

HERSHEY'S



Cracker  
Jack

Coors



The Travelers



Gillette



Kleenex  
BRAND TISSUE



И О С И Ф   Б О Г У С Л А В С К И Й

А М Е Р И К А Н С К И Й

У С П Е Х

Л Ю Д И   И   С И М В О Л Ы

Johnson & Johnson

Coca-Cola

Cadillac



Levi's

Kellogg's



PEPSI-COLA

JACK DANIEL'S  
OLD TIME

Gillette



Heinz



BUICK



GOODYEAR



И о с и ф   Б О Г У С Л А В С К И Й

**АМЕРИКАНСКИЙ**

**УСПЕХ**

ЛЮДИ И СИМВОЛЫ



Москва  
2004

УДК 339.138  
ББК 65.290-2  
Б73

Редактор П. Суворова

**Богуславский Иосиф**

Б73 Американский успех: Люди и символы / И. Богуславский. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 252 с.

ISBN 5-9614-0075-1

Книга Иосифа Богуславского, известного петербургского журналиста, в 1990 году эмигрировавшего в США, — собрание портретов наиболее ярких бизнесменов Америки, а также истории создания и развития ведущих брендов.

В первой части рассказывается о становлении бизнеса семейства Асторов, родоначальника империи дешевых магазинов Фрэнка Вулворта, королевы косметики Елены Рубинштейн, газетного магната Уильяма Херста и многих других незаурядных представителей деловой Америки. Во второй части представлены истории создания более ста известных торговых марок, от транспортных средств и продуктов питания до косметики и услуг. Читатель узнает, почему автомобиль «Кадиллак» имеет столь «неамериканское» название; почему на рекламе бензина марки «Shell» красуется желтая ракушка; почему на всемирно известных сигаретах «Camel» изображено это экзотическое для Америки животное; почему с пачки чая «Lipton» нам улыбается усатый джентльмен, являющийся баронетом Англии; почему бритвенные лезвия называются «Gillette»?

Книга не претендует на энциклопедичность, однако собранные в ней истории увлекательны и поучительны; они показывают пути воплощения американской мечты — достижения и преумножения богатства.

Книга рассчитана на широкую аудиторию.

**УДК 339.138  
ББК 65.290-2**

*Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.*

ISBN 5-9614-0075-1

© И. Богуславский, 2004.  
© Альпина Бизнес Букс, оформление, 2004.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
<b>Часть I. ЗНАМЕНИТЫЕ БИЗНЕСМЕНЫ .....</b>	<b>9</b>
Семейство Астор: через два столетия и два континента .....	11
Генриетта Грин — ведьма Уолл-стрит .....	25
Джеймс Фиск — великий комбинатор .....	33
Фрэнк Вулворт. Центы, ставшие миллионами .....	42
Братья Ринглинг. Цирк, да и только! .....	51
Император Уильям Херст.....	60
Брат мой, враг мой. История братьев Келлогг .....	69
Королева косметики Елена Рубинштейн, или Деньги пахнут .....	79
Дэвид Сарнов — иммигрант, бизнесмен, генерал.....	89
Дом, который построил Билл. Рассказ об Уильяме Левитте .....	99
Величие и падение семейства Хелмсли .....	106
Урановый король Иосиф Хиршхорн, или Искусство собирать искусство .....	115
<b>Часть II. СИМВОЛЫ АМЕРИКИ</b> (В мире торговых знаков) .....	<b>131</b>
Транспорт.....	133
Автомобили .....	133
Автобусное сообщение .....	139
Бензин .....	141

Автомобильные шины.....	150
Знаки на дорогах .....	152
Авиалинии.....	155
Продукты питания .....	161
Столовые приправы.....	191
Безалкогольные напитки.....	196
Спиртные напитки .....	201
Табачные изделия .....	208
Одежда и обувь.....	211
Промтовары вне рубрик .....	217
Косметика.....	223
Лекарства.....	228
Услуги .....	233
Почта.....	233
Телефон.....	236
Закусочные быстрого обслуживания .....	238
Банковский сервис и страхование.....	245

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Уважаемый читатель!

Очерки, включенные в первую части книги, которую вы держите в руках, посвящены истории создания нескольких великих денежных состояний. Речь пойдет не о пиратских кладах или островах сокровищ, не о богатствах королей и падишахов, хотя и будет в наших рассказах немало приключений, тайн и нешуточных страстей, жизненных взлетов и крахов. Герои этих очерков — энергичные мужчины и женщины, жившие в разное время на земле, именуемой Соединенные Штаты Америки, и сделавшие своим девизом афоризм знаменитого американца Бенджамина Франклина — «Время — деньги!» («Совет молодому купцу», 1748 год).

Многие из этих людей — промышленников, банкиров, предпринимателей — не только возглавляли списки самых богатых современников, но они сами и собранные ими «коллекции» великих состояний оказали воздействие на облик страны, на ее историю. Примечательно, что в английском языке слово «fortune» (латинского происхождения) имеет два значения: денежное богатство, состояние и — счастливый случай, удача, фортуна. Древнеримская мифологическая богиня судьбы Фортуна изображалась стоящей на колесе или шаре (символ изменчивости счастья) с повязкой на глазах и с рогом изобилия. Отправляясь в путешествие в историю американских семейных богатств, каждую остановку в нем будем рассматривать как поворот колеса Фортуны.

Символы Америки... О них разговор во второй части книги. Эти два слова мгновенно вызывают в памяти звездно-полосатый флаг, статую Свободы, купол здания Конгресса, изящную колоннаду Белого дома. А вслед за ними перед мысленным взором непременно возникнут орел с распростертыми крыльями, знаменитая фигура седобородого дяди Сэма

в неизменном цилиндре, и, конечно же, прямоугольник Его Величества Доллара. Все эти ассоциации будут вполне закономерны. И все же...

И все же наряду с главной, патриотической символикой существует целый мир лаконичных изображений, черно-белых и цветных, которые окружают покупателя или пользователя повседневно и которые по праву могут быть также отнесены к американским символам. Речь идет о так называемых торговых знаках или марках (trade-marks). Они повсюду: на улицах и дорогах, на рекламных щитах, упаковках товаров, страницах газет и журналов, экранах телевизоров. Многие из них так примелькались, что часто вместо предмета, товара или услуги произносятся просто название фирмы или фамилия ее основателя, «сфотографированные» памятью потребителя.

И если сами торговые знаки прочно вошли в повседневность, то их интереснейшая история, уходящая зачастую в глубь столетий и полная неожиданных, порой драматических событий, известна далеко не каждому. А ведь это часть, и весьма важная, истории и национальной культуры Соединенных Штатов.

Никакого серьезного опыта знакомства с профессиональной рекламой и графическим промышленным дизайном в предыдущей советской жизни, по существу, не было. Люди старшего поколения еще помнят такие предвоенные «шедевры», как «Пейте пиво Главпиво» или вознесенное над крышами домов «Накопил и машину купил» с подписью аршинными буквами — «ГОССТРАХ», породившей в сталинские времена трагическую и опасную ассоциацию «ГОСУЖАС». А чего стоят такие «ласкающие» слух аббревиатуры, как БАМ, ГУМ, неудобопроизносимое ДЛТ (Дом ленинградской торговли)?! В 30-е годы над магазинами убогой косметики сверкало «ТЭЖЭ», что означало сокращение из слов «Трест эфиров, жиров и эликсиров». Богатая социалистическая фантазия толкала знатоков новояза на бесконечные, кровавые «Красное знамя», «Красная заря», «Красная звезда» (отсюда ядовитый фольклор — колхоз «Красный лапоть»). Излюбленными названиями заводов и фабрик, от крупнейших до микроскопических, были «Большевик», «Большевичка» (только на секунду представьте, что в США работает коммерческая фирма с названием «Республиканец» или «Демократка»!).

Не обошлось, разумеется, и без некоторых удач в ряду советских торговых знаков, к которым можно отнести, например, «Жигули» или папирсы «Казбек» с их выразительным силуэтом всадника «кавказской национальности» на фоне горы. Советского потребителя, однако, провести было трудно: он знал — если товар рекламируют, значит — никудашный, поскольку хороший и так купят. Если достанут.

Согласитесь, что после столь небогатого прошлого встреча с тысячами непохожих друг на друга американских торговых марок требует при-

обретения некоторых знаний. Я приглашаю вас, уважаемый читатель, в увлекательный мир, где переплетены судьбы не только самих торговых знаков, но и известнейших компаний и фирм, созданных выдающимися людьми американского бизнеса, своей энергией и деловитостью сделавших эту страну такой, какой является сегодняшняя Америка.

С того момента, когда в 1870 году в Соединенных Штатах началась официальная регистрация торговых знаков, их число давно перешагнуло миллион, а количество находящихся и поныне в «эксплуатации» составляет не менее половины. Любой товар или услуга встречают потребителя выразительной фирменной «визитной карточкой», каковой и является торговая марка.

Если вы человек любознательный, вам будет, наверное, интересно получить ответы на такие «почему»:

- почему автомобиль «Кадиллак» имеет столь «неамериканское» название?
- почему на рекламе бензина марки «Shell» красуется желтая ракушка?
- почему всемирно известные сигареты «Camel» — «Верблюд» названы именно так и почему на коробке с ними изображено это экзотическое для Америки животное?
- почему с пачки чая «Lipton» нам улыбается усатый джентльмен в фуражке старинного образца, являющийся баронетом Англии?
- почему бритвенные лезвия называются «Gillette»?
- почему в товарной марке липкой ленты «Scotch» использован цветной рисунок клетчатой шотландской ткани?..

Итак, начинаем путешествие.



**Часть I**

**Знаменитые  
бизнесмены**





## СЕМЕЙСТВО АСТОР: ЧЕРЕЗ ДВА СТОЛЕТИЯ И ДВА КОНТИНЕНТА

Генеалогические деревья — не ухоженный кустарник. Мощные и хилые, стройные и поникшие, они всегда — особняком и леса не образуют. В случае Асторов разросшаяся крона уже не позволяет рассмотреть маленькие листочки-судьбы. Попробуем разглядеть крупные, чтобы за ними увидеть ветви.

### ОТЕЦ-ОСНОВАТЕЛЬ

Время действия — конец XVIII века, место — крошечный городок Уолддорф в германском графстве Баден. Местный балагур и бездельник, мясник Якоб (Джекоб) Астор, потомок протестантов Асторов (или Ашдоров), давным-давно изгнанных из католической Франции, после смерти жены вторично женился. Из троих его сыновей двое без промедления покинули родительский дом, где воцарилась властная мачеха: старший, Джордж, поселился в Лондоне, открыв магазин музыкальных инструментов, средний, Генри, — в Нью-Йорке, став владельцем мясной лавки. В 1780 году семнадцатилетний Джон-Джекоб решил последовать примеру старших братьев и вдохнуть свежего воздуха дальних стран. Уговорив отца ссудить ему несколько крон, он пешком отправился к берегу Рейна. Сентиментальная семейная легенда, которую до глубокой старости любил повторять Джон Астор, гласит, что юноша сделал первый привал под развесистым деревом и дал себе тройственный завет: быть честным, трудолюбивым и никогда не спекулировать. О соблюдении последней клятвы речь впереди.



Джон Джекоб Астор 1-й  
(1763–1848)

Приплыв в Лондон, он три года оставался у брата, помогая ему в бизнесе и штудировав английский. Когда в 1783 году пришло известие о подписании Парижского мирного договора между Англией и Америкой, Джон понял — его время настало. «Да будет Свет! — по-видимому, сказал он себе. — И непременно — Новый». С двадцатью пятью долларами в кармане и подарком брата — семью флейтами в саквояже он пересекает Атлантику в каюте самого дешевого класса. Перед высадкой на побережье произошла заминка. Залив у Балтимора был схвачен льдом, и пассажиры корабля оказались в вынужденном двухмесячном безделье. Не иначе, как это был первый, всего на несколько градусов, удачный поворот колеса Фортуны. Юный Астор разговорился со своим спутником — немцем, который прежде бывал в Америке и успешно торговал мехом и шкурами зверей с индейцами. Юности свойственна впечатлительность. Сойдя на берег, Джон уже определил для себя будущее.

Нью-йоркский брат Генри помог ему наняться к владельцу мехового магазина. Всего несколько лет учебы, и Астор открывает на Бродвее собственное дело. Женитьба на Саре Тодд не только пополнила семейный кошелек приданым в виде трехсот долларов, но и ввела простолюдина-мужа в аристократическое общество. Отныне Асторы-мужчины из поколения в поколение будут исповедовать формулу: богатство жен — в их происхождении. И еще одним ценным качеством обладала Сара: она знала толк в мехах. За прилавок встал заинтересованный эксперт, а неутомимый Джон принялся за добычу сырья. С мешком за плечами он исходил дальние поселения охотников-индейцев, пока не смог передать черновую работу агентам, а сам, уже в качестве солидного купца, появлялся то в Монреале, тогдашней столице пушной торговли, то в районе Великих Озер, то в далеком Лондоне, приплывая туда на собственном корабле вместе с товаром.

На грани веков состояние Астора уже оценивалось в четверть миллиона долларов — сумма по тем временам огромная. Через несколько лет она увеличилась вдвое. Один из современников назвал Джона «изобретенной по собственному проекту машиной для производства денег». Сказано жестко, но метко. Для его финансовых замыслов не существовало границ, в том числе географических. Торговля с Китаем стала для Астора превосходно налаженным и доходным бизнесом: североамериканские меха на пяти кораблях под его флагом плыли в Кантон на встречу с экзотическими восточными товарами, в том числе китайским чаем. «Американскую меховую компанию» во главе с недавним немецким эмигрантом узнал весь торговый мир. По сути, это была первая зарегистрированная на территории США монополия (эпоха антимонопольного законодательства наступит еще не скоро). Под стать такому статусу были и глобальные замыслы ее хозяина.

Тихоокеанское побережье севера Америки виделось ему в виде цепи собственных торговых форпостов, куда отовсюду, включая русскую (тогда еще) Аляску, будут доставляться высокосортные шкуры и меха, чтобы затем отправиться в порты Дальнего Востока. Астор начал в 1811 году с поселения в устье реки Колумбия (штат Орегон), получившего название Астория. Все предвещало успех, но осторожный Джон не предусмотрел одного: интересов держав в этом районе. Через два года английские войска заняли форт, но люди Астора успели покинуть его, а их место заняли другие ловкие торговцы. Но и сегодня на географических картах и в путеводителях можно увидеть название процветающего многотысячного города Астория, основанного когда-то амбициозным торговцем пушниной. Классик американской литературы (а тогда набиравший популярность писатель) Вашингтон Ирвинг по просьбе Астора запечатлел историю форта в романтической повести «Астория» (1836 г.).

Хотя возможности торгового дела еще не были исчерпаны, Джон резко меняет курс предпринимательства. Финансовое чутье подсказывает — его подлинное богатство «зарыто» в земле. Недвижимость! Свой первый земельный участок по совету брата Генри он приобрел давно. Теперь, после многих лет жизни в Нью-Йорке, с его лавинообразно растущим населением, стало очевидно: надо спешить, иначе он отстанет от города будущего. А отставать Астор не привык. Постепенно земля в центре Манхэттена становится его собственностью, как, впрочем, и здания, жилые и торговые, на ней. Принцип был предельно прост: покупать акры, а продавать участки. Он обычно, в отличие от конкурентов, не торопился с перепродажей приобретенного. Ждал, терпеливо ждал, пока цена купленного участка городской территории резко, до десяти раз, не подскакивала, и вот тогда следовал «прыжок». В эти моменты слова юношеской клятвы вряд ли приходили ему на память. А в промежутках между «прыжками» в хозяйский карман исправно стекалась от жильцов и лавочников плата за аренду помещений, ремонт и реконструкцию которых он производил редко и неохотно. Мемуаристы отмечали его патологическую скупость, переходящую в скарденность.

И еще Астор строил. Одно из десятков его зданий на Бродвее стало знаменитым — первый пятиэтажный отель в городе. Роскошные номера сдавались посетителям за два доллара в сутки. Немногие могли позволить себе такой расход. Вот несколько имен из книги знаменитых гостей: заморские — наследник английского престола принц Уэльский, Диккенс, Теккерей; «домашние» — Эдгар По и сам президент-элект Авраам Линкольн.

Старик Астор так однажды ответил на традиционный гипотетически-философский вопрос: «Если бы я мог начать жизнь сначала, зная то, что я знаю теперь, то покупал бы каждый фут земли на острове Манхэттен». Его

потомки не забудут об этом замечании. Ко времени его кончины Астор был одним из самых богатых людей страны. Если не самым богатым. Его состояние оценивалось в 20 миллионов долларов. До конца жизни он так и не избавился от тяжелого немецкого акцента, его простые манеры шокировали эстетов, английские каракули порой было трудно разобрать. Но зато все американские газеты на первых полосах, как о новости №1, сообщили, например, не об отречении в этот день от французского престола императора Луи Филиппа, а о смерти в Нью-Йорке 85-летнего миллионера-эмигранта.

## ПЕРВЫЙ НАСЛЕДНИК



Уильям Бэкхауз Астор 1-й  
(1792–1875)

На самом деле их было несколько. Сара родила трех дочерей и двух сыновей. Но дочери, в особенности замужние, никогда не рассматривались Асторами как «серьезные» наследники. Двум же сыновьям, Джону Джекобу 2-му и Уильяму Бэкхаузу, была уготована разная судьба. Но сначала о вкладе исторического семейства в ономастику — науку об именах. На протяжении двух веков отцы-Асторы будут, как медалями, традиционно награждать сыновей именами: Джона Джекоба (в честь основателя рода), Уильяма Бэкхауза (в честь его друга, помогшего когда-то финансовым советом) или Уолдорфа (в честь далекого германского городка). А чтобы потомки не путали родственников, им иногда будут придаваться порядковые номера: 2-й, 3-й...

Итак, о разных судьбах. Старший сын, Д. Д. Астор 2-й, всю жизнь приносил горе своим родителям. Он с детства был психически болен, и его долгая, почти восьмидесятилетняя, жизнь стала адом для него самого и всей семьи. Отец построил ему комфортабельный дом, где несчастный и коротал дни в постоянном обществе высокооплачиваемого врача. Поэтому ни для кого не было неожиданным содержание вскрытого отцовского завещания. Восемнадцать миллионов из двадцати предназначались младшему сыну, ставшему в один день, правда, в возрасте 56 лет, богатейшим человеком в стране. Только один филантропический жест совершил скряга-завещатель: четыреста тысяч он пожертвовал на основание городской библиотеки, превратившейся через пятьдесят лет в крупнейшую в Нью-Йорке.

До вступления в наследство Уильям Астор был полной противоположностью отцу. Его образование было не просто блестящим, но для родившегося в Америке еще и с изрядной долей шарма. Он был послан учиться

в лучшие университеты Германии, Гейдельбергский и Геттингенский, где преподавание физики и математики было поставлено, как нигде в мире, и где его сокурсником был, например, будущий гигант философии Артур Шопенгауэр. Возвращение в Нью-Йорк вернуло Уильяма с небес науки на землю коммерции. Отец потребовал его участия в деле, оформив по этому случаю фирму «Астор и сын». Перечить было бессмысленно, и скрепя сердце Уильям на десятилетия становится основным и безропотным помощником главы семейного бизнеса.

В двадцать пять лет он женится на дочери генерала Армстронга, бывшего военного министра. Маргарет описывается мемуаристами как дама строгая, непреклонная, религиозная, под стать своим шотландско-голландским корням. Забавный эпизод характеризует ее как нельзя лучше. Спустя годы Уильям с женой и внучкой во время путешествия по Италии остановились в отеле. В середине ночи поступило распоряжение о срочной эвакуации — неожиданно ожил Везувий. Астор и внучка долго ждали в вестибюле, когда Маргарет появится из своих комнат. «Твоя бабушка, — заметил Уильям, — генеральская дочь. Чувство испуга ей неведомо». И действительно, она так и не спустилась вниз в ту ночь.

