (2 кг/т) содержится в ультраосновных породах, по-настоящему древних. Эти породы являются частью тектонических плит, которые покрывают магму земли под океанами. Берилл же обычно находят в самых молодых изверженных породах, пегматитах, то есть в остывшей магме, на склонах гор и в пещерах.

По сути, берилл и хром – это Ромео и Джульетта среди химических элементов. При обычных обстоятельствах эти две редкие субстанции даже встретиться не могли. В нормальных условиях эти элементы несовместимы *химически*. Чтобы сформировался изумруд, древние породы в океанической коре должны были удариться о континентальный шельф с невероятной, буквально сотрясающей землю силой. Такое и в самом деле случалось, но всего несколько раз.

Это явление называется орогенезом, или горообразованием. Вот что при этом происходит: два континентальных плато сталкиваются. Континентальный шельф сминается и вздыбливается, образуются складки, тогда как вода высокой температуры и расплавленные минералы выталкиваются наверх через каждую трещину. Именно так сформировались горные массивы, например Гималаи и Анды.

Именно так появились изумруды.

Когда в так называемых «зонах сочленения» образовались горы, часть горячей воды, в которой кроме всего прочего содержался расплавленный хром с морского дна, прорвалась через твердую черную корку спрессованного сланца и попала в пустоты горной породы. В некоторых из этих пустот росли кристаллы берилла. В редких случаях расплавленный хром *заменял* алюминий в циклосиликате бериллия и алюминия, превратив обычный бесцветный кристалл берилла в бесценный сияющий зеленый изумруд.

Теперь вы понимаете, что изумруды действительно являются редким и экстраординарным феноменом – не только как драгоценные камни, но и как *событие* в геологической истории земли, насчитывающей 4,54 миллиарда лет.

Столкновение миров

Давайте все же вернемся из царства геологии в царство политики, экономики и не теряющей своей популярности гонки за наличными. Прошли миллиарды лет после того, как бла-

и увлекся другим хобби.

⁴⁶ Ладно, это не совсем так. Красные бериллы, которые иногда называют красными изумрудами, встречаются еще реже, и ценность их намного выше. Но их практически нет. Удивительные камни, но ничего более странного вам в жизни видеть точно не приходилось. Во всем мире найдено всего несколько крошечных жил. Я как раз разыскиваю красный берилл, пока пишу эту книгу.

⁴⁷ Сияние изумрудов является предметом дискуссий. Рональд Рингсруд, эксперт, связывает уникальное сияние изумрудов с их физической структурой. В своей книге *Emeralds: A Passionate Guide* он настаивает на том, что «нарушения роста, [которые] отклоняют и смягчают цвет» внутри структуры минерала, приводят к его более широкому рассеиванию. Поэтому камень излучает сияние.

годаря горообразованию сформировались все изумруды в мире, и снова произошло столкновение миров в Андах. Но еще до того, как Старый Свет во второй раз обрушился на Новый Свет, там уже образовалась собственная мрачная черная корка.

Забудьте о том, что на поверхность поднимаются сливки. Каждый раз и в любом месте на поверхность поднимаются *богатые*, занимая вершину социальной лестницы. Правильно это или нет, но они всегда, хотя бы частично, стоят на плечах всех тех, кто находится под ними. Это всего лишь экономика. Вы не можете быть начальником без подчиненных и наоборот, и сколь бы привлекательной ни была идея Утопии, люди давно от нее отказались.

Представьте экономику в виде акробатической пирамиды и богатых как акробата на самой ее вершине. Те, кто наверху, находятся, по логике вещей, в большой опасности. Продолжим аналогию с акробатами. Вместо того чтобы смотреть на своих товарищей и быть благодарным за то, что он находится наверху, а не внизу, или смотреть вниз и размышлять о том, как больно будет упасть на землю, «верхний» начинает смотреть вверх. Вместо того чтобы считать себя дальше всех от земли, акробат на верхушке пирамиды начинает считать себя ближе к небесам.

Этот самообман – вера в то, что оказавшийся на вершине пирамиды избран богом, – был любимым аргументом супербогатых людей, аристократии, королей и королев на протяжении тысячелетий. Они даже придумали для этого термин – «мандат небес». Это выражение пришло из Древнего Китая, когда династия Чжоу свергла династию Шан в 1046 году до н. э. Они объявили, что небеса велели сделать это, поэтому все в порядке. И свою победу над предыдущим режимом они восприняли как *доказательство* своей правоты. Из этого логически следовало, что все их деяния, как хорошие, так и плохие, были *правильными*. И все потому, что так было предначертано небесными силами.

Это удобное оправдание, появившееся в Китае в 1046 году до н. э., пришлось весьма кстати двадцать пять веков спустя в Испанской империи.

Хотя в 1468 году Испания еще не была империей. Она даже не была государством. Испания представляла собой всего лишь свободное собрание ссорящихся между собой из#за пустяков королевств. Большую часть Иберийского полуострова в этот период занимало мавританское королевство Гранада. Лишь в 1469 году, когда восемнадцатилетняя Изабелла, принцесса Кастильская, вышла замуж за семнадцатилетнего Фердинанда, принца Арагонского, появилась первая возможность объединения Испании.

Звучит как в сказке, да? Они жили долго и счастливо...

Не совсем.

Никто никогда не ждет испанскую инквизицию⁴⁸

Через пять лет после свадьбы с Фердинандом Изабелла унаследовала корону Кастилии. Счастливая чета едва не поссорилась из#за этого. Считаясь хозяином в доме, Фердинанд рассчитывал стать королем. Изабелла (которая на самом деле *была* хозяином в доме) была старше, и Кастилия была *ее королевством*. Ее поддерживал народ. Фердинанд же претендовал на трон по праву пола. Поэтому они решили править вместе.

Спустя еще пять лет умерли родители Фердинанда, и он унаследовал Арагон. Некоторое время Фердинанд обдумывал идею оставить Арагон себе, но к этому моменту совместное правление (или всего лишь признание того факта, что в этой семье Изабелла носила брюки) уже вошло у супругов в привычку, поэтому они решили продолжать управлять этими королевствами вместе.

⁴⁸ Во всяком случае, в моей семье. У нас долгая история (по крайней мере, в Испании), когда нас выкидывали из разных мест за то, что мы указывали на очевидное в неудачный момент.

Впервые Испания по-настоящему объединилась. В 1481 году Фердинанд и Изабелла по воле папы римского получили титулы католических королей. Католики пришли в восторг, все остальные – по многим причинам – восторга не испытывали, поскольку Изабелла была религиозной экстремисткой, ненавидевшей всех неверующих.

Инквизиция была сильной рукой католической церкви. Ее создали в двенадцатом веке, чтобы обнаруживать и наказывать еретиков. К моменту рождения Фердинанда и Изабеллы инквизиция уже несколько веков существовала как силовая структура католической церкви. Но в 1478 году католические короли получили особое разрешение папы Сикста IV и учредили собственную испанскую инквизицию, которой предстояло заниматься исключительно мнимыми новообращенными.

Мнимые новообращенные были уникальной и парадоксальной проблемой. В те времена, чтобы стать частью приличного испанского общества (или, в большинстве случаев, просто остаться в живых), требовалось быть католиком. Поэтому многие люди были вынуждены принять новую веру. Но они не всегда были в этом искренними. Страх смерти и (или) пыток не является, как оказалось, мощным мотиватором для подлинного развития веры и любви к церкви. Вот это и беспокоило Изабеллу. Она считала, что мнимый католик куда хуже еврея.

Она объявила всем, что они могут быть католиками или *кем-то еще*, но не хотела, чтобы мотивом к идентификации людей с католической верой становился страх. Это просто не всем нравится.

Изабелла и Фердинанд издали указ, касающийся евреев Испании⁴⁹: обращайтесь в католичество, умрите или выметайтесь из страны. Более того, их католические величества определили следующий порядок. Если евреи хотят уехать, то сделать это они должны с пустыми руками. Именно это было очень важно. Людям, не пожелавшим обратиться в католичество, следовало немедленно покинуть страну, отдав все свои деньги и вещи короне.

Большое количество евреев, примерно сто тысяч, сменили веру. Но как только они это сделали, из страха перед смертью или пытками, то практически сразу попали в лапы инквизиции. Там они либо умирали под пытками, либо под пытками признавались в том, что, приняв новую веру, они лгали... Ну, вы понимаете, глубоко в душе.

Оставшихся в живых изгнали из Испании с пустыми руками. И этот исход существенно обогатил государство. Вскоре мусульмане Иберийского полуострова испытали на себе подобные королевские милости. Для короны это стало существенным экономическим подспорьем. Но этот уголок Европы, бывший за десять-двадцать лет до этого самым изысканным, разнообразным и толерантным, очень быстро начал превращаться в неприятное место.

Неприятные соседи

Когда люди думают об Испанской империи, они вспоминают Новый Свет и Колумба, конкистадоров и сокровища. Некоторые вспомнят инквизицию и антисемитизм. Если знаний немного больше, то на память придут королева Изабелла и путешествия, за которые она заплатила своими драгоценностями. Но невидимая нить, соединяющая все эти элементы в единое целое в истории быстрого расцвета и падения Испанской империи, – это *деньги*. Откуда они появились? И более важный вопрос: на что они пошли?

История Испании – это история быстрых и повторяющихся экономических бумов и крахов. В течение чуть более чем ста лет бумы становились все более крупными и частыми, как, соответственно, и крахи. И все началось с захвата земель.