Нью-Йорк рос. Ко времени Гражданской войны его население превысило 700 тысяч. Вместе с городом росло и богатство У. Б. Астора. В центральной части ему уже принадлежало более семисот жилых домов и зданий магазинов, а ежедневный доход исчислялся четырехзначными цифрами. Избавившись от отцовских пут, он поменял и его подход к недвижимости. Многие дома, перегруженные жильцами и постояльцами, требовали ремонта. Зрели конфликты, недовольство. Не обладая железной волей и невозмутимостью родителя, Уильям стал сносить обветшалые и грязные строения и на их месте сооружать простые и функциональные здания. За ним заслуженно закрепилось прозвище «Лендлорд Нью-Йорка». Именно так, как королевское звание, — с большой буквы. Методичный и пунктуальный, Уильям Бэкхауз Астор годами выходил из дома точно в девять часов, шел пешком к своей конторе и покидал ее последним. За день до смерти старика видели за его рабочим столом.

Он оставил состояние, в два раза большее, чем получил, — 50 миллионов долларов. Асторы снова были во главе финансового списка богачей. Да и в списке видных филантропов, не в пример отцу, Уильям был не последним.

## БОГАЧ СО СТРАННОЙ ПРОФЕССИЕЙ

Третье поколение Асторов — внуки первопроходца — вступило во владение империей недвижимости в последней четверти XIX века. Их было трое, но огромное наследство было поделено поровну между



Джон Джекоб Астор 3-й  
(1822–1890)

двумя братьями: старшим Джоном Джекобом 3-м и средним Уильямом Бэкхаузом 2-м. «Младший вовсе был...» — чуть не вырвалось слово из русского фольклора. Нет, Генри Астор не был глупцом, просто он со своей эксцентричностью и пьянством «выпадал» из семейной цепочки. «По сравнению с жизнью и любовью деньги в этом мире значат так мало». Могла ли порадовать братьев его поздняя женитьба на дочери садовника? Вот и остался он по отцовскому завещанию при «жалких» тридцати тысячах, да при доме, купленном для него еще дедом. Два же подлинных наследника распорядились своими равными долями по-разному. Джон Д. Астор стал последним в семействе великим богачом-собирателем, а Уильям Б. Астор — первым великим растратчиком.

Фамильный аристократизм, а он, как генетическая метка, еще долго будет проявляться в потомках, — начался именно с Джона. Если ему где-либо приходилось заполнять формы с вопросом «профессия?», он всегда писал — «Джентльмен». И для этого у гордеца были все основания. Образование? Все тот же Геттингенский университет (почти как пушкинский Ленский, «он из Германии туманной привез учености плоды»), дополненный юридической школой Гарварда. Женитьба? Его избранница Шарлотта Гибс, соответствуя стандарту, была из небогатой, но знатной семьи. Общественное служение? И здесь все было безупречно: Джон участвовал в Гражданской войне, дослужившись до звания бригадного генерала, присвоенного ему не столько за боевые заслуги, сколько за финансовый вклад в дело северян.

Увлечения семьи тоже были вполне «джентльменскими». Домашние книги на английском, французском и немецком языках, живопись и мебель европейских мастеров, погреба с лучшими винами со всего света. Щедрое меценатство и филантропия супругов приняли легендарные формы. Среди их адресов: музеи, больницы, церкви. После смерти жены Джон передал Метрополитен-музею ее коллекцию старинных кружев, реальную стоимость которых эксперты долго не могли определить. Но за всеми этими прекрасными занятиями Д. Д. Астор 3-й никогда не забывал о фундаменте своего благосостояния — нью-йоркской земле и домах на ней. Несметные суммы постоянно держал на банковских вкладах, чтобы быть готовым в любой момент к заключению выгодной сделки. Он никогда не страховал жилые владения, подсчитав с отцовской пунктуальностью, что ущерб от случайного пожара даже целого блока зданий не



перекроет немислимых и постоянных трат на их страхование. Джон умер от сердечного приступа в своем роскошном доме на углу Пятой авеню и 33-й улицы, на руках единственного сына Уильяма Уолдорфа, унаследовавшего состояние, равное ста миллионам долларов.

## КОРОЛЕВА НЬЮ-ЙОРКА

Среди людей, меньше всего скорбевших по случаю этой кончины, были родной брат усопшего Уильям Бэкхауз 2-й и его жена Каролина. Антипатия между братьями возникла давно и, как связывал современник, «трещина между ними становилась шире, чем пространство между их семейными домами» (они были соседями, и эта географическая, но не родственная близость уже в следующем поколении определит появление в этом месте будущей архитектурной доминанты города). Братья были полярными личностями. Безалаберный и грубоватый повеса, Уильям размышлял не о недвижимости, а о собственных удовольствиях. Главной его страстью было море, а особой гордостью — самая большая в мире (длина 75 метров) паровая яхта «Nourmahal», что в переводе с персидского означало «Жилище света». В претенциозном названии слышалась реминисценция знаменитой индийской «Таджмахал» («Tajmahal»), усыпальницы султана и его жены, только «taj» (диадема) американский мореход заменил на «pour» (свет). Сама яхта станет почти персонажем семейной хроники, «всплывая» еще не раз на ее страницах.

Была еще одна причина тяги Уильяма к вольным просторам. Он ненавидел светскую жизнь, а для Каролины ничего, кроме нее, не существовало. Да и замуж дочь скромного адвоката с генеалогией, уходящей к первопоселенцам, вышла не по великой любви, а по великой жажде богатства. Мужнины океанские забавы с беспробудным пьянством в компании собутыльников обоего пола ничуть не задевали ее. Если кто-либо интересовался его отсутствием, следовал невозмутимый ответ: «Он сейчас в восхитительном круизе, морской воздух так полезен ему. Я — скверный моряк, иначе непременно сопровождала бы его». Ее незаурядное искусство дипломатии, природная элегантность и безудержное мотовство постепенно сделали свое дело: более чем на тридцать лет Каролина Астор стала непревзойденной властительницей нью-йоркского высшего света. По масштабу влияния ее полушутя сравнивали с английской королевой Викторией. Во



Каролина Астор  
(1830–1908)

всяком случае роскошь ее ежегодных костюмированных балов-приемов вполне могла конкурировать с королевской. Гости попадали в огромный декорированный зал, точно рассчитанный на четыреста человек. Быть в их числе было равнозначно присвоению престижного звания. Картина бала впечатляла каждого: синие ливреи десятков слуг, золото блюд, подсвечников и даже ручек дверей, дамские костюмы от европейских модельеров. И все это пиршество красок завершало величественное зрелище хозяйки, восседавшей на помосте в затынутом красном шелком кресле, напоминавшем трон. Блеск ее украшений затмевал все вокруг. Бриллиантовые ожерелья и тиара, белое атласное платье, расшитое жемчугом и серебром, бриллиантовый корсаж вокруг талии, принадлежавший когда-то Марии Антуанетте. Злые языки поговаривали, что безупречная осанка Каролины объяснялась прозаически — она не могла откинуться на спинку, больно давили тяжелые драгоценности несчастной жены Людовика XVI. По подсчетам газет, один такой прием обходился в двести тысяч. Словом, если Нью-Йорк был в те времена социальной столицей страны, то дворец Каролины Астор — ее Белым домом.

Она пережила мужа на шестнадцать лет. Последний свой легендарный бал она дала в возрасте семидесяти пяти лет и скончалась через три года, унеся с собой целую эпоху. Наследник беспутного мореплавателя и великосветской транжирки, Джон Джекоб Астор 4-й оставался миллионером, но калибр растраченного родителями состояния переводил его на скромные позиции в списке американских богачей, в то время как возглавлял этот перечень его вышеупомянутый двоюродный брат-счастливчик.

## ПРОЩАЙ, АМЕРИКА!

Сто миллионов долларов были суммой астрономической. По нынешним меркам Уильям Уолдорф считался бы миллиардером. Казалось, следуя логике практицизма, ему надлежало след в след шагать по стопам предков. Но на этом персонаже асторовская «машина для изготовления денег» дала сбой. Через несколько месяцев после смерти отца, едва вступив во владение наследством, Уильям с женой Мэри и четырьмя детьми покидает Соединенные Штаты и переезжает в Англию. Существовало по крайней мере две причины этого неординарного поступка — ненависть к рутинному бизнесу и конфликт со всевластной теткой Каролиной.

Получив юридическое образование, он, в нарушение всех семейных традиций, нырнул в политику: в двадцать девять лет — член Ассамблеи штата, а затем и сената. Дважды боролся за место в Конгрессе, и оба раза

проигрывал. Но был замечен «наверху». В 1882 году президент Честер Артур назначает Уильяма послом в Италии, которая станет для него не только «страной пребывания», но и местом действия нескольких исторических повестей, сочиненных после отставки. Сложная комбинация политики, литературы и манхэттенской недвижимости показалась Астору маловероятной, а тут еще шокирующая тетина активность.

По всем канонам «табели о рангах» лидировать в свете должна была не стареющая Каролина, а его молоденькая жена. Но после нескольких безуспешных попыток организации «параллельных» домашних вечеров стало ясно, что конкурентку не потерпят, власть узурпирована навсегда. В 1890 году публике было объявлено, что Мэри и Уильям Астор, обеспокоенные сообщениями прессы об участвовавших случаях похищения детей, всем семейством уезжают из страны. Ближе к истине была его фраза, облетевшая страну и вызвавшая всеобщее негодование: «Америка — неподходящее место для пребывания истинного джентльмена». Напоследок племянник подготовил злыдне-тетушке сюрприз. Вы еще не забыли, читатель, об архитектурной доминанте Нью-Йорка? Уильям Уолдорф снес свой дом на Пятой авеню и на его месте построил одиннадцатизэтажное здание фешенебельного отеля, без долгих размышлений названного им «Уолдорф». Возникший здесь непереносимый шум, производимый посетителями и экипажами, заставил жившую в соседнем доме Каролину сделать ответный ход. Она переехала в другой дворец неподалеку, а от сына Джона потребовала возвести «стенка в стенку» собственный отель (уже шестнадцатизэтажный), назвав его, также без излишней выдумки, — «Астория». У двоюродных братьев хватило рассудительности договориться о совместном использовании двух зданий под общим названием «Уолдорф-Астория». Огромный отель (тысяча триста номеров) просуществовал три с лишним десятка лет, пока не был разобран, чтобы уступить в 1931 году место небоскребу «Эмпайер Стейт Билдинг».

С чего четвертое поколение Асторов начало новую жизнь? Правильно, с недвижимости, но только уже на европейский манер. Было приобретено два старинных замка, поскольку подрастали двое сыновей, а какой же английский аристократ может обойтись без собственного замка? Один из них, на Темзе, напоминавший итальянское палаццо и, видимо, вызы-



Уильям Уолдорф Астор, 1-й виконт  
(1848–1919)

вавший ностальгию у бывшего посла, именовался «Кливеден». Название второго, «Хевер», что в графстве Кент, уже принадлежало истории, причем древней и кровавой: в XVI веке им владела Анна Болейн, вторая жена короля Генриха VIII, обезглавленная ревнивым супругом. Реконструкция обоих жилищ обошлась в десятки миллионов долларов, но Уильям У. Астор, американско-английский богач, хорошо понимал, что такое надежное вложение средств.

Тяга к перу не оставляла его. Он последовательно приобрел несколько журналов либерального толка, быстро превратив их в рупоры жесткого консерватизма, который станет политической приверженностью всех английских Асторов. Самым значительным приобретением была популярная газета «Observer» («Наблюдатель»), до наших дней принадлежащая членам семейства. В собственных статьях Уильям не упускал случая покритиковать обычаи своей заокеанской родины и характер ее жителей. Новое же отечество королевской властью оценило заслуги Астора званием виконта. За несколько лет до его смерти пришло известие о гибели американского двоюродного брата-антагониста. Никакой публичной реакции Уильяма не последовало.

## КАТАСТРОФА НА МОРЕ, ПРОБЛЕМЫ НА СУШЕ

Мы оставили Джона Джекоба Астора 4-го в момент строительства им своей половины «братской» гостиницы. К этому времени в его бурной биографии случилось немало: мирная служба в ранге полковника при губернаторе Нью-Йорка; «горячая» американо-испанская война (1898 г.), для участия в которой он направил в распоряжение морского командования фамилльную яхту «Nourmahal», оборудовав ее за свой счет артиллерийской батареей; неудачная женитьба, завершившаяся скандальным разводом с передачей ему сына Винсента, тогда еще юноши. Живительные соки городской недвижимости позволяли этому незаурядному человеку заниматься тем, что ему было по душе. Например, подражая литературному успеху брата, опубликовать полужанровый роман «Путешествие к иным мирам». Или увлечься изобретательством и получить десяток патентов на конструкции морских двигателей.



Джон Джекоб Астор 4-й  
(1864–1912)

Страсть к морю Джон унаследовал от отца вместе с его миллионами. Закончилось это увлечение

трагедией. В конце 1911 года он вторично женится на юной миловидной Маделине Форс, дочери скромного клерка. Родственников привела в священный трепет не столько тридцатилетняя разница в возрасте жениха и невесты-бесприданницы, сколько, разумеется, ее «беститульность». Чтобы утихомирить страсти, молодожены отправляются в долгое европейское турне, а когда становится известно о беременности Маделины, Джон покупает билеты до Нью-Йорка на первый рейс через Атлантику только что построенного в Англии крупнейшего в мире лайнера «Титаник». В ночь на 14 апреля 1912 года корабль, идя на полной скорости, столкнулся недалеко от канадского острова Ньюфаундленд с гигантским айсбергом и затонул в течение трех часов. Произошла одна из самых больших морских катастроф в истории человечества: из двух с лишним тысяч пассажиров и команды погибли полторы тысячи.

Капитан в числе первых известил Джона о столкновении. Тот заставил жену одеться в самое теплое, усадил в шлюпку и отказался сесть рядом: мест в ней, как и самих шлюпок на «непотопляемом», по расчетам создателей, корабле было недостаточно. Полковник Астор встретил смерть мужественно, не согласившись даже прыгнуть в ледяную воду в спасательном жилете. Неделию спустя его тело было найдено. Двадцатилетнему сыну Винсенту передали бумажник, набитый размокшими долларами на сумму две с половиной тысячи, и продолжавшие работать золотые часы, которые станут его пожизненным талисманом. Отцовское завещание делало его наследником 87 миллионов в недвижимости и акциях. Пока еще не родившемуся ребенку и вдове предназначалось несколько «жалких» миллионов, и то при условии, что она больше не выйдет замуж. Последнее не произошло, и появившийся на свет сводный брат Винсента — Джон Джекоб Астор 6-й на всю жизнь останется отверженным, собственные дети и внуки которого сегодня уже еле различимы на верхних ветках генеалогического древа.

Сам же Винсент, последний богач среди американских Асторов, несмотря на три женитьбы, остался бездетным. Возможно, это подтолкнуло его к продаже большинства семейных земель и к беспрецедентным филантропическим акциям, начиная с безвозмездной помощи правительству во времена двух мировых войн и кончая созданием не имеющего аналогов денежного фонда его имени для содействия (как указано в уставе) «уменьшению людских страданий». В наши дни фамилия Астор, носители которой когда-то владели чуть ли не одной пятой манхэттенской территории и два столетия не сходили со страниц газет и журналов США, тихо переместилась вглубь исторических справочников и энциклопедий. Чего нельзя сказать о пышной английской ветви Асторов-аристократов.

## ИОСИФ СТАЛИН ПРИНИМАЕТ ЛЕДИ АСТОР

Эти двое, диктатор России и крупнейшая политическая фигура предвоенной Британии, действительно встретились. Их диалог никогда в советской печати не воспроизводился (через несколько абзацев вы поймете почему), а в западной он похоронен в старых газетах и под горами мемуаристики...

Титул в Англии — дело наследственное, посему лондонских Асторов тоже пришлось «нумеровать», начиная с уже знакомого читателю Уильяма Уолдорфа, 1-го виконта. Для его сына Уолдорфа (виконта №2), выпускника престижнейших Итонского колледжа и Оксфордского университета, политическая карьера была запрограммирована. С 1910 года он — член парламента, а одно время — секретарь премьер-министра Ллойд Джорджа. Возможно, и более высокие ступеньки власти были бы им покорены, если бы... Если бы его жена Нэнси не обладала еще более мощными, чем муж, волей, притягательностью и амбициями. Она тоже родилась в США, тоже эмигрировала в Англию и в 1906 году вышла замуж за молодого виконта Астора. Семейным гнездом стал замок Кливеден, а свадебным подарком свекра — старинная бриллиантовая тиара. Когда же процесс пополнения семьи (пятеро детей) подошел к своему биологическому концу, Уолдорф понял, что его удел — вторые роли в фамильном тандеме.



Нэнси (леди) Астор  
(1879–1964)

В 1919 году он оставляет свой парламентский пост, а Нэнси занимает его место, блестяще победив на выборах по спискам консервативной партии. Впервые в английской истории женщина была избрана в Палату Общин. Под именем леди Астор она будет представлять Лондон в парламенте двадцать шесть лет подряд и уйдет в отставку по настоянию мужа лишь в 1945 году. Ее популярности способствовало не только парадоксальное мышление и выдающееся ораторское искусство, не только инициированные ею радикальные экономические и образовательные программы, но также «домашнее» знакомство с выдающимися современниками. Среди гостей замка Кливеден были Уинстон Черчилль и Махатма Ганди, Чарли Чаплин и Бернард Шоу.

В 1931 году Б. Шоу приглашают посетить СССР. Либерально-социалистические взгляды старого писателя были хорошо известны в Кремле, в то

время озабоченного созданием на Западе своего пристойного имиджа. Машина чудовищных репрессий только начинала раскручивать обороты, ее первыми жертвами, наряду с «раскулаченными», стали «вредители» в промышленности, уже встретившиеся с топором советского правосудия. Шоу, не догадываясь о целях организаторов, пригласил с собой в поездку небольшую группу друзей, среди которых были леди Астор с мужем. Программа, подготовленная с участием наркоминдел Максима Литвинова, включала «дежурные блюда»: показательную фабрику, пионерлагерь, музеи, Большой театр в Москве и Зимний дворец в Ленинграде. (Заметим, что суровая дама История, завязывая ленинградский узелок, наверняка улыбнулась, разместив англичан на ночлег именно в помпезной гостинице «Астория», построенной в начале века и названной так в подражание заокеанской тезке). Но безусловным «гвоздем» был прием у Сталина, длившийся два с половиной часа. Помимо Шоу на нем были Асторы, Литвинов и переводчик. Шел размеренный разговор, не предвещавший бури. Расслабившийся Шоу внимал подробностям пятилетнего плана, охотно отвечал на вопросы о самочувствии и политических перспективах Черчилля, в которых плохо разбирался. И вдруг...

Далее доверимся дневнику очевидца — виконта Астора. И вдруг леди Астор спросила: «Когда вы, господин Сталин, прекратите убивать собственных подданных?» Помертвевший переводчик замолк, но хозяин Кремля, внимательно следивший за всем происходящим, потребовал перевода ее вопроса и, не изменившись в лице, после паузы ответил в стиле «Правды»: «В нашей стране идет борьба с нарушителями конституции. Мир наступит, когда нарушения прекратятся». Так Нэнси Астор стала первым и последним человеком в мире, бросившим в лицо Сталину: «Убийца!»