⁴⁹ Десять лет спустя то же самое проделали с маврами Гранады.

К 1488 году Испания стала единой. Испанская инквизиция работает не покладая рук. Казна полна благодаря религиозной политике «*оставь свое добро и выметайся*». Дела идут отлично (по крайней мере, для Фердинанда и Изабеллы). Что же еще пожелать католическим королям к двадцатилетию правления? В списке приоритетов стоит южная часть полуострова. Да-да, они положили глаз на единственный уголок Иберийского полуострова, еще не попавший к ним в лапы, Гранаду.

Гранада была многокультурным бастионом образования, коммерции, искусства и науки. И, с точки зрения католических королей, приютом отвратительной смуглой ереси. В Гранаде, открывавшей путь в Северную Африку, через которую шла оживленная средиземноморская торговля, жили мавры, турки, сарадины и евреи. В течение четырехсот лет это было арабское королевство на земле Иберии, а для Фердинанда и Изабеллы – камешек в туфле.

К тому же королевство было очень богатым, что придавало ему дополнительную привлекательность.

Поэтому католические короли совершили разумный шаг: они попытались захватить Гранаду.

К 1492 году Фердинанд и Изабелла уже почти десять лет осаждали Гранаду, и война становилась все затратнее. В самом начале Реконкисты (захвата земли по приказу бога) у них были деньги, но конфликт проглотил их. Их католические величества приняли несколько затратных решений в 1492 году и влезли в долги.

Спустя четырнадцать лет после создания испанской инквизиции великий инквизитор Торквемада⁵⁰ сказал Фердинанду и Изабелле, что *всех* евреев необходимо изгнать из Испании. Сто шестьдесят тысяч покинули страну по собственной воле, оставив все свое имущество (в частности, деньги в виде золота и драгоценностей) испанской короне, как настоятельно потребовал Торквемада.

Звон монет...

Этот массовый исход и связанный с ним приток наличных удачно совпал с успешным отвоеванием Гранады. Но разрушение чужих империй обходится дорого. *По-настоящему* дорого, особенно если империя древняя, хорошо выстроенная и с населением из высокообразованных людей, не приемлющих оккупацию. Даже добытого кровавым путем имущества трехсот тысяч убитых или изгнанных евреев и (или) еретиков не хватило для того, чтобы покрыть расходы Испании на «священную войну» и аннексию Гранады.

И Господь не выписывает чеки, даже католическим королям.

Можно ли заложить корону?

История о том, как королева Изабелла заложила свои драгоценности, чтобы финансировать плавание Колумба в Восточную Азию, относится к особой категории сомнительных историй, в которых есть доля правды. Велись жаркие споры о том, что она не могла заложить драгоценности короны ради Колумба. *Это* правда. Она не могла. И не потому, что это было запрещено⁵¹, а потому, что они уже были заложены. Изабелла заложила их годом раньше, чтобы продолжать войну против мавров в Гранаде. Священная война – дело дорогое.

⁵⁰ Злобный Торквемада возглавлял испанскую инквизицию и был духовником Изабеллы. Он и сам был внуком испанского новообращенного. Неужели все эти пытки и геноцид из-за ненависти к самому себе?

⁵¹ Хотя, по мнению куратора Музея Виктории и Альберта, такого быть не могло, поскольку драгоценности принадлежали не самой Изабелле, а государству. Королева, продающая или закладывающая драгоценности короны, – это все равно что президент США, продающий мебель из Белого дома. Возможно, Изабелла получила особое разрешение, так как заем требовался для ведения войны в интересах государства.

Согласно королевскому историку Айрин Л. Планкет, «драгоценности короны были заложены купцам Валенсии и Барселоны»⁵² во время войны в Гранаде. На этом этапе испанская монархия еще не начала выбрасывать всех евреев из страны и конфисковать их ценное имущество. Их королевские величества сделали это только после того, как деньги закончились и им потребовались новые вливания.

Испания оказалась по уши в долгах. Священная война, как и изумруды, будет способствовать созданию и развалу Испанской империи, причем так же, как и изумруды.

Историческая ирония заключается в том, что Испанская империя искала сокровища по большей части ради ведения священных войн. По сути, сокровища, найденные Изабеллой и Фердинандом, не только финансировали их войны, но и *оправдывали* их. Их католические величества полагали, что сокровища были физическим воплощением того, что Господь одобряет их священные военные кампании. Помните, я говорила, что Господь не выписывает чеки? Вычеркните это. В Испании пятнадцатого-шестнадцатого веков монархи определенно думали иначе.

Обретение и накопление богатства, разумеется, привело к новым священным войнам, к дальнейшему расширению Испанской империи, чтобы найти новые богатства и финансировать новые священные войны. Так продолжалось до тех пор, пока под властью Испании не оказалась настолько большая, раздутая, неповоротливая империя, что она не могла не развалиться.