Ее последние годы были омрачены громким скандалом в высших правительственных кругах Великобритании, в котором оказался замешанным ее старший сын Уильям Уолдорф Астор, 3-й виконт. Он был избран в парламент еще в 1935 году и работал в нем рядом с матерью двадцать лет (еще один «рекорд» в истории страны). Став после войны членом Палаты лордов, Уильям через несколько лет сблизился с военным министром Джоном Профьюмо, против которого в 1963 году дала показания проститутка по вызову Кристина Килер. Пикантность ситуации осложнялась тем, что одновременно с министром Килер встречалась с военно-морским атташе советского посольства. Тень международного шпионажа нависла над участниками скандала. А лорд Астор, как выяснилось, «всего-навсего» предоставлял другу-министру «гнездышко» в замке Кливеден.

## ЖИЗНЬ И ИСТОРИЯ

Сегодня клан английских Асторов являет собой довольно пеструю картину, и ее персонажи по масштабу уже несравнимы с предшественниками. Живут Асторы не во дворцах (оба они проданы), а в домах и квартирах без слуг. Детей своих отдают не обязательно в Итон или Оксфорд, да и с фамильными драгоценностями вынуждены постепенно расставаться. Например, свадебная бриллиантовая тиара Нэнси Астор была недавно продана внуком консорциуму французских банков за миллион долларов. В меняющемся мире неизменным остается, пожалуй, только одно — «виконтская цепочка». Сорокалетний сын неосторожного лорда Уильям Уолдорф, 4-й виконт — сам теперь ведущий законодатель, а для торжественных встреч почетных гостей назначается представителем королев.

В июне 1988 года произошло событие, оставшееся незамеченным человечеством, но весьма примечательное для нашего повествования. В маленьком германском Уолдорфе праздновалась двадцать пятая годовщина его союза с городом-побратимом, американской Асторией. Центральным пунктом торжества было открытие бюста Джона Джекоба Астора 1-го, покинувшего свой дом более двухсот лет назад. В присутствии представителей Астории, американского консула и британских гостей покрывало снял полный тезка великого предка Джон Джекоб Астор под номером 8, простой житель Лондона и семейный историк.

Колесо фортуны сделало полный оборот.



## ГЕНРИЕТТА ГРИН — ВЕДЬМА УОЛЛ-СТРИТ

Немного воображения, читатель! Представьте, что вы — житель Нью-Йорка начала XX века и, прогуливаясь по Нижнему Манхэттену, подошли к portalу одного из крупнейших национальных банков страны. Открыв внушительную дверь, вы оказались бы в просторном вестибюле и непременно остановились, поскольку вашему взору предстала неожиданная картина. Пожилая дама восседала за отдельным столом, стоящим наискосок от окошек банковских кассиров. На ней было длинное черное платье со следами долгой и неопрятной носки. Респектабельные джентльмены один за другим подсаживались к ней, и после короткой беседы происходил быстрый обмен банкнотами. Сделка не сопровождалась никакими записями. Для наличных денег служили вовсе не ящики в боковых тумбочках, а узкие и глубокие карманы, пришитые к нижней юбке странной дамы, в которых она, едва прикрывшись крышкой стола, невозмутимо рылась. Помимо значительной суммы денег, в этих секретных «сейфах» хранилось еще несколько забавных вещей: например, неупакованный сэндвич и револьвер. Так выглядела в конце жизни самая богатая женщина Америки, а, возможно, и всего западного полушария, — Генриетта Грин.

Семья, в которой в 1835 году родилась Гетти (ее домашнее имя станет практически официально использоваться вместо полного), принадлежала к протестантской религиозной общине квакеров, довольно распространенной в то время в штатах Новой Англии. Название «квакер» происходит от английского «quake» — трепетать, дрожать: основатели группы проповедовали такую силу чувств верующих в молитвенных домах, что



*«Ведьма Уолл-стрит»  
спешит на «службу»*

люди впадали в религиозный экстаз и начинали трястись. Среди жизненных заповедей квакеров — самоограничение и неприязнательность в еде и одежде. Мать Гетти, Эбби Хоуленд, и ее отец, Эдвард Робинсон, строго соблюдали эти принципы. Но скромность скромностью, а деловитость тоже не была запрещена божьим словом. Первый Хоуленд прибыл к американскому берегу на знаменитом «Мэйфлауере». Потребовалась энергия трех поколений мужчин, чтобы крошечная ферма колониста превратилась в руках деда Гидеона и его зятя-компаньона Эдварда в форпост китобойного корабельного флота, ставший примечательной особенностью морского города Нью-Бедфорд (Массачусетс).

Любимым занятием маленькой Гетти были не куклы и не книжки с картинками. Она всегда находилась рядом с дедом, когда он обходил в гавани свои суда или товарные склады, где хранился столь ценный тогда китовый жир. Детский слух ловил не только романтические звуки моря и скрип парусов. Он впитывал сквернословие грузчиков, грязные шуточки матросни, тяжелую лексику работниц такелажной фабрики. Кто знает, может быть, шокирующая лексика будущей миллионерши зародилась еще на верфях Бедфорда. Когда зрение старого Гидеона стало слабеть, семилетняя Гетти забиралась к нему на колени и с неподдельным интересом зачитывала газетные сводки финансовых новостей, вполне сносно разбираясь в разнице между акциями и облигациями или в колебаниях рынка. Со смертью деда, состоятельного владельца семейной компании, впервые в ее жизни, как сакраментальный знак, возникло слово «завещание», надолго ставшее ее беспокойным спутником.

После скромных, по-квакерски, похорон близкие родственники собрались выслушать, как усопший распорядился почти миллионным наследством. 12-летняя Гетти стояла рядом с отцом, матерью и ее родной сестрой-инвалидом Сильвией, не расстававшейся с креслом-каталкой. Девочка ждала. Еще минута — и она, преданная внучка, станет владелицей первого капитала. Увы, в тишине комнаты прозвучали все имена, кроме ее собственного. Свои доли получили обе дочери, зять и даже малоизвестные ей родственники. Гетти долго плакала в ту ночь над своей финансовой неудачей. Это были ее последние слезы, ибо финансовых поражений у нее не будет больше никогда.

Формальное образование ограничилось суровой религиозной школой для детей квакеров на Кейп-Коде и несколькими годами училища в Бостоне для девушек из привилегированных семей. Главным же учителем жизни для нее оставался отец, образец бизнесмена. И хотя его тиранический характер привел к тому, что Эбби с дочерью переехала жить в дом сестры, — Гетти, пропуская мимо ушей шпильки тети Сильвии в адрес отца, продолжала быть его «хвостиком». С годами «хвостик» превратился

в миловидную девушку, считавшуюся самой богатой бедфордской невестой. Поначалу женихи не заставили себя ждать, но вскоре число их побавилось. Озадачивали даже не настороженный взгляд Гетти Робинсон, видевший в них (и не без основания) лишь охотников за чужим богатством, а бедная, похожая на сиротскую, одежда: застиранное платье, старые туфли со стоптанными каблуками и даже непарные, спущенные на щиколотки носки.

И еще охлаждали жениховский пыл слухи о ее неимоверной скаредности. Редкие домашние приемы у Гетти были постоянной темой городских сплетен. Говорили, что она тушила праздничные восковые свечи из спермацета кашалотов (дорогостоящий фирменный продукт!) еще до ухода последнего гостя, а на следующий день продавала их огарки. Использованные столовые салфетки, если на них не было явственных пятен, Гетти spryskivala водой, проглаживала утюгом и снова пускала в ход. Как-то раз отец разрешил ей поехать на зиму в Нью-Йорк для первых шагов в свете, поручив заботам тамошней родственницы и дав тысячу долларов для приобретения подобающей одежды. Вскоре дочь вернулась домой в том же платье, в котором уезжала. На отцовский вопрос последовал радостный ответ: «Я вложила деньги в банковские акции». И Гетти прижала к груди драгоценный пакет.

Между тем пик доходов от китобойного промысла был пройден. Нефтепродукты из России и Румынии начинают заполнять рынок, и вслед за ними в домах американцев вместо свечей загораются керосиновые лампы. Уже ничто не задерживало Эдварда Робинсона в Бедфорде. В 1860 году в возрасте пятидесяти лет умерла жена, никогда не отличавшаяся отменным здоровьем. И он переезжает в Нью-Йорк вместе со своим миллионным состоянием и намерением его расширить. Гетти — рядом с ним, готовая в любой момент встать на пути повторной женитьбы. Не забывает она время от времени и посещать тетю Сильвию, чтобы напомнить угасающей старой деве о любящей племяннице. Через несколько лет в отцовском доме она повстречала пришедшего с деловым визитом высокого немолодого джентльмена. Его звали Эдвард Грин.

За плечами этого человека была необычная, полная приключений жизнь. Он происходил из состоятельной вермонтской семьи, гордившейся предками-пилигримами. В роду американских Гринов были конгрессмены и судьи, а родной дядя пребывал мэром Бостона. Сам же Эдвард, говоривший на нескольких языках, в том числе китайском, объездил полмира. На восемнадцать лет он задержался на Филиппинах, где сделал немалое состояние на торговле шелком, чаем, табаком и гашишем. Знакомство с ним произошло в непростое для Гетти время. В июне 1865 года скончался отец, сделав ее единственной наследницей своих миллионов.

Не успело улечься сложное чувство горечи от потери близкой души, замешанное на ощущении финансового комфорта, как через месяц пришло сообщение о смерти тети.

На похоронах тети Сильвии рядом с Гетти стоял и поддерживал ее Эдвард Грин. И эта поддержка была весьма кстати во время чтения завещания, ибо Гетти пошатнулась, услышав его. Все последние годы она была убеждена, что если не все тетушкино наследство (более двух миллионов), то, по крайней мере, львиная его доля достанется ей, единственной из остающихся в живых Хоулендов. Каков же был шок, когда в самом конце списка вместе с ее именем прозвучало: «65 тысяч долларов в качестве ежегодного дохода от образуемого коммерческого фонда». Весь же основной наследственный капитал, поделенный на мелкие части, безвозвратно уходил в виде подарков третьестепенным родственникам, бедным городским вдовам, сиротам и просто знакомым. Удар был сильным, но не сокрушающим: через короткое время Гетти начала судебный процесс, ставший самым долгим и самым громким делом о наследстве в истории страны.

В качестве доказательства своих прав она предъявила более раннее завещание, написанное ее рукой, но имеющее в конце подлинную (как она утверждала) подпись Сильвии. Понятно, что в нем все наследство без изъятия передавалось племяннице. И еще содержался настораживающий пункт, по которому не допускалось иное волеизъявление без согласования с главной наследницей. Обе стороны были представлены выдающимися адвокатами, к делу привлекли знаменитых графологов, исследовавших с применением новейших научных методов подлинность подписи на спорном документе. В июле 1867 года, в самый разгар судебной тяжбы Генриетта Робинсон, 32 лет, и Эдвард Грин, 44 лет, обвенчались. Священник, скрепивший их союз традиционными богоугодными словами, и не подозревал, что в сумочке у невесты лежит предбрачный договор, по которому жених навсегда отказывается от какой-либо собственности невесты. А вскоре молодожены на восемь лет отправились в Лондон, оставив полдюжины адвокатов продолжать схватку.

Этому браку и отъезду предшествовало предварительное заключение судебных экспертов о поддельности подписи завещательницы, выполненной с виртуозным подражанием. Настолько виртуозным, что начертание каждой буквы до последней черточки полностью совпадало с контрольным образцом, а это в реальной жизни никогда не случается. В воздухе запахло судебным преследованием за фальсификацию доказательств и лжесвидетельство. Многочисленные получатели наследства, ответчики по делу, расценили и свадьбу, и отъезд как продуманный способ бегства. Возможно, это так и было, но процесс длился еще несколько лет, и только в 1871 году закончился соломоновым решением: в иске отказать,

но выплатить заявительнице 660 тысяч, которые являлись прибылью от завещательного фонда, «набежавшей» за шесть лет судебного разбирательства.

Известие об окончании дела пришло в Лондон, когда у Гринов все складывалось вполне успешно. Эдвард энергично инвестировал собственный миллион, возглавляя правления трех лондонских банков. Все расходы оплачивались из денег супруга, поэтому Гетти не возражала, когда в качестве семейной резиденции был выбран самый роскошный столичный отель, в котором останавливались Марк Твен и миллиардер Эндрю Карнеги. Здесь и родились двое их детей: первенец Нэд и дочь, названная Сильвией в качестве знака недругам о своей родственной привязанности к памяти несчастной тети. Заботясь о малышах, Гетти не забывала и о земных страстях: ловкая спекуляция на разнице в цене американских «зелененьких» и фунтов стерлингов заметно пополняла ее и без того тяжелую «копилку». Лондонский период стал самым благополучным в ее суматошной жизни.

В 1875 году четверо Гринов вернулись в США. Причин было несколько: крупная финансовая паника, разразившаяся за два года до этого на биржах мировых столиц; юристы дали знать, что срок давности по делам о лжесвидетельстве истек; и, наконец, не в последнюю очередь — просто заурадная ностальгия. Семья поселилась в Нью-Йорке, заняв на сей раз самый дешевый номер в самом дешевом отеле. Эдвард, будучи, в отличие от жены, рискованым финансовым игроком, стал поспешно вкладывать свои капиталы в акции многих компаний, и на первых порах преуспел. Всего десятилетие спустя, после цепочки непродуманных шагов, удачливый некогда дальневосточный негодант объявил себя банкротом. Могла ли Гетти погасить его долги? Разумеется, да. Но не пошевелила и пальцем. Ведь они еще перед венцом договорились: «денежки врозь».

Само ее имя было уже неразделимо с Уолл-стрит. Пройдошистые брокеры фондовой биржи не упускали из виду ее колоритную фигуру, зная, что акции, купленные Генриеттой Грин, завтра подскочат в цене. Прежде чем их приобрести, она тщательно изучала всю подноготную фирм, и лишь зная о них не меньше владельцев, покупала. Ее главными интересами долго оставались два: стремительно растущая сеть железных дорог и городская недвижимость. География этих приобретений охватывала всю страну. Где только не приобретала она землю: Нью-Йорк, Канзас, Чикаго, Сан-Франциско... После ее смерти выяснится, что у миссис Грин было в десятке штатов более восьми тысяч участков и домов на них.

Существовала еще одна неистовая страсть, в реализации которой Гетти достигла филигранного искусства, — ростовщичество. Куда там ли-

тературным Гобсекам в бальзаковской Франции или старухам-процентщицам в Петербурге Достоевского! Живая и полнокровная, их младшая заокеанская «коллега» могла бы преподавать им высшую школу мастерства. Ее метод был неуязвим и по-своему честен: никогда не отпугивать должников высоким возвратным процентом, даже в периоды тяжелых биржевых кризисов. Тогда-то расчетливый кредитор будет всегда в выигрыше. В одном из интервью она лаконично сформулировала свое финансовое кредо: «Следует всегда дешево покупать, дорого продавать, сочетая это правило с тремя простыми вещами — проницательностью, упорством и бережливостью». Что касается первых двух, то эта была святая правда, а вот лукавым словом «бережливость» Гетти прикрывала свою легендарную скупость, благодаря которой она стала героиней не столько финансовых новостей, сколько скандальной хроники.

Владелица сотен домов, она никогда в жизни не имела собственного, предпочитая третьеразрядные гостиницы, а позднее — маленькие квартиры, зачастую без дорогой горячей воды. Было замечено такое, например, экстравагантное занятие миллионерши: стирку она производила в бадье у себя в номере, затем связывала влажное белье и через окно выбрасывала его на лужайку. Потом спускалась по лестнице и раскладывала вещи на траве для сушки. Если же она и нанимала прачку, то настаивала, чтобы та стирала юбку не целиком, а лишь низ подола, касающийся пола и тротуара. Чтобы показать детям в действии свой любимый девиз «сэкономить цент — означает заработать его», она всегда брала их с собой в магазин на еженедельную закупку, каждый раз приводя Нэда и Сильвию в невероятное смущение. Ее дружно ненавидели и продавцы, и покупатели. Гетти могла без усталости торговаться по поводу цен, а в поисках вчерашнего хлеба долго перебирать руками продукты, тогда еще не защищенные индивидуальной упаковкой.

Прочитав газеты с биржевыми сообщениями, она посылала сына продать их снова. Если не удавалось, и им находилось применение. В зимнюю погоду нарезанные страницы подкладывались под уличную одежду членов семьи, создавая иллюзию тепла и реальность экономии на сезонной экипировке. Когда в аптеке фармацевт сообщал ей, что лекарство стоит пять центов, а пузырек к нему столько же, Гетти неизменно шла домой и возвращалась с собственной «посудой». Стойкую неприязнь она распространяла на две категории профессионалов: врачей и налоговых инспекторов, делая все возможное, чтобы свести к минимуму общение с первыми и вообще исключить его со вторыми.

Однажды скарденность обернулась несчастьем, разрушившим жизнь сына. В редкую для Нью-Йорка снежную зиму одиннадцатилетнему Нэду были куплены санки. Осчастливленный мальчик, обычно закомплексо-

ванный, вихрем покатился с горки и... Санки перевернулись, падение, тяжелейшая травма ноги. Надев на сына и на себя самые ветхие из возможных одеяний, Гетти направилась на поиски врача. Она полагала, что нищенский вид смягчит сердца ненавистных врачей-стяжателей, и они окажут помощь бесплатно. Но не тут-то было. Подвела пресса, точнее, собственная популярность: врачи ее узнавали и с гневом отказывались от подобного волонтерства. Гетти решила, что и домашние средства будут хороши, но боли с годами только усиливались. Запущенная болезнь вскоре привела юношу к ампутации ноги выше колена. Была ли она матерью-чудовищем? Нет, пожалуй. Гетти Грин была просто чудовищно скупа.

К началу 80-х годов ее брак фактически распался. Вплоть до смерти Эдварда в 1902 году в полном безденежье, супруги жили врозь, вместе их никто не видел, и многие нью-йоркцы даже полагали, что Гетти давно вдова. Нэд, с которого была взята клятва не жениться в ближайшие двадцать лет, был направлен ею в Чикаго, а затем в Техас, центры ее финансовых интересов. Мать, положив ему жалование в несколько долларов в день (ее собственный доход составлял 5 миллионов в год), требовала от сына неуспыпной активности и отчетности. Костыли и пробковый протез во внимание не принимались. Сама Гетти жила только с безмолвной дочерью, близорукой и неуклюжей. Причиной неуклюжести была не стеснительность, а природный дефект ступни, но после случая с братом Сильвия и помышлять не смела о помощи медицины. Она безропотно следовала за матерью из одной квартиры в другую, которые та меняла в небезуспешных попытках скрыться от бдительности Налогового управления.

В те времена законодательство о налогах в США было запутанным и противоречивым, с существенными отличиями в разных штатах. Как же этим могла не воспользоваться миллионерша, для которой была невыносимой сама мысль отдать государству что-нибудь «просто так»? (К слову говоря, за всю свою долгую жизнь она не совершила ни единого акта благотворительности!) И поскольку в Нью-Йорке ставки налогов были одними из самых высоких в стране, Гетти выбрала для кочевого бытия район Хобокен в соседнем штате Нью-Джерси. Тяжким сюрпризом для нее стала 16-я Поправка к Конституции, принятая Конгрессом в 1913 году и установившая единый и жесткий порядок взимания подоходного налога. При обсуждении парламентариями этой поправки под куполом Капитолия неоднократно звучало имя миссис Грин в качестве образца неплательщицы, корыстно использующей несовершенство закона.