Колумб продолжал твердить о коротком пути в Азию, рассказывая ту самую сказку, которую он годами пытался продать во многих королевствах Европы. Наконец, в последние дни реконкисты Гранады, когда денег уже не осталось, находились в достаточно отчаянном состоянии, чтобы его выслушать. Поэтому когда он пообещал сломленной и отчаявшейся Изабелле жемчуг и драгоценности, не говоря уже о пряностях (помните, они были тяжелыми наркотиками в 1491 году; кое-кто даже продал остров за мускатный орех), королева решила на эту сделку.

Изабелла заложила последние *свои* драгоценности (не драгоценности короны, которые давно были заложены), чтобы оплатить примерно четверть расходов Колумба. Остальные деньги дали частные инвесторы⁵³. Обычно считается, что всю экспедицию финансировала королева, поскольку именно она первой поверила в Колумба⁵⁴.

Подумайте: ведь именно азиатское изобретение – фарфор – вы дарите людям на двадцатую годовщину свадьбы...

С пустыми руками не возвращайся

Итак, великий мореплаватель Колумб отправился в путь. Каравеллам «Нинья», «Пинта» и «Санта-Мария» предстояло переплыть океан и прибыть в полные пряностей

⁵² Irene L. Plunket, *Isabel of Castile and the Making of the Spanish Nation: 1451–1504* (New York: G. P. Putnam's Sons, 1915), 216–220.

⁵³ Фамилия моей семьи не Рейден, а Меламед. Меир Меламед был одним из финансистов, вложивших деньги в первое плавание Колумба. Впоследствии он предложил, чтобы он и его друзья получили свои вложения назад, когда корабли с сокровищами начали прибывать в Испанию. Именно в это время Изабелла и Фердинанд заговорили о мнимом обращении, едва ли не в голос кричали: «*Пошли вон отсюда!*» – и в конце концов изгнали всех евреев из Испании. Пожалуй, для моей семьи это был не самый удачный момент.

⁵⁴ В начале моей карьеры, когда я уже не предлагала совершить подлог, изменив пробу металла, я все-таки возглавила отдел оценки драгоценностей, в частности антикварных, в фирме House of Kahn. Самым замечательным экземпляром оказалось украшение, которое предположительно принадлежало испанской королеве Изабелле. Мне предстояло определить его подлинность. Это был золотой браслет без застежки, украшенный рубинами, расположенными вокруг крупного бриллианта. В этом браслете не было южноамериканских изумрудов, что позволило мне, как оценщику, предположить, что он относится к доколумбовой эпохе. Так как это было личное украшение Изабеллы, а не одно из украшений короны, то, скорее всего, оно было среди тех, которые были заложены, чтобы финансировать плавание Колумба. Я носила его всю неделю.

и драгоценностей порты Востока. Это известно любому школьнику. Это более или менее правда. Но в этом варианте истории отсутствуют многие интересные детали, в частности то, что это путешествие – первое из четырех, совершенных Колумбом за всю жизнь, – было самым успешным, несмотря на тот факт, что он не достиг заявленной цели своего плаванья.

Колумб сошел на землю на острове Эспаньола. Во всяком случае, он решил назвать остров именно так, в честь Испании. Изумрудов Колумб не нашел, да он и не ждал этого. В конце концов он решил, что оказался в неизведанной части Ост-Индии⁵⁵. Более того, к вящему разочарованию, он не обнаружил ни золота, ни жемчуга, привезти которые он обещал королеве Изабелле⁵⁶. Малое количество золота, обнаруженное у туземцев, оказалось в виде украшений и безделушек. Они объяснили как смогли, что это золото не местное и они выменяли его у людей из далекой страны.

Не это хотел услышать Колумб.

Представьте себе его разочарование. Под разочарованием я подразумеваю настоящий ужас. Он взял огромную сумму денег ради этого рискованного плаванья, пообещав найти прямой торговый путь в Восточную Азию, но вместо этого наткнулся на огромную землю, на которой не оказалось ничего по-настоящему ценного. Он взял деньги у *испанской короны* во времена *испанской инквизиции*. При таком раскладе деньги мафии покажутся займом у родной бабушки.

Как же успокоить кредиторов, ожидающих его в Испании, особенно королеву, которая заложила последние драгоценности? Ответ очевиден: привезти рабов. Все, что могла предложить Эспаньола, – это живой товар. У Колумба, который был не совсем тем героем, которого мы помним со времен школы, никаких проблем с этим не возникло.

Колумб вернулся триумфатором с кораблями, полными рабов, и привез несколько украденных золотых безделушек, принадлежавших им. Эти безделушки он и предъявил при дворе. Были ли выходцы из Нового Света людьми, заслуживающими спасения и обращения? Стали ли они отныне испанскими подданными, как полагала Изабелла? Или, как объявил Колумб, они были всего лишь живой силой, которой предстояло владеть Испанской империи? Следующие несколько столетий по этому поводу велись ожесточенные дебаты. Некоторым испанцам пришлось по вкусу возможность владения рабами. Других заинтриговал Новый Свет и его потенциальные возможности.