Стареющую Гетти никогда не оставлял страх покушения. К редким знакомым она приходила с собственной едой и даже спиртовой горелкой для варки яиц. Получив лицензию на ношение оружия, никогда не расставалась с ним. Утром, распахив по потайным карманам деньги, пакет с су-

хой овсяной кашей и револьвер, она отправлялась к парому через Гудзон, а затем пешком к Национальному банку, где вы, читатель, и повстречались с ней в начале очерка. Городским транспортом Гетти предпочитала не пользоваться. Появившиеся автомобили, как и любые предметы роскоши, отвергала, приговаривая: «Иисусу Христу для перемещения было достаточно осла». Именно в момент ее утреннего прохода «на службу» объектив фотографа и схватил необычный облик этой женщины: черный глухой плащ, шляпа со вдовьей вуалью, злое старушечье лицо и резкая, отнюдь не старческая походка. То ли этот отталкивающий вид, то ли постоянные слухи о странных, неординарных поступках послужили появлению ее газетной клички «ведьма Уолл-стрит». Хотя при иной внешности и манере поведения она вполне могла бы называться «королевой».

Каждый день, в полдень, Гетти поднималась из-за стола и шла в соседний офис знакомого брокера. Здесь с утра в котелке на батарее отопления подогревалась ее овсянка, которая, по ее собственным словам, «придавала силы в постоянных сражениях с волками Уолл-стрит». Правда, силы были уже на исходе. А тут еще «некстати» вышла замуж великовозрастная Сильвия. Ее мужем стал аристократ Мэттью Астор Уилкс, малосостоятельный потомок знаменитых богачей Асторов, о которых рассказывалось в предыдущем очерке. Разница в возрасте молодоженов была тридцать лет, и теща, зять которой был почти ее сверстником, называла его за глаза не иначе, как «старый подагрик». И снова, как сорок лет назад, на свадебной церемонии Гетти держала в руках сумочку с предбрачным документом. На сей раз это было только что подписанное женихом соглашение об отказе от невестиного имущества.

Спустя семь лет, в 1916 году, Гетти умерла от сердечного приступа. Ей был 81 год. Двое детей унаследовали ее состояние, равное головокружительной сумме — сто миллионов долларов. Нэд довольно быстро растратил свою часть, вырвавшись из-под материнского пресса. Бездетная Сильвия посвятила себя щедрой благотворительности, не забыв, вероятно, милосердное завещание своей провинциальной двоюродной бабушки и одновременно тезки.

Во всех изданиях книги рекордов Гиннесса, тщательно фиксирующей «самое-самое», в разделе «Богатство» и сегодня можно увидеть фотографию Генриетты Грин с надписью: «Величайшая в мире скряга».



## ДЖЕЙМС ФИСК — ВЕЛИКИЙ КОМБИНАТОР

Займствуя для названия титул бессмертного персонажа Ильфа и Петрова, хочу лишь напомнить, что талант «веселого мошенника» интернационален. Да и лучше, чем этими двумя словами, не определишь бурную жизнь тридцатисемилетнего нью-йоркского финансиста, убитого соперником 6 января 1872 года выстрелом в упор. Менее удачливые и менее энергичные современники часто с ноткой презрения называли Фиска и его друзей, сколачивавших капиталы с шокирующей легкостью, — «О, эти новые богачи!» Сегодня, спустя более чем сто лет, на другом континенте, в другой стране, вступившей в период бешеного первоначального накопления, с заметной «интернациональной» схожестью раздаются подобные же восклицания. На этом фоне небезынтересен яркий эпизод из американского опыта.

Глухой город Браттлборо в южном Вермонте, где прошло детство будущего миллионера, представлял собой тихое поселение Новой Англии, где кроме венчаний да отпеваний никаких значительных событий не происходило. Впоследствии жители будут недоумевать, как в их недвижимой глубинке могла объявиться столь неумная и парадоксальная личность. Отец Джеймса, чистокровный, сдержанный янки, неделями отсутствовал, промышляя розничной торговлей, и возвращался из своих вояжей в наполовину облегченном фургоне и с наполовину заполненным бумажником. Мать скончалась, когда сын был еще младенцем. Через десять лет появилась мачеха, вскоре за ней сводная сестра Мэри, а Джим (этим уменьшительным именем его будут звать все), почувствовав ослабление домашней опеки, в двенадцать лет бросил школу. Отныне грамотность никогда не будет его сильной стороной.



Джеймс Фиск

Другие качества его натуры проявятся рано: общительность, живость, быстрая реакция. Несколько лет Джон будет незаменимым помощником отцу в торговых поездках, забавляя и привлекая покупателей каскадом шуток. Однажды некая дама пожаловалась ему на отца, якобы обманувшего ее, назвав цену за кусок ситца двенадцать с половиной центов. Мальчик мгновенно ответил: «Папа не сказал вам неправду, но, пожалуй, лучше было бы назначить один доллар за восемь кусков».

Недаром из всех школьных предметов Джон предпочитал арифметику, и жизнь покажет, как он преуспеет в подсчетах.

В пятнадцать он на три года ушел из дома с бродячим цирком, пройдя все ступени — от рабочего арены и зверинца до продавца билетов. Здесь, в цирке, с его пестротой красок и звуков, воплями зрителей и ужимками клоунов, Джим Фиск чувствовал себя в своей тарелке. Пройдут годы, а буффонада, как стиль поведения, нет-нет и проскользнет в его бесчисленных выходках и эскападах. Когда ему в 1854 году исполнилось девятнадцать лет, произошли два события: он открыл собственный торгово-развлекательный бизнес, отделившись от отца, и — женился. Шестнадцатилетняя супруга Люси, сирота и студентка местной семинарии, с самого начала была обречена редко видеть мужа. Джим поставил дело с размахом, рассудив, что жалкая отцовская лошаденка со стареньким фургоном — не его масштаб. На смену им были постепенно приобретены пять упряжек, управляемых нанятыми продавцами, а маршруты вышли за границы Вермонта, протянувшись к Нью-Хемпширу и Массачусетсу. Молва о бойком и успешном торговце докатилась до Бостона, и в 1860 году владельцы самого крупного и фешенебельного магазина «Jordan & Marsh» пригласили Джима на должность оптового коммивояжера. Семья переезжает в Бостон, который Люси не покинет уже никогда. Здесь для ветреника и непоседы Фиска, вплоть до его гибели, будет сохраняться то, что выпендрено называют домашним очагом, и что он, несмотря на всю свою бесшабашность, будет в глубине сердца ценить.

Начавшаяся война между Севером и Югом отнюдь не поставила Джима перед дилеммой «с кем быть?» Он был «северянином» по рождению и убеждениям, но поспешил к местам сражений, влекомый не патриотизмом, а коммерцией. Границу с мятежной Конфедерацией защищали тогда войска молодого генерала Уилисса Гранта, будущего послевоенного президента страны, личное знакомство с которым уже в этом качестве нашему герою еще предстоит. А пока боевой генерал, объявив блокаду Юга, пытался безуспешно противостоять тому, что остается в тени почти каждой войны, — контрбанде. Ее главным предметом был южный хлопок, в котором нуждались прядильные фабрики Севера, а, значит, и такой потребитель их продукции, как «Jordan & Marsh». И Фиск, никогда не заботившийся о «чистоте рук»,

действуя подкупом офицеров и чиновников, наладил бесперебойное функционирование системы, которая в наше время зовется «теневой экономикой». Его биографы утверждают, что в отдельные дни объем продажи контрабандного хлопка, перетекавшего через созданные Джимом и его агентами щели в блокадном ограждении, достигал восьмисот тысяч долларов.

Наблюдательный Фиск вспомнил, что на чердаке бостонского магазина он видел груды суконных одеял, блеклая расцветка которых не оставляла надежду на распродажу. Но солдатам-то на полях войны они сгодятся как нельзя лучше! И уговорил старшего владельца, Эбена Джордана, послать его в Вашингтон для переговоров с «дядей Сэмом». Настояв на крупных «командировочных», Фиск поселился в лучшем столичном отеле, завел знакомства с нужными конгрессменами, и вскоре правительственные контракты были подписаны. Причем, к радости «Jordan & Marsh», не только на поставку одеял, но и других текстильных изделий, нужных в войсках: униформ, свитеров, нижнего белья, теплых носков.

Теперь ему не терпелось вложить скопленный капитал в дело. Сомнений не было — он это сделает на нью-йоркской бирже. Однако открытая им в 1864 году брокерская контора потерпела фиаско через несколько недель. Видно, не подошел золотой ключ, которым он надумал открывать ворота Нью-Йорка. Фраза, которую Джон произнес тогда, запомнилась многим: «Уолл-стрит разрушил мой бизнес. Он поплатится за это». Через пять лет всемирно известная финансовая биржа в полной мере ощутит исполнение этого пророчества.

Когда Гражданская война подходила к самому концу, Джим задумал крупную авантюрную комбинацию, ставшую международной. Еще в самом начале сражений руководители Конфедерации в поисках финансовых ресурсов выпустили облигации военного займа, владельцами которых стали многие англичане, симпатизировавшие южанам. По мере того как военные поражения последних множились, стоимость облигаций на лондонской бирже стала опускаться, но еще не опасно низко. Связь между Европой и Америкой была в то время паровой, работы по прокладке подводного атлантического кабеля только начались. Сообщения из Нового Света достигали берегов Англии через неделю. Этим и воспользовался Фиск.

Ближайшим к Англии был канадский порт Галифакс. Именно здесь Джим зафрахтовал быстроходное судно и оставил на нем своего агента с указанием ждать сигнала к немедленному отплытию. В исторический день 9 апреля 1865 года, когда генералом Грантом была принята капитуляция противника, на пароход в Галифаксе поступила телеграмма от Фиска, содержащая одно слово «Вперед!» Гонец оказался в Лондоне на два дня раньше регулярного почтового корабля с американскими новостями. Этих дней хватило, чтобы успеть продать на бирже полностью обесцененные

«южные» облигации на миллионы долларов. Вот теперь можно было нырять в финансовые глубины Нью-Йорка.

Его патроном стал опытейший уолл-стритовский делец Дэниел Дрю, помогший Джиму не только быстро восстановить репутацию успешного брокера, но и войти в правление железнодорожной компании «Эри», названной так по имени озера на границе с Канадой, куда первоначально дотянулись из Нью-Джерси рельсы и аппетиты фирмы. Семидесятилетний Дрю был директором компании, ее президентом — сверстник Фиска Джей Гулд, а сам Джим через короткое время расположился в кресле казначея. Для всех троих воздух финансового авантюризма был родной стихией. Оставалось ждать случая, и вскоре он представился. Это событие вошло в историю американского бизнеса под названием «Erie Railroad War», что можно перевести как «схватка на рельсах».

В те годы строительство железных дорог было одной из самых прибыльных отраслей индустрии, а ее некоронованным королем с полным основанием считался мультимиллионер Корнелиус Вандербилт. Если на пути его безудержной экспансии возникали небольшие фирмы-владельцы рельсовых участков, он попросту их проглатывал, как и положено подлинной «акуле капитала». Так Вандербилт решил поступить и с «Эри», вставшей поперек акульева горла: именно по ее трассе он, хозяин огромных путей нью-йоркского Централ, вознамерился проложить своим паровозам дорогу на Дальний Запад. И тут произошла осечка. Вандербилт прибег к апробированной практике — скупке акций компании-противника, доводя их количество до 51 процента, означавшего владение контрольным пакетом. Но он недоучел хитрость конкурента.

Троица комбинаторов из «Эри» притворно согласилась с предложением магната, и тот, не почувствовав подвоха, приобрел акции. А Фиск, используя все свое красноречие и обаяние, уговорил членов правления срочно выпустить на рынок сотни тысяч новых акций за счет перевода в них других долговых обязательств. Разгневанный Вандербилт пустил в ход все средства, включая подкуп чиновников и судей. Результат оказался нулевым, поскольку оружие соперников было аналогичным. В итоге Вандербилт не только не приобрел контроль над «Эри», но потерял миллионы долларов, а Фиск с друзьями-заговорщиками, напротив, потирали руки, подсчитывая дивиденды. Шустрые газетчики дознались даже, что в подвале здания, где располагался офис компании, круглые сутки работал печатный пресс, выпускавший бланки новых акций. В своих изданиях они воспроизвели каламбур Джима: «Я стою за свободу прессы», что на английском, не знаящем падежей, звучит двусмысленно — «The freedom of the press». А когда в помещении подвала произошел случайный пожар, над его причиной подшучивали уже нью-йоркцы: «Очевидно, пресс перегрелся».

Два удачливых финансиста, Фиск и Гулд (любопытно, что фамилия Gould означает перемолотое языковыми жерновами слово «gold» — золото) в дальнейшем образовали тандем, полагая, что третий в их союзе — лишний. Еще несколько лет закулисных интриг, и старина Дрю выходит из игры, объявляя банкротство. А двое готовятся к следующему прыжку. Трудно было вообразить более противоположные личности во всем, кроме «денежного» мастерства. Увеличивая состояние, обычно мрачный, державшийся в тени Джей Гулд «складывал» миллион к миллиону, не забывая о наследниках. В руках бездетного Джеймса Фиска, любителя светских удовольствий и всяческой публичности, огромные деньги обслуживали собственную «красивую жизнь» — и только.

В центре Манхэттена, на 23-й улице, продавалось здание оперного театра, не приносившего доход. Огромный зал на три тысячи мест оставался полупустым. Фиск приобретает его за восемьсот тысяч долларов, ремонтирует за половинную сумму и превращает в пышный мраморный дворец. И хотя на фронтоне была установлена огромная надпись «Grand Opera House», а в вестибюле с обезоруживающей безвкусицей воздвигли бронзовый бюст Шекспира, сцена была отдана... французской оперетте, завоевавшей в то время Париж. Смазливых барышень в кордебалете Джеймс нанимал сам по критериям, ведомым одному ему, темпераментному богачу, а ведущие голоса и ножки посылал искать в Европу. Его агент почти договорился даже с самим Жаком Оффенбахом прибыть на нью-йоркскую премьеру «Периколы», но в последний момент маэстро что-то помешало. Лучшие музыканты и дирижеры услаждали слух восторженной публики, канкан требовали бисировать, а организатор всего этого восторга, не пропуская ни одного представления, восседал в отдельной ложе, ловя благодарные взоры и поглаживая самые известные в городе усы, за ухоженность которых следил специальный парикмахер.

Ложу, расположенную непосредственно над первой, занимала фаворитка хозяина, неудачная хористка с внешностью роковой красавицы Жозефина Мансфильд. Калифорнийка по рождению, с туманными обстоятельствами первого замужества, она познакомилась с Джеймсом, когда сильно нуждалась в средствах, и его нежное участие быстро переросло в страсть. Он осыпал ее благодеяниями, от одежды до драгоценностей, появлялся с ней в фешенебельных ресторанах. Их конный выезд являл собой зрелище, привлекавшее не только зевак, но и газетчиков. Одним из показателей богатства нуворишей той далекой доавтомобильной эпохи было число конных экипажей. Конюшня Фиска была одной из самых больших: пятнадцать лошадей белой и черной масти, две четырехместные кареты, ландо, фэтоны с золотой отделкой. На прогулку он выезжал в экипаже в шесть «лошадиных сил», отвечавшем его представлениям о

красоте: двое белых слуг в черных ливреях впереди, два негра в белых ливреях — на запятках. Спускалась красная ковровая дорожка, и по ней сбегала жеманная кокотка, а следом важно сходил тучный, невысокого роста господин — директор фирмы «Эри» (Фиск стал им после ухода в отставку Дрю), помахивающий тростью с золотым набалдашником, в неизменном дорогом костюме, жилете, еле сходящемся на груди и украшенном бриллиантовой брошью.

Чтобы уменьшить дистанцию между службой и развлечением, Джеймс уговорил Гулда перевести офис в четырехэтажную часть театрального здания. Теперь в роскошный директорский кабинет, к вящему удивлению посетителей и к негодованию рядовых держателей акций, могли запросто заскочить танцовщицы в пачках и трико. Но Фиск только отмахивался. Он приобрел два дома рядом с Оперой и обставил их с восточной щедростью. В одном поселился сам, а другой отдал Жозефине с ее челядью, так что заботы и радости окончательно переплелись. На одной из пирушек ему и мисс Мансфилд представили молодого статного финансиста Нэда Стокса, предложившего совместный нефтеочистительный бизнес. Джеймс охотно согласился, не подозревая, что в лице этого человека в его жизнь постучалась трагедия.

Внезапно в Фиске, вполне земном увальне, вспыхнула безумная любовь к морю. Вылилась она в покупку двух трехпалубных пароходов, курсировавших между Нью-Йорком и южным Массачусетсом. Каюты были переоборудованы, украшены медью, золотом и зеркалами, в каждую из них он поместил по клетке с канарейкой, назвав птичек по именам своих приятелей, а одну даже — «генерал Грант». Последнее было сделано в память о путешествии в Ньюпорт и Бостон только что избранного президента страны на его, Фиска, судне и в его сопровождении. Грант выехал туда на празднование годовщины мирного соглашения в Гражданской войне. У Фиска, как помнит читатель, были свои веские причины помнить этот юбилей. Утренний выход в море его кораблей обставлялся пышным ритуалом, наблюдать за которым собирались сотни зевак. Джеймс, никогда не знавший разницы между кабестаном и компасом, появлялся на пирсе, облаченный в полную униформу адмирала флота. Команда ему салютовала, гремел духовой оркестр, «адмирал» давал сигнал к отплытию.

Неожиданно к морской славе добавилась военно-сухопутная, хотя его войсковой опыт ограничивался, как было сказано, всего лишь контрабандой. Расквартированный в Нью-Йорке 9-й полк Национальной гвардии штата испытывал настолько большие финансовые трудности, что был на грани расформирования. Таяла численность, разбегалась музыкантская команда, не было денег на униформу и оружие. И тогда командование решило обратиться за помощью к Фиску, отлично зная

его тщеславие и отзывчивость. Ему был предложен чин полковника со всеми знаками почета, соответствующими званию командира полка. Стимул был настолько соблазнительный, что Джеймс согласился без колебаний. Полк получил необходимые денежные вливания и стал яркой приметой городской жизни: его парадные марши под звуки самого лучшего военного оркестра восхищали не только мальчишек, но и их родителей. Правда, грузный полковник в нарушение устава не мог возглавить шествие верхом, но принимал парад во всем облачении: фуражка с кокардой, китель с эполетами и сабля с дорогим эфесом. Видимо, Фиск являл собой уникальный случай в мировой истории, соединив в одном лице «адмирала» и «полковника».

Джеймс не упускал возможности привлечь внимание к своему детищу. В то время событием в городе стало прибытие русского фрегата «Светлана» с великим князем Алексеем на борту. Сын императора Александра Второго и будущий военно-морской министр служил на фрегате старшим офицером. Фиск привел в полную парадную готовность сводный оркестр полка и вывел его к окнам отеля, где остановился почетный гость. Грянул российский гимн, за ним — приличествующая случаю героическая музыка Мейербера. Надеясь лишний раз покрутиться в высшем обществе, Фиск при полном параде прошел в покои великого князя, был представлен ему и в ответ на дежурные приветствия ожидал высочайшего приглашения на намеченные торжества. Но такового не последовало. Похоже, князю доложили о содержании последних газет, со страниц которых не сходила хроника двух шумных скандалов, одного финансового, другого личного. И в обоих был замешан помпезный «полковник».

Джеймс приступил к реализации своего давнего плана мести Уолл-стрит. Испытанный союзник по авантюрам Гулд был посвящен в замысел. Вдвоем они надумали посягнуть на святая святых — золотой запас страны, который был прерогативой высшей исполнительной власти. А власть эта находилась в руках администрации президента Улисса Гранта, одной из самых коррумпированных в американской истории. Так что заговорщики выбрали оптимальное время. План строился на быстрой скупке золота, значительная часть которого хранилась в городских банках, с последующей монополизацией биржевого рынка. Только одна опасность могла помешать: поскольку незыблемый «золотой стандарт» валюты США тогда не существовал (он будет установлен в 1900 году), правительство могло «в ответ» выбросить на рынок золото из федерального резерва. Для нейтрализации такого хода событий существовало противоядие — подкуп, проверенное оружие финансовых пиратов.