Изабелла испытывала по поводу Нового Света возбуждение другого рода, вечного.

Купить лестницу в небеса

Мы все знаем о том, что конкистадоры прибыли в Новый Свет в поисках обогащения. Известно нам и о том, что благочестивые, пусть и введенные в заблуждение, миссионеры последовали за ними, чтобы обращать в католическую веру местных жителей. Но вы, скорее всего, не задумываетесь над тем, что со столь разными целями и миссионеров, и конкистадоров отправил в Новый Свет один человек: королева Изабелла.

Изабелла была здравомыслящей женщиной и одной из самых знаменитых владельцев драгоценностей в истории, поскольку она заложила часть своей коллекции ради Колумба. Была она и ревностной католичкой. Королева Изабелла оказалась из числа тех немногих людей, чьи личные желания – среди прочих желание увидеть всех обитателей Нового Света католиками, с применением силы, если потребуется, – поменяли мир и экономику ее века и на пять следующих столетий.

⁵⁵ Колумб умер, искренне уверенный в том, что Эспаньола действительно находится недалеко от Японии.

⁵⁶ Третьим пунктом из обещанного были пряности с Островов пряностей.

Несмотря на то что она мечтала обратить в католичество как можно больше людей, ее отношение к новым подданным оказалось двойственным. Когда Колумб вернулся из первого плавания с малым количеством золота, но с большим количеством рабов, это раскололо Испанию. Итогом этого раскола станет распад Испании и отречение короля после пятидневных публичных дебатов между представителями двух противоположных мнений.

Колумб полагал, что европейцы от природы превосходят всех остальных людей и имеют «естественное право» поработать низшие расы, к которым относились жители Северной и Южной Америки. Он считал, что из Нового Света можно везти не только золото, серебро и изумруды. Люди тоже стали добычей и принадлежали Испании.

Изабелла настаивала на том, что туземцы являются ее подданными, а не рабами, поэтому их необходимо обратить в католичество. На самом деле ее чувства были намного глубже и причудливее. Она не только настаивала на том, что с туземцами следует обращаться по-доброму и обращать их в веру так, как вы бы сделали это с собратьями-европейцами (забавно, если вспомнить те добрые методы, которыми обращали в католичество собратьев-европейцев). Королева утверждала – со всей серьезностью, – что это серьезное испытание, уготовленное нам в Новом Завете. Изабелла объявила, что это последнее *испытание* перед возвращением Иисуса. Она верила: если Испания обратит в католичество весь Новый Свет, Христос вернется на землю.

Но затем произошло следующее. Королева проверила свой баланс в банке. Выяснилось, что она снова на мели⁵⁷. Вы поняли, к чему все идет?

Изабелла, будучи прагматичной или лицемерной королевой (вполне возможно и сочетание этих двух качеств), продолжала цепляться за разговоры о возвращении Христа и обращении туземцев. Но она опустила первую часть – о том, что с ними надо обращаться по-доброму и обращать в христианство как ее подданных и как равных, – молчаливо согласившись на порабощение и геноцид туземцев в невероятных размерах, чтобы получить доступ к их драгоценностям, ценным металлам и другим ресурсам.

И как же Изабелла это оправдывала? Мне бы хотелось сказать, что у нее нашлись веские аргументы. Но нет, это была простая неуклюжая финансовая логика исключительно в собственных интересах. Пытаясь купить себе лестницу на небеса, Изабелла верила, что жизненно важно обратить в католичество жителей Южной Америки, обращаться с ними как со своими подданными и равными. Но, понимаете, не сейчас. Куда *важнее* сначала превратить их в рабов, забрать все золото, серебро и изумруды с континента, чтобы с их помощью оплачивать священные войны Испании против всех остальных.

Когда Испания как империя достигнет тотального превосходства – за счет этих рабов и их денег, – *тогда* она отнесется к индейцам и метисам, по крайней мере к тем, кто останется в живых, как к равным. Они же не будут против этого возражать и станут любить ее как свою королеву, а она обязательно обратит их в католичество. Иисус вернется и поздравит победившую Испанскую империю!

Изабелла явно была безумна.

Золото дураков

В Испании двор и частные инвесторы ждали возвращения Колумба из портов Восточной Азии с кораблями, полными драгоценностей, шелков, пряностей и золота. А он вернулся

⁵⁷ Так как ростовщичество католическая церковь объявила вне закона, в пятнадцатом веке большинство банкиров в Испании не были католиками, и их как раз выслали из страны. Казалось бы, выслав банкиров из страны, вы разом избавляетесь от финансовых проблем. Но проблемы с этого начинаются. Выгода краткосрочная: ваши долги и выдающиеся займы исчезают вместе с кредиторами. Долгосрочные последствия: *больше не у кого занимать*. А без займов экономика не может функционировать. Ой!

с сообщением, что открыл Новый Свет посреди океана. Возбуждающие новые перспективы, совершенно не нужные, если говорить об альтернативном пути в Азию, и все-таки захватывающие. Но этот энтузиазм несколько омрачал тот факт, что Колумб привез только живой груз и овощи.

В конце концов окажется, что в Новом Свете беспрецедентные запасы богатств, привычных для Старого Света: золото, серебро, жемчуг и изумруды в невероятном количестве и высочайшего качества. И это не считая совершенно нового, лучшего класса наркотиков. До свидания, пряности! Привет, кофе, шоколад, табак, кокаин и поистине белый дьявол – сахар! Но Испания не знала, что это только начало.

Как бы вы поступили, если бы вложили крупную сумму в какое-нибудь предприятие и начинаете понимать, что, возможно, поставили не на ту лошадь? Все просто. Как поступили Родс и Оппенгеймер из De Beers, захватившие рынок алмазов, когда выяснилось, что изобилие алмазов превратило их в почти ничего не стоящие камни?

Они солгали. Лгали и пытались превратить эту ложь в правду, заставив всех остальных в нее поверить.

Это называется пиар. Будь то история о предполагаемом дефиците алмазов или история о бесконечных богатствах Нового Света – все это доброе старомодное вранье. Вот откуда появилась история об Эльдорадо, знаменитом Золотом городе в джунглях Южной Америки. Великий исследователь Понсе де Леон искал источник вечной молодости и открыл Флориду. Хотя эта история может оказаться правдой, если принять в расчет средний возраст жителей Флориды.

На самом деле Эльдорадо, что означает «позолоченный», действительно существовал, но это было не место, а *человек*, верховный правитель народа чибча (муиска). Как пишет Уилли Драй, «когда новый правитель получает власть, его правление начинается с церемонии на озере Гуатавита. Отчеты об этой церемонии разнятся, но все они сходятся в одном: нового правителя натирали золотой пылью, а потом в озеро сбрасывали золото и драгоценные камни [изумруды]⁵⁸».

Но с течением времени и после многочисленных пересказов человек превратился в место, а место стало мифическим: Золотая империя, выстроенная из цельного золота. Подстегиваемые слухами охотники за сокровищами повалили на континент в поисках места, которое никогда не существовало. Вместо Золотого города они находили только обитателей джунглей на юге и индейские поселки пуэбло на севере. Когда история об огромном городе из цельного золота начала распространяться, остановить ее оказалось невозможно, как невозможно засунуть обратно в тубик зубную пасту.

Да и никому не мешало то, что люди поверили в обещания Эльдорадо. Корона, которой требовались эмигранты в Новый Свет, капитаны, ищущие готовых платить пассажиров, или торговцы, нуждающиеся в покупателях, – все они намеренно и систематически распространяли истории о местах, подобных Золотому городу. Они пытались заманить охотников за сокровищами в Южную Америку и Среднюю Америку, чтобы те разнюхали, есть ли там подлинные сокровища.

Этот умный прием используется до сих пор, и те, кто его применяет, играют на нашей врожденной слабости перед лицом позиционного товара. Современный пример – очередь ожидания перед пустым клубом. Цель – устроить столпотворение перед входом. Людей, стоящих в очереди, заставляют думать, что клуб полон и все стремятся в него попасть. И еще больше людей становятся в очередь с искренней уверенностью в том, что есть за чем сто-

⁵⁸ Willie Drye, “El Dorado Legend Snared Sir Walter Raleigh”, *National Geographic*, October 16, 2012, <http://science.nationalgeographic.com/science/archaeology/el-dorado/>.

ять. В конце концов, надо надеяться, людей в очереди окажется достаточно для того, чтобы заполнить клуб. И ложь превратится в реальность.

Испанцы не пытались заполнить клуб. Они пытались заполнить континент. Им требовались охотники за сокровищами, способные разведать, есть ли на континенте золото, о существовании которого было заявлено.

И это сработало точно так же, как это работает сейчас. Иногда ложь оказывается правдой. Испанцы все-таки нашли город сокровищ. Только сокровище было не золотым.

Оно было зеленым.

Эль Инка и Изумрудный город

Гарсиласо де ла Вега, которого часто называли Эль Инка, был сам по себе сродни изумруду. Сын низложенной принцессы (пальи) инка по имени Чимпу Окльо⁵⁹ и испанского конкистадора, капитана Гарсиласо де ла Веги и Варгаса, он был редким и замечательным результатом жестокого столкновения двух континентов.