Заметной фигурой в нью-йоркском высшем свете был юрист Абел Корбин, известность которого определялась не адвокатскими талантами,

а тем, что за год до описываемых событий он стал мужем сестры Гранта и, как поговаривали, его доверенным лицом, «президентовым ухом». Будучи посвященным в заговор, зять-пройдоха обещал содействие, а Фиск и Гулд приступили к операции, скупая золото по существовавшей цене 133 доллара за унцию. Немалые вложения средств через подставных лиц были сделаны на имя Корбина, его жены и даже самой Первой леди. В течение нескольких дней цена на золото подскочила неимоверно, достигнув к 24 сентября 1869 года отметки 164 доллара. Произошло катастрофическое падение стоимости бумажных денег, их банковское обеспечение улетучилось. Биржа была разрушена, значительные состояния погибли, многие их владельцы в отчаянии прибегали к самоубийству. Этот день всеобщей финансовой паники вошел в историю американского бизнеса под названием «Черная пятница».

Под давлением непрогнозируемых для денежной системы страны обстоятельств и по совету Департамента Казначейства президент Грант все-таки распорядился выпустить золото из государственных хранилищ. Но за день до этого всезнающий Корбин предупредил друзей из «Эри», и они успели продать свой «желтый запас» по предельно высокой цене. В итоге Фиск мог подсчитывать миллионные барыши. А вот положение его нового приятеля Нэда Стокса оказалось незавидным: «черная пятница» сделала его почти банкротом. Чем мог «отблагодарить» разъяренный Стокс своего обидчика? У него оставалось единственное средство — обольстительность Дон-Жуана.

Жозефина Мансфилд была особой влюбчивой, так что особых усилий, собственно, не потребовалось. Она начала открыто встречаться со Стоксом, полагая, что Джеймс приручен настолько, что дождь его ассигнаций, проливаемых на нее, не иссякнет. Поначалу Фиск сражался за куртизанку-изменщицу со страстью раненого льва, слал ей бурные письма (склонность к эпистолярному жанру ему вскоре дорого обойдется), жаждал объяснений. Но, как это часто случается в жизни, острая увлеченность переросла в столь же острую ненависть, которую подогрело намерение Жозефины придать огласке личные письма Фиска. Писал он их в период шумных скандалов вокруг «схватки на рельсах» компании «Эри» с Вандербилтом, неосмотрительно делясь с возлюбленной малопривлекательными деталями закулисных комбинаций.

Теперь влюбленная парочка решила пустить эти письма в дело. Нэд Стокс послал к Фиску эмиссаров, настаивая на уплате огромной суммы отступного. Джеймс отклонил шантаж, и тогда злополучная переписка начала просачиваться в печать. Больше всего Фиска заботили те страдания, которые будет испытывать его верная Люси, и он участил искупительные поездки в Бостон. Ссора сторон любовно-финансового треугольника пе-



решла в судебную фазу. Джеймс требовал наказания Стокса и Жозефины за шантаж и в качестве доказательств представил показания домашнего слуги, слышавшего переговоры ответчиков об использовании писем. Те, в свою очередь, потребовали большой денежной компенсации за клевету и якобы неоплаченные долги. Адвокаты сторон усердствовали вовсю, газетчики копались в калифорнийском прошлом Жозефины, в не совсем чистом нефтеочистительном бизнесе Стокса, а уж от ежедневных карикатур на толстяка Фиска просто пестрило в глазах.

Развязка наступила в самом начале 1872 года. Утром 6 января судья вынес решение об отказе во всех требованиях к Фиску, при этом размеры судебных взяток остались за границами светской хроники. Стокс был окончательно разорен. Свидетели видели, как он с побелевшим лицом выскочил из зала и исчез. Обнаружился Нэд к вечеру того же дня. Выследив, когда Джеймс вошел в вестибюль известного Гранд-Отеля, намереваясь отметить с приятелями успех, Стокс опередил его, проникнув в здание через боковой вход. Он встретил врага с пистолетом в руке на верхней площадке лестничного марша. Это была последняя сцена в короткой жизни Джеймса Фиска, так любившего мелодраматические эффекты.

Впрочем, имел место еще пышный эпилог — похороны, подобных которым город не помнил со дня проводов убитого Линкольна. Гроб с телом, облаченным в полковничий мундир, был провезен к Центральному вокзалу по заполненным улицам в сопровождении конной гвардии и полкового оркестра. Погребение состоялось на скромном кладбище родного городка Браттлборо, жители которого собрали 25 тысяч долларов на памятник своему знаменитому земляку. По углам обелиска красовались четыре полуобнаженных женских фигуры, символизирующие Коммерцию, Транспорт, Навигацию и Театр. Один местный острослов съязвил: «Усопший так любил фривольных женщин, что и в могиле они не покинули его».

## ФРЭНК ВУЛВОРТ. ЦЕНТЫ, СТАВШИЕ МИЛЛИОНАМИ



Фрэнк Вулворт

В Америке словосочетание «Woolworth» давно перестало означать фамилию, а превратилось в некий знаковый символ, узнаваемую примету жизни. Еще недавно почти в каждом городе, большом или малом, и, как правило, на главной улице издали был виден магазин с этой надписью на фронто

не. Каждый житель знал, что здесь всегда найдется недорогой и добротный товар, нужный не для фешенебельного светского раута, а для скромной повседневности. Но далеко не всем известна история уникальной всеамериканской (а потом и всемирной) торговой фирмы, у истоков которой стоял один человек, наделенный даром генерировать идеи и претворять их в жизнь. Его судьба напоминает осуществление столь излюбленной на этой земле сказки-мечты, когда бедный провинциальный юноша, настойчивый и удачливый, покоряет вершину финансового Олимпа. А началась эта сага о семейном богатстве, возникшем из «ничего», почти сто пятьдесят лет назад...

Несколько поколений Вулвортов не знали иного занятия, кроме изматывающего фермерского труда, хотя основатель рода, прибывший в Новый Свет в числе других первопоселенцев, был ткачом и не без основания носил стариннейшую фамилию Wooley, восходящую к староанглийскому слову, означающему «шерстяная ткань». Время и американская языковая среда основательно потрудились над фамилией, добавив к ней окончание «worth» (достойный), которое и через два столетия вполне отвечало положению семьи фермера Джона Вулворта, но

только в смысле — достойная бедность. Крошечное хозяйство размещалось на северо-западе штата Нью-Йорк в городке Грейт-Бенд, недалеко от границы с Канадой. Только что завершившаяся Гражданская война привела к тому, что замерла деловая активность, свернулась торговля. Чтобы свести концы с концами, все члены семьи — Джон с женой и двое сыновей (Фрэнк, родившийся в 1852 году, и Чарльз, который был моложе брата на четыре года) — с утра до ночи, в мороз и ненастье, были заняты уходом за скотом, выращиванием овощей или заготовкой бревен. И все затем, чтобы плоды своих однообразных и тяжелых трудов — молоко, картофель, связки поленьев — отвезти в выходной день на тощей лошаденке за десять миль, в Уотертаун, главный город графства. И далеко не всегда возвращались они на пустой телеге. Для Фрэнка каждая такая поездка становилась событием. Еще бы, «столица»! Десять тысяч жителей — это цифра! И наверняка, все они фланировали по главной улице, протянувшейся от банка до похоронного бюро, а посередке — мануфактурный магазин, в который впархивали расфранченные дамы, словно сбежавшие с картинок в детских книжках. Дома Фрэнк с братом устраивал развеселые игры «в магазин», даже не подозревая, что ему суждено «заиграться» этим на целую жизнь. Впрочем, была еще одна тема для детских фантазий, вдохновленных полуполю-легендами соседних мест.

Совсем рядом с Грейт-Бендом, на берегу извилистой реки, стоял заброшенный замок, принадлежавший всего за двадцать лет до этого старшему брату Наполеона Жозефу Бонапарту. Экс-король Неаполя и Испании после поражения императора Франции под Ватерлоо эмигрировал в Америку вместе с богатством и именем, поселившись в роскошной усадьбе в Нью-Джерси, а замок построил для своей возлюбленной Энни Сэвидж. В покоях его ждали нега и наслаждения, а в окружающих угодьях — охота в компании друзей или рыбная ловля с борта подлинной венецианской гондолы. Сохранились сведения, что среди знатных «рыбаков-охотников» зрел заговор похищения Наполеона с острова Святой Елены, и для него поблизости, на мысе Винсент, даже построили дом. То ли заговорщики были просто романтиками, то ли подоспела смерть опального императора, но никакого побега узника не случилось, а Жозеф Бонапарт еще много лет бесхлопотно прожил на американской земле, оставив после себя славу доброго и доступного человека. Да еще — развалины замка, на входных воротах которого сохранились наполеоновский герб и корсиканский крест. Часто стоял перед ними мечтательный мальчик из соседнего хутора Фрэнк Вулворт, воображая исторических персонажей, дух которых витал над этими руинами. Память о детских впечатлениях останется с ним до конца дней, превратившись в то, что не только недруги, но и доброжелатели позднее назовут «наполеоновским комплексом».

Школа, а затем два семестра в коммерческом училище в Уотертауне не перегрузили его знаниями, если не считать азов бухгалтерии. После безуспешных попыток устроиться в «уездном» городе Фрэнк бесславно возвращается на отцовскую ферму, чтобы снова, год за годом, двигаться по замкнутому и изрядно опостылевшему кругу: хлев-корма-огород-рынок. В двадцать один год он понял, что пришло время побега. В город! С рекомендацией местного торговца Фрэнк постучал в дверь того самого уотертаунского мануфактурного магазина. Его владелец Уильям Мур был немногословен: «Куришь? Выпиваешь? Так, завтра приступаешь к работе. Делать придется все — помогать за прилавком, мыть окна, полы, убирать, разгружать коробки». — «Я согласен, сэр. А как насчет оплаты?» — «Оплаты? По-моему, за учебу должен платить сам ученик. Но я с тебя не возьму ничего». Фрэнк только и нашелся, что спросить: «И долго так будет?» — «Шесть месяцев», — был ответ.

Прошла только половина испытательного срока, и он получил свой первый заработок — три с половиной доллара в неделю, через год — четыре пятьдесят, а после двух лет работы и вовсе почувствовал себя набобом — шесть долларов, то есть по доллару в день. Теперь без помощи из дома Фрэнк мог оплачивать жилье, приодеться и даже иногда посылать подарки родителям и брату. Решив, что опыта он уже поднабрался, юноша принял приглашение хозяина другого городского магазина, предложившего существенное повышение — десять долларов в неделю. И совершил ошибку, от подобной которой в дальнейшем интуиция часто его избавляла. Не приглянулся владельцу новый продавец, больше времени проводивший не за традиционным прилавком, а меняя выкладку товаров в витринах или украшая ярлыки. Последовало сокращение зарплаты на четверть, что повергло чувствительного Фрэнка в глубочайшую депрессию, залечивать которую он вернулся на семейную ферму. Неизвестно, чем бы обернулось его болезненное состояние, но спасение пришло в облике миловидной голубоглазой канадки Женни Крайтон, оказавшейся в Грейт-Бенде в поисках заработка шитьем. Мать Фрэнка, не успевавшая справляться с хозяйством, пригласила ее помочь в уходе за слепшим в постель сыном.

Нежное лечение завершилось в 1876 году скромной свадьбой в маленькой гостиной фермерского дома. Пока молодожены размышляли о том, где бы раздобыть денег на собственную хижину, неожиданно пришло письмо от Уильяма Мура, звавшего Фрэнка вернуться в магазин. И первый семейный переезд состоялся. Впоследствии их будет множество. Свежим взглядом Вулворт оглядел свое место службы, и многое показалось ему рутинным и устаревшим. Продавцы, полные собственной значительности, возвышались за прилавком, почти прикрывая спинами

товары. Покупатели показывали на них или называли, и лишь тогда их доставали с полки. «Свободные» цены приводили к долгим препирательствам, не всегда заканчивавшимся соглашением. Казалось, этот порядок неизблем. Но случилось поворотное событие в судьбе Фрэнка, внешне выглядевшее малозначительным. В магазине скопились «неликвиды», которые было решено выставить на продажу по одинаково низкой цене. На открытом прилавке Фрэнк разложил кастрюли, черпаки и раковины, а над ними закрепил плакат: «Любой предмет стоит 5 центов». Через несколько часов прилавок был пуст, а молодой продавец захвачен простой новой торговой идеи. Он должен открыть свой собственный пяти-центовый магазин!

Но где? Родной Грейт-Бенд был слишком мал, а в Уотертауне он не хотел конкурировать с Муром, которого считал своим доброжелательным учителем. Оставив вместо себя за прилавком брата Чарльза, Фрэнк объездил ближние города штата в поисках подходящего помещения. Свой выбор он остановил на Ютике, довольно заметном в то время центре (почти тридцать тысяч жителей). Открытие магазина было подготовлено со всей тщательностью, снаружи и внутри чистота слепила глаза, двое мальчишек расклеили по городу плакаты. И поначалу казалось, что замысел удался. Но прошло несколько дней, и покупатели, привлеченные было необычным торговым новшеством, стали возвращаться к своим традиционным покупкам, хотя и более дорогим. Еще три месяца — и случившееся следовало признать полным провалом. Но не самой идеи! — был убежден Вулворт. Значит, что-то было «не так» в комбинации «покупатели — товары». И в самом деле, он не изучил тонкости социального среза Ютики, не удостоверился в оптимальности выбора улицы для магазина. А самое главное — не сработала изюминка его замысла: выбор предметов за пять центов оказался весьма ограниченным.

Следующий шаг Фрэнка уже был безошибочным. Место — город Ланкастер штата Пенсильвания. Он учел, что значительный процент населения здесь, а также в фермерской округе составляли религиозные группы выходцев из Германии, Голландии и Англии (амиши, квакеры), — люди бережливые, знавшие цену каждому центу. Это были «его» покупатели. И предложит он им большой ассортимент кухонной утвари, домашних мелочей, словом, «всякой всячины», а цены отныне и навсегда будут только двух видов: пять и десять центов. В течение всей жизни он ни разу не изменит этому постулату. Чтобы арендовать помещение на людном перекрестке, снять квартиру для себя, Женни и одиннадцатилетней дочери Хэлины (другие две, Эдна и Джесси, появятся на свет уже в Ланкастере), пришлось занять триста долларов у Мура. Это был первый и последний заем Фрэнка Вулворта, отныне он сам будет давать деньги в долг. 21 июня 1879 года

(дата важна, поскольку с нее начинается летоисчисление фирмы) при стечении нетерпеливой толпы магазин был открыт. Над тремя застекленными витринами красовалась бордовая вывеска, а на ней позолоченной краской было впервые выведено: «5 & 10 Cent Store F. Woolworth». Все товары были свободно выложены на прилавках, и каждый покупатель мог потрогать и оценить их, а порывшись и выбрав нужное, не ощущая «недреманного ока» продавца, подойти к кассиру. Пожалуй, так, сто двадцать с лишним лет назад, и рождалась американская система самообслуживания.

Первый же день торговли принес 410 долларов, а вместе с ними твердое намерение их приумножить. Еще несколько лет, и Фрэнк владеет уже семью магазинами-близнецами, правда, пока все в той же Пенсильвании. Их общая годовая продажа составила сто тысяч, а чистый доход — десятую часть. Два главных компонента определяли его успех: «кадры» и дешевизна товаров. Что касается первого, то Вулворт взял за правило приглашать на роли менеджеров магазинов только доверенных людей и, в первую очередь, родственников. К родному брату вскоре подключились двоюродные, а к ним друзья юности и коллеги-продавцы по ранней службе за прилавком. Своих помощников он в шутку называл «мои лейтенанты», припоминая, возможно, что его любимый Наполеон называл своих военачальников «мои маршалы». Была в этой шутке и игра слов, поскольку в английском языке «lieutenant» имеет еще значение «заместитель». Фрэнк настаивал на поддержании этого ощущения единства торговой семьи и в то же время поощрял «местную инициативу». Недаром десятки его «лейтенантов» со временем составили большие состояния, а некоторые из них — даже миллионные.

Что же касается незыблемости формулы «5 & 10», то нужен был жесткий режим экономии во всем, от накладных расходов до зарплаты персонала. Фрэнк навсегда отказался от услуг посредников между магазинами и производителями, в поисках которых он был неистощим. Ключиком, открывавшим ему ворота галантерейных, посудных, игрушечных и всяких прочих фабрик, была соблазнительность оптовых закупок путем наличного расчета, который он всегда предпочитал банковскому. В 1886 году Фрэнк с семьей переехал в Нью-Йорк с целью оказаться в центре товаропроизводства того времени. Из скромного дома в Бруклине, тогда еще городской окраины, он управлял своим разрастающимся год от года торговым архипелагом в безбрежном американском море. Всего несколько цифр. В 1885 году Вулворт владел 28 магазинами в штатах восточного побережья с годовым оборотом миллион долларов. Через десять лет их было уже 160 (с оборотом 15 миллионов) практически во всех штатах. Показательно, что в кабинете Фрэнка на видном месте висела карта страны с указанием мест «гнездования» иммигрантов, мощные потоки кото-

рых хлынули тогда в Америку. И вполне понятно, что часто его «царства дешевизны» совпадали с этими районами.

Пока магазинов было немного, он совершал инспекционные поездки, вникая во все детали. Но по мере роста географической экспансии ему пришлось перейти к почтовой связи, неумоимо направляя начальственные указания в конвертах и телеграммах. Сохранившиеся документы отражают атмосферу того, насколько кропотливым в те годы было ведение бизнеса, в котором, как считал Вулворт, не существует мелочей. Он выговаривал своим «лейтенантам» за использование дорогой упаковочной бумаги. Требовал при отправке ему отчетов взвешивать каждый конверт, прежде чем наклеить марку. Настаивал на жесточайшей экономии освещения и угля для отопления. Напоминал о смене выкладки товаров в витринах дважды в неделю и о проверке исправности туалетов для покупателей. Однажды он инкогнито появился в отдаленном магазине и обнаружил кассиршу читающей роман, а продавщиц — беззаботно беседующих друг с другом. Тогда босс, невозмутимо пройдя вдоль прилавков, положил в карманы плаща три десятка почтовых открыток, одежду для кукол, куски мыла, несколько галстуков, мячей для бейсбола и даже маленький гвоздодер. Затем, нацепив на нос оправу для очков, поданную тут же отвернувшейся продавщицей, он прошел к менеджеру: «Еще немного, и я бы сумел заполнить целый грузовик!» «Личный опыт» был переложен назавтра в гневную инструкцию.

Когда-то Вулворт обронил фразу: «В каждом цивилизованном городе мира будет мой магазин». В 1909 году он решил, что пророчеству пора сбываться, и начал с Англии. За двадцать лет до этого Фрэнк впервые путешествовал по Европе, замирая в почтенном молчании у могилы Наполеона в парижском Доме инвалидов и восхищаясь загородным императорским дворцом в Вене, где сохранилась подлинная кровать его кумира. Но тогда уже он не был простым туристом и вывез из поездки не только впечатления от музеев и памятников, но соглашения с немецкими изготовителями стеклянной посуды, елочных украшений, игрушек и кукол, славящихся повсюду своим изяществом и низкими ценами. Еще долго поток посылок из Германии будет «втекать» в американскую торговлю и прервется ненадолго лишь в годы Первой мировой войны.

И вот теперь Вулворт готовил вторжение на Британские острова, что-то вроде современного варианта твеновского «Янки при дворе короля Артура». Посланные вперед «разведчики» доложили, что оптимальным местом для первого магазина является Ливерпуль. Английская пресса, отражая мнение «широких масс», высмеивала не только янки, но и все американское. Появились саркастические публикации, иронизировавшие по поводу предстоящего «дешевого и поддельного базара» и предрекавшие его провал. Даже выбор

Ливерпуля дал повод для издевки — мол, так удобнее быть ближе к пароходу в скорый обратный путь. Вулворт ответил на вызов наймом английских продавцов и завозом «патриотических» товаров. Успех невиданного заведения «3 & 6 pence» (эквивалент «никелей» и «даймов») был безусловным. Через три года число таких магазинов уже выросло до тридцати, а их популярность стала такова, что англичане, оказавшись в Америке и увидев вывеску «Woolworth», восклицали: «Как, и у вас тоже торгует наша фирма?»

Между тем в «американских пенатах» все складывалось как нельзя лучше. Вулворты переехали в роскошный особняк на 5-й авеню, встав, таким образом, в один архитектурный ряд с нью-йоркскими магнатами. Все три дочери были замужем, а у средней, Эдны, родилась очаровательная Барбара, любимая внучка стареющего миллионера. Сам же он в 1912 году преобразовал сеть магазинов, число которых приблизилось к шестистам, в мощную корпорацию с уставным капиталом 60 миллионов долларов и с собой во главе в качестве президента. Но это было не все. Оставался еще один амбициозный замысел, к реализации которого приступил Вулфорт.

И назывался этот замысел — небоскреб. Их уже было немало в Нью-Йорке, но его детище должно превзойти все. Он пригласил известного архитектора Кесса Гилберта и поставил перед ним «всего» две задачи, творческую и техническую: фасад здания должен сочетать элементы готики и напоминать башню королевы Виктории английского парламента, которым он восторженно любовался еще во время первого путешествия в Лондон; небоскреб «обязан» стать самым высоким в мире. На скупленных втроедорога участках земли в центре Манхэттена в течение полутора лет (рекордный срок по тем временам) был возведен изящный архитектурный гигант, восхитивший современников. Пресса соревновалась в эпитетах, сравнивая его с восьмым чудом света, и приводила статистику, которая сама по себе могла поразить воображение: вес здания 223 тысячи тонн, высота 241 метр, расход материала — 17 миллионов кирпичей, 24 тысячи тонн стали, 87 миль электрических проводов... И еще одна цифра — 13 миллионов долларов наличными, потраченных на строительство. Вечером 24 апреля 1913 года президент Вудро Вильсон нажимом кнопки из Белого дома зажег восемьдесят тысяч электролампочек, осветивших сгустившиеся сумерки и символизировавших открытие «Woolworth-bilding» (за что либеральные газеты еще долго «пощипывали» президента, опустившегося, мол, до интересов частной коммерции).

Занятно, что памятник Фрэнка Вулворта самому себе очень скоро попал в художественную литературу, а именно в прозу на идише и поэзию на русском. В 1915 году Шолом-Алейхем, переехавший тогда в США, опубликовал в газете «Дер Таг» («День») рассказ «Американские чудеса»



(из знаменитой серии «Касриловка»), в котором его герой, несравненный выдумщик и лгун, вернувшись в свой городишко из Америки, повествует:

«А какие города! А ширина улиц! А высота домов! Есть там «домишко», называется «Вулворт», трубой уходит он в облака и еще выше; домишко этот имеет, надо думать, несколько сот этажей. Хотите знать, как влезают на чердак? При помощи такой лестницы, которая называется «элевейтор». Если вам, скажем, нужно попасть на верхний этаж, вы садитесь рано утром внизу на «элевейтор» и под вечер, примерно к предвечерней молитве, прибываете на место».

Касриловский враль этажность завысил, а работу лифтов, наоборот, умалил, поскольку в здании было смонтировано двадцать восемь скоростных подъемников, совершавших путь наверх всего за одну минуту. Владимира Маяковского, который прибыл в 1925 году в Нью-Йорк с социальным заказом разоблачить «капитал, его препохабие», небоскреб вдохновил на стихотворение «Барышня и Вулворт». В нем униженная и оскорбленная девица из конторы на первом этаже подталкивается к мятежу против всей громады здания-чудовища. Вот первая строфа (авторскую «лесенку» опускаю):

*Бродвей сдурил. Бегня и гулево.  
Дома с небес обрываются и висят.  
Но даже меж ними заметишь Вулворт,  
Корсетная коробка этажей под шестьдесят.*

Точно, шестьдесят этажей было в ненавистном поэту небоскребе. Не иначе, как задрав голову, считал он их, нарушив собственный классовый принцип: «У советских собственная гордость, на буржуев смотрим свысока». Полагаю, что его пролетарский протест был бы еще более яростным, если бы он знал о помещениях на двадцать четвертом этаже, отведенных под офис компании, в том числе личный кабинет Фрэнка. Роскошь его обстановки могла сравниться лишь с имперской. И ничего удивительного, ибо, едва строительство было завершено, Вулворт, будучи во Франции, побывал в Компьене (этот город станет знаменитым через несколько лет, когда в нем будет подписано мирное соглашение, завершившее Первую мировую войну) и посетил дворец Наполеона. Последовало указание Гилберту оборудовать его собственный кабинет по образу и подобию императорского. Не только облицовка стен, но и канделябры, стулья, огромный стол были скопированы со всей тщательностью. И на все это невозмутимо взирал Бонапарт, представленный и на картине с изображением собственной коронации, и в бронзовом бюсте, облаченным в одеяние Цезаря, и в конной статуэтке-чернильнице. Когда один приятель,

посетивший Фрэнка в новом здании, пошутил: «Теперь я буду адресовать тебе письма, как “Наполеону коммерции”», — он невольно сформулировал в двух словах смысл жизни великого бизнесмена.

Застарелая болезнь почек заставляла Вулворта подолгу жить в Европе у минеральных источников, но облегчения не наступало. Две трагедии добавили ему страданий: самоубийство дочери Эдны Хоттон, несчастной в браке, и тяжелое психическое заболевание жены. Сам Вулворт, человек могучего телосложения и роста, всю жизнь панически боялся зубных врачей и никогда их не посещал. Это полусерьезное обстоятельство стало роковым — на фоне главного недуга произошла интоксикация организма, источником которой был гниющий зуб. Фрэнк умер 2 апреля 1919 года в своем мраморном дворце на Лонг-Айленде, в кровати под балдахинном, скопированным с трона Наполеона. Накануне он отправил последнюю в жизни телеграмму во все свои владения (а их уже было более тысячи), начинавшуюся так: «Доброе утро! Вы не забыли сказать “доброе утро” каждому покупателю?»

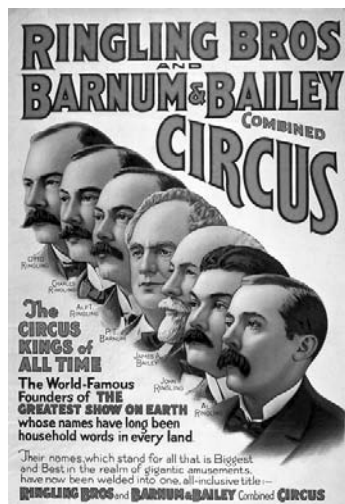
Незадолго до смерти Вулворт начал составлять завещание, но не успел его подписать. Вошло в силу старое, составленное тридцать лет назад, когда он заболел тифом и все свое достаточно скромное тогда состояние завещал жене. Недееспособная Женни скончалась через пять лет после мужа, и только тогда в управление наследством, а оно составляло ни много ни мало шестьдесят пять миллионов, вступили две дочери, поскольку осиротевшей внучке Барбаре пришлось ждать десять лет до совершеннолетия. К этому времени ее третья часть наследственной доли с процентами возросла до сорока миллионов и сделала юную красавицу богатейшей невестой Америки. За женихом дело не стало. Ее первым мужем оказался грузинский князь-эмигрант Алексей Мдивани, об их бракосочетании сообщали все ведущие газеты страны. А затем выстроилась целая череда ее браков с одной экзотической особенностью каждого мужа — все они были иностранцами по рождению: датский граф, литовский принц, германский барон, лаосский художник и звезда Голливуда сороковых годов англичанин Кэри Грант. Ее единственный сын (от брака с датчанином) погиб в авиакатастрофе. А умерла Барбара в 1979 году, когда исполнилось столетие первого магазина ее деда, в скромном отеле, в полном одиночестве и безденежье.

Судьба же торговой марки «Woolworth» долгое время была значительно счастливее. Менялись владельцы, давно (с 1932 года) исчезла вывеска «5 & 10», хотя товары по-прежнему были дешевы. Но всегда оставалось неизменным имя основателя над входом, пока... Пока очередное поколение малоуспешных наследников не потерпело фиаско. Сегодня магазины «Woolworth» постепенно перемещаются в историческую память американцев.

## БРАТЬЯ РИНГЛИНГ. ЦИРК, ДА И ТОЛЬКО!

Какое веселое, праздничное слово — цирк, не так ли? И звучит оно на многих языках очень схоже, поскольку пришло в них от одного прародителя — латыни, на которой изъяснялись древние римляне. Они-то и сумели скромный «круг» увековечить в волшебном слове «circus», отзывающемся из прошлого звоном колесниц, криками гладиаторов, рычанием диких зверей. Для детей всего мира возглас «Цирк приехал!» означает, что сказка рядом, что сегодня в огнях арены перемешаются смелость, мастерство, красочность и всамделишная опасность. Самое бесхитростное, тонкое и нежное в далеком детском чтении ассоциируется у нас с «цирковыми рассказами» Чехова, Куприна, Григоровича. Есть, уверен, свои «каштанки», «девочки со слоном», «гуттаперчивые мальчишки» и у американской детворы. Достаточно вспомнить твеновского «Гекльберри Финна» с его многими сценами на манеже...

Майским днем 1870 года пятеро сыновей скромного шорника, немецкого эмигранта Августа Рунгелинга, примчались к пристани маленького городка Мак-Грегор (штат Айова). Сюда по Миссисипи приплыл разукрашенный колесный пароход, а на нем, ну конечно же, цирк, да не какой-нибудь бродячий, каких было немало, а самый известный, во главе со своим владельцем и популярным в стране клоуном Дэном Райсом, знакомым с самим Линкольном. Завороженно смотрели братья, как вслед за служителями, несущими ящики с неведомым содержимым, за лошадьми под роскошными попонами торжественно прошествовал настоящий слон, сошедший по сходням, словно со страниц детских книжек.



Афиша начала XX века

Своим сыновьям Август дал немецкие имена, оставшиеся, впрочем, домашними. Звалась же пятерка на американский манер так: старший, восемнадцатилетний — Ал (Альбрехт), младший, четырехлетний — Джон (Йоханн), а между ними «размещались» Отто, Алф (Альфред) и Чарльз (Карл). Правда, не было среди них в тот день еще двух братьев, оставшихся дома и, возможно, по этой прозаической причине выпавших в дальнейшем из истории американского цирка. И еще отсутствовала сестренка Ида уж вовсе по «технической» причине, поскольку тогда еще не родилась, но она еще войдет в историю, правда, на значительно более позднем этапе. Что касается семейной фамилии, то, по утверждению биографов, она принадлежала старинному гугенотскому роду Richelin, бежавшему когда-то из Франции в Германию. С ней в Америке на земле Среднего Запада произошла лингвистическая метаморфоза: в газете, в которую Август дал объявление о своей мастерской, изготавливающей конскую упряжь, допустили опечатку, не разобравшись в непривычных тевтонских корнях. Она и дала жизнь звукосочетанию Ринглинг (Ringling), известному каждому американцу любого поколения.

«Исторический» день завершился невиданным в этих местах цирковым представлением, ошеломившим братьев, счастливо замиравших на бесплатных местах (акробату на репетиции срочно потребовалась починка ремней у перша, — и с этим блистательно справился шорник Август). Семейная легенда гласит, что после бравурного финала Ал на правах старшего обратился к остальным: «А что если нам создать собственный цирк?» Ответом было громкое «да!», и малыш Джон кричал громче всех. Отныне они будут всегда как пять сжатых пальцев одной руки. Репетиции начались завтра на заднем дворе семейного дома. На траве была очерчена арена, Ал выступал в роли жонглера, ловко подбрасывая отцовскую шляпу и кухонные тарелки. Чарльз оседлал пони. Отто показывал чудеса тренировки козла, а «мизинец» Джон повторял вчерашнюю песенку клоуна Райса.

Через пять лет семья переехала в глухой городок Барабу соседнего Висконсина, где слыхом не слыхивали о каких-либо спектаклях и концертах. Повзрослевшие братья Ринглинг, тянувшиеся не столько к учебе, сколько к пению и танцам, в 1882 году представили почтеннейшей публике свой музыкальный ансамбль, собравший пятьдесят девять зрителей и тринадцать долларов дохода. Нисколько не отчаявшись, они погрузили на телегу нехитрый инвентарь и отправились в турне по соседним городам в надежде на приобретение опыта и имени. К концу сезона в их кассе было триста долларов, по шестьдесят на брата, что позволило приобрести концертные костюмы и цилиндры. Еще несколько лет бродячей жизни, суровой экономии, и — детская мечта о цирке стала материализовываться.

Их первое детище представляло собой маленький брезентовый тент, два фургона, дрессированную лошадь и танцующего медведя. Арена под тентом обозначалась закрепленными по кругу красными тряпками. И еще в их братском коллективе появилась женщина: Ал женился, и Луиза взяла на себя все то, чего не хватало странствующим мужчинам, — заботу о питании, чистоте и сценических костюмах.

В 1885 году цирковая труппа «Братья Ринглинг» уже стала достопримечательностью нескольких штатов. Ее состав возрос до тридцати человек, в конном номере участвовал десяток лошадей и шотландских пони, а среди «артистов» зверинца, помимо медведей и обезьян, зрителей приводила в трепет страшная гиена, приобретенная за небольшие деньги из-за своей слепоты.

Все братья участвовали в представлении почти с тем же распределением ролей, что и в детстве, но только все уже было всерьез, — и жонглирование, и дрессура, и клоунада. Даже Луиза совмещала прозу походного быта с искусством наездницы и мастерством «заклинательницы» змей (огромных, но, разумеется, неядовитых). Правда, боялась она этих тварей ужасно, однако, преодолевая отвращение и страх, позволяла им обвивать свое тело, пока читала публике «лекцию» об их жуткой природе.

Год за годом настойчивые братья шли к своей цели — Великому цирку, точнее, медленно двигались к ней по ночным дорогам неасфальтированной тогда еще Америки в фургонах, напоминавших издали повозки первых колонистов. Ни дожди, ни бураны не останавливали их, ни одно выступление не отменялось. Лошади часто вязли в грязи, колеса проваливались в дорожное месиво до осей. Тогда им на помощь приходили люди, а со временем и слоны, недавно приобретенные Ринглингами, уже знавшими, что такое достаток. Днем — представление, ночью снова движение, и так шесть дней в неделю с перерывом на воскресенье, когда по строгим лютеранским правилам следует общаться с Богом, а не со зверями. Кстати, о правилах: как для труппы, так и для публики был составлен требовательный кодекс поведения. Запрещались любые азартные игры и алкогольные напитки, за ворами-карманниками велось особое наблюдение, а схваченный с поличным привязывался к центральному шесту на арене с плакатом через шею о его преступлении. Самым страшным грехом был обсчет зрителя, долгие годы платившего за билет неизменную цену — 25 центов. Пойманный на этом кассир безжалостно увольнялся.

Росли число номеров, персонал и размеры зверинца. Цепочка из десятков фургонов, неповоротливая и медлительная, стала серьезным препятствием на пути цирковой экспансии. «Неохваченными» оставались ближний Восток и дальний Запад страны. К тому же каждый раз в конце турне

нужно было возвращаться в родной Барабу, где находились приспособленные помещения, называемые, как и в военном деле, «зимними квартирами». Пришла пора пересаживаться в железнодорожные вагоны, и это революционное для братьев событие произошло в 1890 году. Стальные дороги, бурно разросшиеся после Гражданской войны, покрыли своей сетью весь континент от океана до океана, их общая длина приближалась к ста тысячам миль. Потребовалось двадцать вагонов, чтобы разместить «беспокойное хозяйство»: спальных — для «руководства», участников и рабочих, особых — для слонов, лошадей и хищников и целых восемь крытых платформ для реквизита и сложных конструкций тентов-шатров (в Америке давняя, но утасующая европейская традиция передвижных цирков-шапито стала в то время преобладающей).

Ринглинги — пальцы одной руки! — перераспределили силы. Скромный Отто, вечный холостяк, отвечал за финансы компании, умело сводя расходы с доходами. Ал, Чарльз и Алф искали и ставили новые номера программы, писали к ним музыку, следили за животными. Одних лошадей, всегда бывших любимцами американцев, насчитывалось уже сто тридцать, а еще верблюды, зебры и даже такие экзотические создания, как зебу и яки... Но душой всего дела был «мизинец» Джон, ставший к этому времени рослым, обаятельным усачом, наделенным талантом и хваткой истинного предпринимателя. Его задачей была выработка стратегии и реализация ее в тактике каждого дня; его библией стал железнодорожный справочник: он знал на память расположение сотен городов, расстояние между ними и оптимальные маршруты передвижения. Мало того, перед решением о гастролях он с тщательностью архивиста исследовал всю городскую информацию — количество и состав населения, расположение крупных фабрик и дни, когда на них выдается зарплата. А если, например, становилось известно, что в городе готовится рабочая забастовка, цирк объезжал его стороной.

Обычно Джон появлялся в пункте назначения за несколько дней до представления, вооруженный доброжелательной улыбкой и рулонами афиш, являвших собой чудо литографского искусства того времени. Он договаривался с лавочниками на главной улице города, и в их окнах появлялись поражающие воображение многоцветные картины, напоминающие о Колизее времен императора Нерона, индийских магараджах или фрагменты конных феерий. И неперменной принадлежностью рекламной афиши было изображение всех пятерых усатых братьев, ставшее их фирменным знаком, узнаваемым повсюду. Посетив главные городские офисы и завязав знакомства с сильными мира сего, Джон был во всеоружии, чтобы ранним утром встретить на станции состав с волшебниками, умеющими превращать будни в праздники.

Ритуал шествования цирка по улицам города к месту возведения огромного тента-купола был продуман до мелочей. Впереди парада — сорок лошадей по четыре в ряд, управляемые одним ловким возничим на высокой повозке. За ними — процессия слонов, которых, как говаривал еще дедушка Крылов примерно за сто лет до описываемых событий, «по улицам водили, как видно, напоказ». И в арьергарде — музыкантские духовые команды, облаченные в мундиры и усаженные в экипажи с расписанными боковыми щитами: «Африка», «Америка», «Европа»... На одном даже красовалась надпись «Россия» под двуглавым орлом в окружении бутафорских поморов, оленеводов и некоего всадника, смахивающего на казака-разбойника. Ясно, что в тот день в цирке собирался весь город.

Тем временем в дорожном справочнике Джона уже почти не осталось неотмеченных страниц. География гастролей охватывала десятки штатов и вплотную приблизилась к заповедной зоне, бывшей до сих пор для братьев «terra incognita», — землям Новой Англии и вообще Атлантическому побережью. Здесь давно (более семидесяти лет!) царствовал самый крупный и знаменитый в США цирк «Барнум и Бейли» («Barnum & Baily»), серьезный соперник Ринглингов, трон которого они решили основательно потрясти. Первый совладелец недавно умер, а Джеймс Бейли отнесся к появлению молодых конкурентов с королевской невозмутимостью. Он даже решил на пять лет уехать со своим цирком в европейское турне. Это было ошибкой, стоившей ему королевства.