Примечательно, что он не был нежеланным незаконнорожденным сыном, плодом позорного сексуального завоевания. Его родители не состояли в законном браке, но им было разрешено жить в разных, но приличных резиденциях, и мальчик рос, путешествуя между ними. Он говорил и по-испански, и на языке кечуа и гордился и своей царской кровью, и испанским культурным наследием. Со всех точек зрения, у него было счастливое привилегированное детство, и близкие отношения с обоими родителями были наполнены любовью.

Гарсиласо де ла Вега родился в Куско, Перу, 12 апреля 1539 года и умер в Кордове, Испания, в 1616 году. При крещении его назвали Гомес Суарес де Фигероа, но так как он рос в Перу (когда он прибыл на континент, обширная испанская родня приняла его холодно), то предпочел, чтобы его называли Эль Инка в честь народа его матери.

Эль Инка был поэтом, солдатом и невероятно образованным писателем-полиглотом. Став старше, он служил в испанской армии, но наиболее известен как писатель и переводчик благодаря своему вкладу в испанскую литературу. Но самое важное – это то, что он был хроникером истории собственного народа в Перу. Его считают автором наиболее полных и точных записок об истории и культуре инков и наименее пристрастного рассказа о социальном устройстве и религии их государства. Написанное им по большей части представляет собой отчеты о его собственных путешествиях или отчеты о жизни его родителей, полученные «из вторых рук».

В «Истории государства инков» он представил хронику подвигов своего отца, капитана на службе у известного конкистадора Педро де Альварадо. Отец Эль Инка и другие испанские солдаты сопровождали Альварадо в поисках того, что в то время считалось «мифической землей Перу», и особенно легендарного Эльдорадо, затерянного Золотого города.

Они так и не нашли Эльдорадо. Вместо этого они нашли Оз. То есть они нашли своего рода Изумрудный город.

Изумрудный попугай

В «Истории государства инков» говорится, что «в долине Манта, которая, как оказалось, была столицей целого региона, находился большой изумруд, который, по слухам, был размером со страусиное яйцо». Местные жители, которых Эль Инка называет «идоло-

⁵⁹ Мать Гарсиласо де ла Веги была индейкой из царского рода Инков, кузиной Ата-вальпы, последнего императора инков, и внучкой императора Тупака Инка Йюпанки.

поклонниками», «поклонялись изумруду»⁶⁰. В этом городе, пускается в объяснения автор, люди обращались с этим огромным превосходным изумрудом не просто как с идолом, а как с живой богиней. В одном из отчетов сказано, что изумруд был похож на яйцо⁶¹, но фольклор называет его попугаем, вырезанным очень искусно из одного гигантского драгоценного камня. Эль Инка пишет: «Его выставляли во время больших празднеств, и индейцы приходили издалека, чтобы поклониться ему и принести жертвы, приносили в дар маленькие изумруды»⁶².

Изумруд поклонялись как живой богине-птице, и он находился в собственном храме вместе с *другими* сокровищами. Поклонение и жертвоприношение заключалось в том, что индейцы «приносили в дар мелкие изумруды, поскольку жрецы касика Манты заявили, что это приношение весьма приятно богине, большому изумруду, так как мелкие изумруды – это ее дочери»⁶³.

На самом деле индейцы рассказали Альварадо и его людям, что жрецы говорили, будто *все изумруды* были дочерьми большого изумруда и ни один другой дар не мог понравиться матери больше, чем возвращение ее детей. Из-за этого и из-за широкого географического распространения религии «они собрали большое количество изумрудов в этом месте, где они и были найдены доном Педро де Альварадо и его компаньонами, одним из которых был мой хозяин Гарсиласо де ла Вега [отец Эль Инка], когда они отправились завоевывать Перу»⁶⁴.

Испанцам не потребовалось много времени, чтобы сложить два и два. Они попросили посмотреть внутреннее помещение храма и не испытали особого удивления, обнаружив там изобилие изумрудов, бесконечно превосходящих качеством те камни, которые они видели в Старом Свете.

Поклонение камню

С этого момента история начинает разворачиваться так, как вы и ожидали. Испанские солдаты замучили или убили множество людей и забрали все изумруды из храма. Есть лишь один интересный поворот. Поскольку слухи об испанцах как о захватчиках-мародерах бежали впереди них, гигантский «изумруд, которому поклонялись как богине, был тайно унесен индейцами сразу же, как только вошли испанцы... И его настолько тщательно спрятали, что, несмотря на поиски и применение страшных угроз, его так и не нашли»⁶⁵.

Интересен тот факт, что инки всегда без колебаний отдавали свое золото и серебро (под прицелом, разумеется). Но несмотря на то что испанцы применяли свои самые креативные методы допроса, отточенные за десятилетия инквизиции, прошло почти десять лет до того времени, когда им удалось выведать место *одного* месторождения изумрудов инков. И никто так и не открыл им местонахождение спрятанной «богини».