Братья Ринглинг не теряли времени даром. Город за городом, штат за штатом «падали» к их ногам: Чикаго, Бостон, Коннектикут, Вермонт... Они преодолевали не только расстояния, но и невзгоды. Ведь не обходилось без несчастий на арене, всегда таящей опасность для осмелившихся над ней подняться. Случались и трагедии в пути. Однажды ночью в Канзасе под тяжестью состава рухнули опоры моста, и несколько вагонов свалились в реку. Утонули двое рабочих, четверо получили тяжелейшие травмы. Двадцать шесть лошадей погибли сразу, еще двадцать с переломами ног и шеи пришлось пристрелить. Немедленно были запрошены новые вагоны и пополнение конюшни, а через день гастроли возобновились.

В программах цирка «Барнум и Бейли» братская пятерка заимствовала лучшее, но не его практику демонстрации человеческих уродств — сиамских близнецов, лилипутов, женщины с бородой или чудовищной толстухи в коляске. Они нанимали первоклассных воздушных гимнастов, канатоходцев, дрессировщиков, разыскивая номера по всей стране и за границей. Автомобиль и кино, два технических чуда, еще едва заявившие о себе, не ускользнули от их цепкого профессионального взгляда и вписались в чудеса на арене. Словом, когда в 1902 году Бейли вернулся на родину, он обнаружил, что престол американского цирка занят. Еще

несколько лет сопротивления, и Джон начинает вести с ним переговоры о приобретении фирмы-конкурента, завершившиеся контрактом о покупке цирка за 410 тысяч долларов. По ценам того времени это была немалая сумма, хотя и не грандиозная, поскольку ежегодный чистый доход Ринглингов тогда равнялся миллиону. Подписи самого Джеймса Бейли на документе нет, семидесятилетний шоумен умер незадолго до этого тяжелого для него делового финала.

Для увеличившегося вдвое циркового гиганта потребовались подходящие сценические площади. В Нью-Йорке каждый новый сезон открывался в Мэдисон-Сквер-Гарден, самом большом закрытом помещении в стране. Для «походного» варианта был реконструирован брезентовый тент. Под его огромным овальным куполом располагались три арены вместо традиционной одной, действия на которых шли одновременно. И пункты назначения определялись так, чтобы амфитеатр вокруг этих арен был всегда заполнен. Джон Ринглинг прибывал в город в необычном роскошном вагоне, доставлявшем его туда вместе с молодой женой. Мейбел Бартон, которая была на одиннадцать лет моложе мужа и выступала в одном из танцевальных номеров программы, совершила блестящий пируэт и оказалась счастливой супругой совладельца цирка. Вагон был построен для пары самой известной в мире фирмой Пульман и соединил в себе альковные покои с офисом-кабинетом, где хозяин принимал деловых гостей.

На дальних перегонах он поглядывал в окно, и виделись ему другие горизонты и возникали иные, кроме цирковых, финансовые интересы. Джон начал, например, энергично инвестировать капитал в недвижимость, расположенную в самых разных штатах, лишь бы налоги в них были наименьшими. Стал акционером нью-йоркской биржи, владельцем нескольких железных дорог. Во время гастролей цирка в Оклахоме Джон, тщательно изучивший состояние нефтедобычи в штате, рискнул вложить деньги в поиск залежей и строительство скважин, сам же указав их место на карте, висевшей в его салон-вагоне. Несколько фонтанов нефти забили именно там, а счастливые жители городка, где это случилось, дали ему название «Ринглинг», существующее до сих пор.

Еще одно происшествие помогло рождению легендарного американского символа. Перед представлением в городе Уинстон-Сейлем (Северная Каролина) Джон встретился со своим старым знакомым Ричардом Рейнольдсом, владельцем местной табачной фабрики. Тот только что начал рекламировать новые сигареты, содержащие турецкий табак. Название уже было выбрано — «Camel» (Верблюд), чтобы подчеркнуть восточную экзотику продукта. Не хватало только рисунка на упаковке. Джон пригласил приятеля заглянуть в зверинец. Одногорбый верблюд по кличке Старый Джо был неотразим. Рейнольдс тут же вызвал фотографа, от объ-



ектива которого «натурщик» надменно отвернулся, подставив ему бок. Таким он и появился на миллиардах сигаретных пачек, став одной из самых известных в мире торговых марок. Когда верблюд умер, его чучело было установлено у входа на фабрику, которой он принес «на своем горбу» славу и деньги.

Атлантическое побережье Флориды запало в сердце Джона Ринглинга, когда он с Мейбел оказался в 1911 году на отдыхе в скромном городишке Сарасота, насчитывающем 840 жителей. Скоро он станет столицей американского цирка и под этим титулом войдет в географические справочники. В преддверии строительного бума Джон начал скупать здесь земли и через несколько лет предложил Чарльзу перевести в Сарасоту «зимние квартиры». Из членов семьи в живых оставались только они двое, да еще сестра Ида с сыновьями, носившими фамилию Норс. Усадьбы с домами для Чарльза и Иды вполне вписались в представления жителей о курортных «гнездышках» толстосумов, но то, что задумал построить респектабельный Джон, повергло обывателей в священный трепет: европейский дворец для себя и жены, а по соседству — здание для музея искусств.

Строительство завершилось только к 1926 году и обошлось владельцу в десятки миллионов долларов. Мейбел в качестве прообраза выбрала венецианский дворец Дожей, и хотя полного сходства не было достигнуто, панорама легкого двухэтажного замка, вытянувшегося на шестьдесят метров вдоль берега Мексиканского залива, не могла не вызвать «итальянских» ассоциаций. Вдобавок у ступеней, спускавшихся к самой воде, покачивалась самая настоящая гондола. Центральная часть фасада, украшенного цветной мозаикой, завершалась высокой башней, свет которой, как маяк, был виден издалека. Он зажигался, когда хозяин был дома. Замок утопал в зелени садов, в аллеях прятались мраморные скульптуры и фонтаны. Классический интерьер дворцов Европы царил во внутренних помещениях, от gobеленов и мебели до столового хрусталя и брюссельских кружев. Была посреди этой старинной роскоши одна современная деталь. По обе стороны любимого супругами камина висели два портрета хозяев, выполненные кистью модного тогда художника-эмигранта Савелия Сорина, которому позировали такие знаменитости, как балерина Анна Павлова и Федор Шаляпин. Семейная хроника сохранила забавный эпизод. Однажды Джон пригласил популярного юмориста Роджерса полюбоваться своим портретом. «Великолепная живопись! — заметил тот. — Но вы не похожи на себя, мистер Ринглинг». «Почему?» — поразился Джон. «Да потому, что поза для вас нехарактерна. Вы держите руку в *с в о е м* кармане».

Предмет особой гордости хозяина — картинная галерея. Живописью он заинтересовался давно, еще со времен «фургонно-цирковой» юности.

Тогда это были робкие попытки начинающего коллекционера. Нынче для размещения всех несметных богатств потребовалось самостоятельное здание, построенное в стиле флорентийского Ренессанса конца XV века. Два его легких крыла с подлинными колоннами той эпохи окружали садовый двор, над которым возвышалась скульптурная копия микеланджеловского Давида, масштабно увеличенная в два раза. Картина к картине, было собрано более пятисот шедевров великих европейских мастеров, и среди них одно из самых крупных собраний работ Рубенса.

...В 1926 году умер Чарльз. Джон остался единственным и полномочным королем американского цирка. Число его подданных, то есть персонала, достигло пяти тысяч человек. Для их перевозки, а также для сотен всевозможных «братьев меньших» требовалось уже ни много ни мало — 250 вагонов и платформ. К этому времени Джон Ринглинг входил в десятку самых богатых людей страны. Его состояние оценивалось в 180 миллионов долларов.

Шестидесятилетний предприниматель и не подозревал, что приближается период тяжелейших невзгод. Через несколько лет ушла из жизни Мейбел, сраженная неизлечимой болезнью мозга. В тот же год (1929) 24 октября разразился крупнейший финансовый кризис, вошедший в историю бизнеса под названием «Черный четверг». Вслед за паникой на мировых биржах последовала серия банкротств известных компаний и самоубийств владельцев некоторых из них. Джон попытался вырваться из-под обвала проблем, уехав в Европу в поисках новых цирковых номеров, но вместо них нашел новую жену. Он увидел Эмилию Бьюк, молодую (на двадцать лет моложе его) азартную американку, в казино Монте-Карло, где она за одну ночь на его глазах проиграла 30 тысяч. Его взволновала даже не сумма (в конце концов, это были не его деньги), а азарт и решительность, присущие энергичной женщине. Этих качеств действительно оказалось вдоволь, ибо через год после свадьбы Эмилия затеяла долгий бракоразводный процесс, оспаривая брачный контракт, по которому она неосмотрительно отказалась от права на дворец и коллекцию живописи, завещанных бездетным Джоном «народу Флориды». Суды сопровождались бурными сценами со взаимными обвинениями. Закономерно, что в 1932 году у Джона случился первый сердечный приступ.

А тут еще «подоспели» годы Великой экономической депрессии, когда цирку, как и прочим зрелищам, не оставалось иного, кроме как свернуть дела в ожидании лучших времен. Но для Джона лучшие времена так и не наступили. В резные ворота его замка стали стучать кредиторы, множились неоплаченные счета, а он отказывался продать даже одну картину из своего «народного» музея. Когда он скончался в конце 1936 года, на его банковском счете было обнаружено... триста десять долларов.

Выпавшую было семейную эстафетную палочку подхватили два племянника, сыновья Иды Ринглинг-Норс, попытавшиеся вдохнуть жизнь в пошатнувшийся бизнес. Им это удалось, несмотря на сложности военных лет и даже на трагедию, постигшую цирк в июле 1944 года. Во время гастролей в Хартворде (Коннектикут) на дневном представлении, собравшем почти семь тысяч зрителей, главным образом женщин и детей, неожиданно загорелся огромный тент. Количество жертв пожара беспрецедентно в истории мирового цирка: 168 погибших, 487 раненых и обожженных. Племянники, видимо, унаследовав стойкость своих знаменитых дядей, прошли через серию судебных разбирательств и возобновили выступления, правда, только в закрытых помещениях. На излете хрущевской оттепели, в 1962 году, антреприза «Братья Ринглинг» гастролировала в Советском Союзе, а Московский цирк с участием «солнечного клоуна» Олега Попова побывал с ответным визитом в Америке.

На сегодняшний день у популярного цирка сменилось уже несколько владельцев. Но за долгие сто с лишним лет существования название его не менялось ни разу. Наверное, помимо рекламно-ностальгических резонов, есть что-то завораживающее в этом сочетании «Ring-ling», напоминающем легкий звон колокольчика. А может, это Судьба так распорядилась, чтобы первый слог «ring» в фамилии основателей означал по-английски — «арена»?

## ИМПЕРАТОР УИЛЬЯМ ХЕРСТ

Вприснопамятный период «железного занавеса» среди жупелов советской антизападной пропаганды особо излюбленными были два: «желтая пресса» и «газетная империя Херста». Первый должен был означать символ продажности зарубежной журналистики, а второй имел целью вызвать пролетарскую ненависть к ее хозяевам. Примечательно, что оба эти клише возникли не на пустом месте, они имеют свои «родные» американские аналоги, но только далекие от подобной неистово-классовой окраски.

Когда в 1863 году в семье преуспевающего калифорнийского горнопромышленника Джорджа Херста и его жены Фиби родился единственный сын Уильям, отец решил, что за наследственную передачу процветающего бизнеса он теперь спокоен. Богач ошибся. Избалованный беззаботным де-

тством бойкий юноша начал интересоваться не шахтами и приисками, а театральными спектаклями и музыкальными шоу, подумывая о сценической карьере. Огорчаться Херсту-старшему было недосуг, он был слишком занят: политические амбиции привели его в Вашингтон и «усадили» в кресло сенатора. Воспитание сына было целиком передоверено Фиби, энергичной эмансипированной женщине, бывшей к тому же на двадцать лет моложе мужа. Выбор образования для сына сенатора не составлял больших трудностей. Уильям прибыл из Сан-Франциско в Бостон осенью 1882 года, чтобы поступить в Гарвард. Через три года Херст будет из него исключен.

Отнюдь не пропуск занятий или мизерность учебных успехов были тому причиной. Студент Херст даже добавил крупницу славы именитому университету, чья газета «Lampoon» («Памфлет») находилась на грани закрытия, испытывая дефицит денег и тиража. Он воз-



Уильям Херст

главил ее редакцию, преобразил стиль и манеру подачи материала и подкрепил все это собственными финансовыми инъекциями, являвшимися частью отцовской денежной помощи. Причина ярости университетского начальства была в его экстравагантных выходках, не укладывавшихся в двухвековые гарвардские традиции. Уильям мог неожиданно появиться на буколических дорожках между старинными зданиями, ведя на поводке... крокодила. Или привязать перед домом нелюбимого профессора осла с дощечкой на шее «Теперь нас двое». Последней каплей послужила такая проделка: группа преподавателей одновременно получила по почте одинаковые подарки — ночные горшки с именами адресатов на внутренних доньшках. Нисколько не расстроенный студент-недоучка вернулся в материнский дом, преисполненный планов вторжения на рынок периодической печати. У него за плечами был опыт преобразования «Памфлета».

За несколько лет до этого отец приобрел скромную местную газету *San Francisco Examiner* («Наблюдатель») в попытке занять политический рупор. Но в отсутствие владельца-сенатора газета влачила довольно жалкое существование. Вот ее-то Уильям и попросил передать ему. Понадобилось три года, чтобы, пройдя через потери и долги, сменить бесцветное лицо газеты и сделать ее одной из самых популярных на Западном берегу страны. Он изменил в ней все: стиль, оформление, рубрики, штат журналистов. Его приоритетным интересом всегда будут сотрудники, он станет привлекать самых блестящих из них, платя несравнимо высокие гонорары. Газетчики ответят ему многолетней преданностью, несмотря на то, что деспотизм Херста мог выдержать не каждый. И еще — он использовал громкие авторские имена. Страницы «Наблюдателя», просуществовавшего более полувека и пережившего самого создателя, украшали в разные времена статьи Марка Твена и Джека Лондона, рисунки Чарльза Рассела и Уолта Диснея...

1895 год. Херст решает, что пора начать сражение за всеамериканского читателя, и местом этой битвы выбирает, конечно, Нью-Йорк. Тогда здесь царствовал именитый газетчик, венгерский эмигрант-еврей Иосиф Пулитцер. Его газета *World* («Мир»), казалось, была вне конкуренции: яркая подача новостей, первые цветные иллюстрации, набиравшие популярность комиксы. Уильям дерзко объявляет войну сопернику на его поле. У обедневшего родственника Пулитцера он приобретает за полцены дышавшую на ладан местную газетку, меняет ее название, и через год херстовская *New York Journal* выходит почти миллионным тиражом. Все приглянувшиеся публике редакционные приемы и хитрости конкурента Херст заимствует без тени колебаний. Он даже «заимствует», то бишь перекупает, лучших журналистов «Мира». В этой схватке газетных гигантов и родилось словосочетание «желтая пресса», дожившее до наших дней. Его исток — серия

забавных рисованных приключений уличного мальчишки, одетого в желтую куртку, появившихся в субботних выпусках обеих газет одновременно, но исполненных пером разных карикатуристов. И смешил бы себе премило этот мальчуган своих приверженцев, если бы не вызов, брошенный двумя издателями традиционной «холодной» журналистике. В борьбе за массового городского читателя ими были пущены в ход все средства: сенсации, полусплетни, криминальная хроника и даже (о Боже!) сексуальные истории из жизни знаменитостей. И тогда презрительно надул губы один из высоколобых нью-йоркских менторов. В своем журнале он бросил в адрес вольнодумцев: «желтая пресса». Ярлык приклеился, мальчик в желтой курточке давно исчез («Да был ли мальчик-то?» — мог бы спросить горьковский Клим Самгин), но и сегодня, спустя столетие, нет-нет и всплывает это клеймо при встрече с обычной газетной сенсацией.

Под занавес XIX века США начали и победно закончили одну из самых коротких войн в своей истории — испано-американскую. Именно во время этих событий материализовался расхожий штамп «пресса — четвертая власть». Изоляционистов Америки раздражало присутствие на приграничных территориях последней европейской державы — Испании. В особенности это касалось Кубы, где восстания местного населения переплелись с прямыми финансовыми интересами многих американцев, живших на острове и вложивших свои средства в сахарный бизнес. Пока не началась горячая война, яростный антииспанский словесный обстрел повели оба газетных магната-недруга, Пулитцер и Херст, трогательно оказавшиеся по одну сторону баррикад. Ура-патриотический накал их публикаций разжигал не только читающую публику, но и власти предержащие. Есть исторические свидетельства того, что сам президент Мак-Кинли находился под сильным психологическим давлением ежедневных раскатов военного грома в печати. 15 февраля 1898 года он направил на Кубу крейсер «Maine», который на подходе к берегу Гаваны взорвался и затонул. Погибло двести пятьдесят человек. Херстовские страницы запестрели заголовками «Помните “Мэйн”!», настолько врезавшимся в сознание, что этот лозунг и сегодня приводится в словарях как идиома патриотического американизма. Вскоре была объявлена война. (Истины ради следует заметить, что, по мнению современных исследователей, причиной взрыва на корабле послужило возгорание запасов угля в его трюме.)

Уильям Херст нанимает пароход, ходивший под нейтральным флагом, организует на нем небольшую типографию и во главе двадцати журналистов, фотографов и художников оказывается в эпицентре событий. Многие корреспонденции пишет сам, живописуя собственные приключения. Его колоритную фигуру — соломенная шляпа, перо, блокнот и револьвер — видели повсюду. Ничего удивительного, что тираж *Jornal*,

цену на который он определил в один цент (в пике двухцентовому *World*), подскочил невероятно, а вместе с ним и доход. Иосиф Пулитцер понял, что если его страна выигрывает войну, то собственное сражение с молодым соперником он проиграл. Последующие десять лет жизни оказались годами физического страдания — он полностью ослеп, завещав перед смертью два миллиона долларов на создание фонда для знаменитых и престижных ныне «Пулитцеровских премий» в области журналистики и литературы.

А Херст-победитель расширяет издательский плацдарм. К 1919 году он владеет цепью из двенадцати газет, покорены Бостон, Вашингтон, Чикаго, Милуоки... Еще четыре года, и он — владелец империи прессы, равной которой нет в мире. Она охватывает 19 городов и состоит из 22 ежедневных газет и 15 субботних изданий общим тиражом более 8 миллионов экземпляров. К ним примыкают девять журналов (в том числе два зарубежных), причем некоторые из них сделаны так «крепко», что побили все рекорды долголетия и превосходно себя чувствуют и в наши дни (*Cosmopolitan*, *Good Housekeeping*, *Town & Country*). И еще три впечатляющие цифры. Каждая четвертая американская семья читала тогда какое-либо издание Херста, 31 тонна бумаги требовалась на печать только одной страницы всех его ежедневных газет, общее число служащих в период высшего расцвета газетной империи составляло 38 тысяч человек.

Размер состояния Уильяма Херста трудно поддается оценке. Ясно одно — это состояние мультимиллионера. Конечно, он не поднялся к облачным финансовым высотам своих современников — Форда, Рокфеллера или Карнеги. Но ведь и его оружием были не автомобили, нефть или сталь, а всего-навсего такая эфемерная штука, как печатное слово. И он сумел талантливо им распорядиться, используя все самые перспективные средства полиграфии: цветную фотографию, скоростные печатные и сортировочные машины. Новые наборные устройства изменили облик газеты: цепляли взгляд аршинные заголовки и яркая пестрота шрифтов. Биографы часто сравнивали его типографии со сборочными конвейерами, только вместо автомашин с них днем и ночью бесконечной лентой сходил иной продукт массового производства — газета или журнал. И если этот продукт иногда с пренебрежением называли «чтивом», Херст без всякой ложной стыдливости соглашался, повторяя, что он в первую очередь предлагает своему читателю не информацию, а развлечение.