Никаких переговоров с инками по поводу драгоценных камней также никто не вел. Даже если бы испанцы склонны были поторговаться – а этого не было и в помине, – им бы не удалось приобрести изумруды в обмен на дешевые товары, наподобие стеклянных бусин или алкоголя. Они наконец-то нашли единственную в истории часть света, Южную Америку, где изумруды *не были* деньгами.

⁶⁰ Kris Lane, *Colour of Paradise* (New Haven, CT: Yale University Press, 2010), 26.

⁶¹ Я думаю, путаница могла произойти при переводе, поскольку в описаниях из первых рук сказано, что камень был «величиной» со страусовое яйцо.

⁶² Lane, *Colour of Paradise*, 26.

⁶³ Lane, *Colour of Paradise*, 26.

⁶⁴ Lane, *Colour of Paradise*, 26.

⁶⁵ Lane, *Colour of Paradise*, 26.

Видите ли, инки верили, что золото и серебро были потом солнца и луны. Иметь приятно, но ценности никакой, поэтому умирать за них никто не собирался. Изумруды же, в свою очередь, сияли на солнце совершенно по-особенному, потому что они были действительно *живыми*⁶⁶. Научные данные таковы: колумбийские изумруды излучают сияние, реагируя на ультрафиолетовые лучи солнца, из-за большого количества в них хрома, который и обеспечивает им насыщенный зеленый цвет. Из-за этого сияния инки верили в то, что в каждом камне живет божественная искра, следовательно, изумруды являются живой частью божественной плоти.

Поэтому они были к ним так привязаны.

Зеленоглазое чудовище

Альварадо и его люди, возможно, и нашли в тот день изумруды, но делиться ими они не спешили. *Европейское* открытие колумбийских изумрудов произошло совершенно иначе, и произошло это не в Колумбии и не в Испании, а в неосознанных сферах между материальным и божественным.

Алчный монах-доминиканец, которого звали Рехинальдо Педраса, не раз сопровождал конкистадоров, пытавшихся найти Перу. Когда они нашли множество изумрудов, слишком хороших, чтобы быть настоящими, Педраса изобретательно убедил солдат, что *настоящие* изумруды невозможно разбить. Представьте себе разочарование конкистадоров, когда они выяснили, что все сначала украденные, а потом и разбитые ими изумруды оказались всего лишь ничего не стоящими зелеными камнями.

Хитрый монах потом собрал крупные осколки изумрудов и зашил их в свою рясу. Он сразу же покинул остальных участников экспедиции и увез камни в Панаму, но дальше ему убежать не удалось. Через несколько месяцев после кражи он умер там от лихорадки. Когда его собратья-францисканцы готовили его тело к погребению, они нашли украденные изумруды и вернулись вместе с ними в Испанию, где драгоценные камни «возбудили интерес королевы»⁶⁷.

Ну еще бы!

Случайное обнаружение добычи монаха Педрасы было первым (и самым неожиданным) способом, которым армия служителей церкви, посланная в Новый Свет Изабеллой, принесла королеве дивиденды. Испанцы считали инков идолопоклонниками и язычниками, а в некоторых случаях и приспешниками дьявола. Это различие в вероисповедании позволило испанцам оправдать грабеж в огромных масштабах. Не теряющая своей актуальности фраза «*Мы хорошие, они плохие, Бог на нашей стороне*» служила предлогом.

Но у беззастенчивого грабежа был и более глубокий подтекст. Случайно обнаруженная добыча монаха Педрасы была не просто первой неожиданной встречей между монархами Старого Света и сокровищами Нового Света. Она показала, что между двумя непримиримыми на первый взгляд религиями есть много общего. Наступил такой момент, когда эмиссары двух совершенно разных религий (католический монах и жрецы племени

⁶⁶ Наиболее задокументированной историей о мессии инков является отчет историка-францисканца семнадцатого века Педро Симона. Согласно этому труду, самый величайший правитель инков Горанчача появился на свет в результате непорочного зачатия. Его мать, девственная дочь местного героического вождя, лежала с раздвинутыми ногами на вершине холма на восходе, выполняя указания местных жрецов, предсказавших рождение Горанчачи. Через девять месяцев после сношения с солнечными лучами она родила *гуакату*. Так индейцы называли крупный сверкающий изумруд. Она спеленала его, словно ребенка, и отнесла домой. Через несколько дней изумруд превратился в человеческого младенца. Испанцы называли Горанчачу «порождением дьявола». Они же объявили о том, что, когда великий вождь-тиран умер, он «исчез в облаке зловонного дыма». Что ж, все явно постарались приукрасить историю...

⁶⁷ Lane, *Colour of Paradise*, 26.

муиска) встретились, столкнулись и показали, что в конечном итоге они поклонялись одному и тому же зеленому божеству.

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.