В сорок лет энергичный издатель ощутил, что «четвертой власти» в стране ему недостаточно, и в 1903 году встал на путь «захвата» первой — президентства. Хорошо понимая правила политической игры, Херст начал с нижней ступени — Конгресса, в Палате Представителей которого он провел два срока полномочий. Его победа на выборах была отмечена

огромным митингом в Медисон Сквер Гарден, завершившимся трагическим инцидентом. Торопливость или небрежность организаторов, задумавших праздничный фейерверк, привела к взрыву, в результате которого погибло восемнадцать человек и десятки других были тяжело ранены. Тень судебного расследования многие годы тянулась за Херстом. То ли это событие, то ли не лучший для него расклад сил в большой политике не дали ему шанса на президентскую номинацию, хотя на Конвенте демократической партии в 1904 году он был близок к этому. Еще две неудачных попытки стать мэром Нью-Йорка и губернатором штата окончательно перекрыли ему путь наверх.

В качестве утешительного приза судьба приготовила Уильяму встречу с бродвейской танцовщицей Милли Уилсон. Был ли этот долгий брак счастливым? И да, и нет. С одной стороны, миловидная супруга, украсившая роскошные апартаменты закоренелого холостяка, наградила его целым мальчишеским выводком: пятеро сыновей стали надежной опорой патримониальных планов. А с другой... Через полтора десятка лет семейная жизнь Херста, привыкшего будоражить публику великосветской «клубничкой», сама стала темой сенсационных публикаций. В 1917 году двадцатилетняя смазливая хористка мюзик-холла Мэрион Дэвис прочно заняла свой угол в классическом любовном треугольнике. 54-летний магнат положил к ее ногам влюбленность стареющего мужчины и свое нестарееющее богатство. Нетрадиционным в этом треугольнике было то, что жена категорически отказала мужу в разводе, а тот в нарушение канонов поведения супругов-изменщиков отказался от тайного адюльтера.

Оставив Милли и сыновьям дворец на Лонг-Айленде, где он их изредка навещал для поддержания «семейных ценностей» и участия в ритуальных светских церемониях, Уильям с Мэрион открыто переезжает в Калифорнию, поближе к Голливуду. Херст увидел себя таким новым Пигмалионом, который призван сделать свою юную Галатею кинозвездой. Он ввел ее за кулисы волшебной «фабрики грез». Его друзьями и частыми гостями стали ведущие «рабочие» этой фабрики: актеры, режиссеры, продюсеры. Больше всех он сблизился с Луисом Майером, эмигрантом из России, ставшим создателем одной из самых влиятельных студий. Однако ни эти знакомства, ни бешеная энергия влюбленного Херста не помогли. Не хватало малости — таланта кандидатки в звезды. В нескольких немых фильмах были предприняты безуспешные попытки поэксплуатировать ее внешность, а когда пришло время звуковых картин, то тут прокат и вовсе провалился. Мэрион слегка заикалась, и если в домашних обстоятельствах эта милая деталь придавала ей шарм, то экран оказался к ней беспощадным.



Главной заботой Херста стало строительство земного дома для своей неземной любви. Его мать Фиби вспоминала, что как-то давно, еще во время первого европейского путешествия, десятилетний сын спросил ее: «Мама, смогу ли я, когда вырасту, жить в Виндзорском замке?» И когда услышал в ответ «нет», заключил: «Ну тогда ты купишь мне Лувр». Смешные детские фантазии? Теперь он приближался к их реализации. Место было выбрано посередине пути между Лос-Анджелесом и Сан-Франциско, на огромном плато среди прибрежных возвышенностей, с которых открывался сказочный вид на океанский простор. Площадь участка равнялась 600 квадратным милям, что соответствует, например, половине территории такого штата, как Род-Айленд. Вот несколько данных в подтверждение размаха строительства: собственные аэропорт и железная дорога, сорок автомашин к услугам гостей, конюшня, молочная ферма, десять тысяч голов мясного скота, зоопарк со ста видами животных, аллеи гигантских садов, выдержанных в стиле средневековья и чередующихся с мраморными колоннадами, фонтанами, бассейнами, скульптурами...

И центр всего замысла — Замок! На испанский манер Херст назвал его «Сан-Симеон». На строительство будет потрачено более тридцати миллионов долларов и более тридцати лет, но оно так никогда и не закончится. Вместе с Мэрион он совершит десятки путешествий в прошлое Европы с единственной целью — без счета скупать это прошлое: мебель, живопись, антиквариат. Жизненный девиз Уильям сформулировал так: «Удовольствия — это то, что вы можете позволить себе оплатить». Знатоками установлено, что собственностью Херста стало содержимое не менее одной трети всех мировых аукционов. В испанской провинции Гвадалахара паре приглянулся... древний монастырь. Его разобрали, на мулах и воловьих упряжках каменные блоки переместили к пристани и на двенадцати кораблях доставили в Сан-Франциско. А затем выяснилось, что монастырь не вписывается в архитектурный проект, и он был «просто» передан местному музею.

Парадные комнаты замка украшали доспехи немецких рыцарей, саркофаги с мумиями, люстры из оленьих рогов и прочая экзотика. Хозяин почивал на кровати резного черного дерева, когда-то принадлежавшей кардиналу Ришелье, а краны в бесчисленных ванных комнатах были выполнены из чистого золота. Что уж говорить о коллекции живописи, по количеству великих имен приближавшейся к луврской. Правда, рядом с Рубеном или Рембрандтом то и дело попадались огромные полотна, изображавшие Мэрион Дэвис в киноролях, но этого деликатные гости старались не замечать. А среди них были такие знаменитости, как Уинстон Черчилль и Бернард Шоу, Чарли Чаплин и Грета Гарбо.

Заботы о «гнездышке» не затмили для Херста большую политику. Поначалу поддерживая демократа Франклина Рузвельта в его «хождении во власть», он резко изменил свой подход, когда тот объявил о своем «новом курсе» излечения американской экономики. Стойкий консерватор по взглядам, издатель-патриот всегда сохранял предубеждение по отношению к европейским державам, постоянно делая одно исключение — для Германии. Еще во времена Первой мировой войны его пронемецкие публикации вызвали бурю в печати стран Антанты. Дошло до того, что в Англии и Франции была запрещена деятельность его информационных агентств, а в Канаде за чтение херстовских газет полагались штраф в пять тысяч долларов или пятилетнее тюремное заключение. Когда Гитлер только начал восхождение, Херст поддерживал его, полагая, что в Европе возникает барьер распространению большевизма, с которым непреклонный антикоммунист сражался всю свою жизнь, начиная с октября 17-го. Впрочем, Кремль всегда отвечал ему взаимностью.

В 1934 году, совершая очередной «набег» на кладовые европейских шедевров, он оказался в Берлине, где его застала телеграмма от Луиса Майера, взволнованного раскручивавшейся антиеврейской кампанией в Германии и просившего Уильяма добиться аудиенции у Гитлера. Не сразу, но встреча состоялась, и печать Херста успокоенно сообщила, что фюрер назвал «меры» временными, а сам национал-социализм течением демократическим. Достаточно было нескольких лет для тяжелого прозрения. К началу войны магнат целиком был на стороне союзников, а в 1934 году, когда нерешительность руководства США трагически отозвалась на судьбе европейских евреев, не кто иной, как «прогерманец» Херст, твердо заявил о солидарности с ними и поддержал создание правительственного Комитета по их спасению.

Вторая половина 30-х годов обернулась худшим временем для, казалось, вечной газетной державы. «Великая депрессия» чуть не привела ее к банкротству. Пришлось закрыть значительную часть изданий, продать более половины коллекции произведений искусства, хранившихся в запасниках. К этому добавились домашние неурядицы: Мэрион, давно пристрастившаяся к алкоголю, стала вовсе неуправляемой и, крепко выпив, вела себя с вульгарностью бродвейской певички. Херст винил в этом себя, справедливо считая, что, выполняя все ее пожелания и капризы, не сделал единственного — не дал ей своего имени. В ворах огорчений внес свою лепту и Голливуд. В 1941 году появился фильм режиссера Орсона Уэллса «Гражданин Кейн» («Citizen Kane»), экранизация недвусмысленно узнаваемой биографии Херста, причем, что хуже всего, талантливо сделанная. Уильяма больно задела даже не образ желчного и тщеславного миллионера-антигероя и не его финальная киносмерть, а безжалостно, во всех

непривлекательных подробностях, показанный облик его возлюбленной. Еще когда только слухи о готовящемся к выпуску фильме дошли до друзей, Майер сделал попытку выкупить картину за миллион долларов. Но авторы решили, что прокат принесет им больше, и вся Америка погрузилась в непростые коллизии жизни старого и больного Херста.

Вторая мировая война, против развязывания которой он отдал немало сил, придала его бизнесу, как это не парадоксально, новое финансовое дыхание. Такое уже случилось однажды сорок лет назад, но тогда Уильям сделал все возможное, чтобы испано-американскую войну развязать. Снова его печать нарасхват, лучшие корреспонденты направлены на европейский фронт, и среди них его сын Уильям Херст-младший, талантливый журналист. Всего только две примечательные цитаты из газет 1944 года, когда советская армия перешла границы своей страны. Первый отрывок из «Правды»: «Газеты Херста по-бандитски брызжут отравленными чернилами в попытке внести раскол в великое дело союзников и выдвигают безумные обвинения Советскому Союзу в намерении захватить балканские страны и Польшу. И делает это лучший друг Гитлера в Америке». Ответ Херста: «Маршал Сталин в контролируемой им прессе назвал меня гангстерским журналистом и другом Гитлера. Эти обвинения имеют забавную особенность, поскольку исходят от господина, являющегося хозяином коммунистической прессы, самой гангстерской из тех, что я знаю. Разве не уважаемый маршал Сталин еще совсем недавно был любимым приятелем Гитлера, его сообщником в уничтожении самостоятельности балтийских государств, его партнером в ликвидации Польши?»

Мир на земле не отозвался миром и спокойствием в его душе. Херсту исполнилось восемьдесят пять, и врачи, обеспокоенные его высоким давлением, посоветовали спуститься с высот «Сан-Симеона» в морскую долину Лос-Анджелеса. В Беверли-Хиллс был приобретен скромный дом, где Уильям в обществе Мэрион, все больше погружавшейся в тьму алкоголя, провел свои последние несколько лет. Он умер в августе 1951 года, оставив завещание на 125 страницах с распределением своего гигантского состояния между женой, сыновьями, фондами и корпорациями. В нем отдельной строчкой упоминалась «мисс Дэвис, близкий друг». На пышных похоронах присутствовало полторы тысячи человек. Рядом с семьей стояли бывший президент Герберт Гувер, генерал Мак-Актур, финансист и политик Бернард Барух, губернаторы... Не было только Мэрион. Галатея сразу стала парией.

Через три года в слегка потеплевшую после холодной войны Москву прилетел Херст-младший, наследник «гангстера пера», чтобы сделать репортажи о послевоенной России и взять интервью у Хрущева, Булганина, Жукова и даже у Светланы Сталиной (уже потом, на Западе, она скажет,

что весь сценарий беседы ей продиктовал по телефону Молотов). Именно за серию этих блестящих материалов журналист был награжден Пулитцеровской премией, носящей имя злейшего врага его отца. Согласитесь, неожиданные коленца откалывает иногда судьба!

В 1974 году семейное имя Херстов вновь всплыло на страницах скандальной хроники. На сей раз их «героиней» стала внучка основателя, Патриция. Двухмиллионная студентка калифорнийского университета в Беркли была похищена членами крошечной террористической организации маоистского толка, называвшей себя «Либеральной армией». Похитители потребовали от родителей, которых они называли не иначе, как «врагами народа», двухмиллионный выкуп якобы для передачи беднякам штата. Деньги были отданы, но вместо дочери появились магнитофонные кассеты с записью ее голоса. В них она сообщала, что под новым именем «Таня» присоединилась к группе и полностью разделяет ее взгляды. Спустя месяц во время вооруженного ограбления одного из банков скрытые фотокамеры зафиксировали «Таню» с автоматом в руках. Затем последовала перестрелка с полицией при попытке обворовать магазин. Словом, для ФБР стало делом чести обнаружить неуловимых «либералов». В результате почти годового, беспрецедентного по масштабам расследования руководители банды и Патриция были схвачены. Доводы защиты, сводящиеся к тому, что ее воля в плену у захватчиков была сломлена вследствие «промывания мозгов», не были учтены судом, и она была приговорена к семи годам тюрьмы. Кстати, ее адвокатом был тот самый Ли-Бейли, который двадцать лет спустя компенсирует старый провал освобождением О-Джей-Симпсона. Через два года президент Картер помиловал Патрицию Херст, и можно не сомневаться, что в момент подписания документа в Овальном кабинете витал потревоженный дух ее знаменитого деда.

## БРАТ МОЙ, ВРАГ МОЙ. ИСТОРИЯ БРАТЬЕВ КЕЛЛОГГ

Читатели старшего поколения, думая, не забыли появившийся в середине пятидесятих годов роман американского писателя М. Уилсона с таким названием, только братья носили другую фамилию — Мэлори — и были придуманы автором, чтобы показать, к каким семейным катаклизмам может привести конфликт между чистой наукой (речь шла о прообразе телевидения) и погодой за чистоганом. Роман был опубликован в США в 1951 году, когда в мичиганском городе Бэттл Крик скончался вполне реальный персонаж истории американского бизнеса, миллионер Уильям Келлогг, младший из двух братьев, совершивших переворот в традициях и обычаях питания целой нации. Каждый из них за долгую жизнь (а прожили они ровно по девяносто одному году) мог не единожды сказать о другом именно этими словами — «брат мой, враг мой», что, впрочем, для человечества не было «свежей» формулой, если припомнить библейских Авеля и Каина.

В середине прошлого столетия местечко Бэттл Крик (Battle Creek), получившее название по имени речки, на берегах которой когда-то первопоселенцы сражались с индейцами, — было ничем не примечательным, глухим поселком Среднего Запада. И оставаться бы ему таковым, если бы протестантская секта «адвентистов седьмого дня» не выбрала его своей штаб-квартирой. Среди населения, насчитывавшего тогда немногим более тысячи человек, быстро распространились главные постулаты религиозных



Джон и Уильям Келлогг

«отщепенцев»: вера во второе пришествие Христа, признание субботы седьмым днем недели, а также культ повседневной воздержанности и вегетарианства. Истовым приверженцем нового вероучения стал и глава многодетного семейства, владелец крошечной мастерской по изготовлению метелок Джон Престон Келлогг. Генеалогия этой не совсем обычной фамилии уходит в глубину веков, предоставляя биографам докапываться до германо-шотландских или иных языковых корней. Во всяком случае, современные Келлогги предпочитали древнескандинавские источники, романтически интерпретирующие «kell» как «весну», а «log» — как ручей. Хотя во всех поколениях среди них обнаруживаются не романтики, а суровые прагматики, умеющие добиваться цели. Это полностью относится и к двум сыновьям метелочного мастера (всего имевшего от двух браков двенадцать детей) — Джону Харви, родившемуся в 1852 году, и его младшему (1860) брату Уильяму-Кейту.

Для них обоих с самого детства адвентистские ритуалы, особенно в питании, стали привычкой. Было бы заблуждением полагать, что повальное увлечение оздоровительными диетами — принадлежность нашего времени. Отнюдь нет. Так, в тридцатые годы XIX века, когда единственными средствами «массовых коммуникаций» оставались церковные проповеди да робко зарождающаяся пресса, бурным поветрием внезапно стало учение пресвитерианского священника Сильвестра Грэхема о телесном здоровье. Этот популярный гуру утверждал, что у человечества есть четыре главных врага: мясо, белая мука, алкоголь и... секс. Панацеей он объявил зерно грубого помола, а анафеме предавал соль и специи. Питаться приготовленным по этим рецептам месивом было почти невозможно, но его сочинения неплохо расходились, хотя по справедливости их следовало бы назвать «Книги о невкусной, но здоровой пище». Однако именно они приглянулись основательнице и главному пророку секты адвентистов седьмого дня Эллен Уайт, посчитавшей, что мир нуждается в диетическом прибежище. В 1866 году она открыла в своей «столице» учреждение с довольно претенциозным названием: лечебно-оздоровительный реформаторский институт.

Через десять лет в родной городок вернулся старший из братьев Келлогг — двадцатичетырехлетний Джон, только что закончивший медицинский колледж в Нью-Йорке по специальности «гигиеническая терапия». Лучшей кандидатуры, чем этот наследный адвентист-доктор, на должность главного врача института и придумать было нельзя. Спустя пару лет он переименует свое детище в Санаторий (именно так, с большой буквы, хотя принимал поначалу двенадцать пациентов) и будет его бессменно возглавлять шестьдесят семь лет подряд, вплоть до своей кончины. А что же младший брат Уильям? Родительская авторитарность и

вечные попреки Джона, который был старше на восемь лет, привели его к юношеской замкнутости и склонности проводить время не с домочадцами, а с единственным домашним животным — лошадью по кличке «Пятно», чья арабская родословная была скорее семейной легендой. Но мальчик так верил в ее реальность, что пронес свою детскую увлеченность через годы: пройдет всего полстолетия, и он станет владельцем самой крупной в стране конюшни скаковых арабских лошадей.

А пока четырнадцатилетний Уильям посчитал свое школьное образование законченным и вступил на путь мелкого бизнеса. На несколько лет он — разъездной продавец метелок в отцовской мастерской. Кабриолет и сани стали его транспортным средством, а география перемещений даже вышла за пределы Мичигана. 1880-й год — приметная дата в его биографии. Во-первых, он женился, внося в семейный дом все свои накопления — тысячу долларов, а во-вторых, получил первую работу с твердой оплатой. Его женой стала сверстница-соседка, дочь булочника Эллен Дэвис, а работодателем — родной брат Джон, к тому времени превративший Санаторий в известный «центр здоровья». Обычно жесткий, просчитывающий варианты Джон Келлогг на сей раз допустил промашку. Ну никак он не мог предположить, чем обернется через два десятилетия его братское приглашение. Оклад Уильяму он положил мизерный — 6 долларов в неделю, о выходных днях и отпуске предложил забыть. Что же касается самой работы, то это была помесь порученца со слугой: бухгалтер, кассир, клерк по снабжению, письмоноша, а в промежутках — личный брадобрей и чистильщик обуви главного врача, всегда недовольного, переполненного упреками в лени. В дневнике того времени Уильям записывает: «Я вечно боюсь остаться бедняком!»

Между тем Санаторий рос, а вместе с ним росла и слава доктора Джона. К старому лечебному корпусу он пристроил дополнительный, что позволило принимать одновременно до пятисот пациентов. К их услугам были массажные кабинеты, ванны с бодрящим содержимым, первая практика электроаппликаций. К вегетарианской диете — строгому канону адвентизма — добавил самые последние достижения медицинской диагностики. И изучал их не просто по литературе, а в лучших клиниках Вены, Лондона и Берлина. Посещал занятия знаменитого Луи Пастера в парижском институте микробиологии. И всю эту причудливую смесь научных знаний, религиозных догм и опыта гигиениста Джон перелил в десятки сочинений, разошедшихся по стране. Среди пациентов доктора Келлогга в разные времена были многие мировые знаменитости, тем более, что еженедельный лечебный курс стоил немалых денег. В списках почетных клиентов можно встретить, например, имена промышленников Джона Рокфеллера и Генри Форда, писателя Бернарда Шоу и полярного иссле-

дователя Руаля Амундсена, и даже олимпийского чемпиона по плаванию Джонни Вайсмюллера, позднее ставшего неувядаемым кино-Тарзаном (не без помощи ли лечения в Санатории?).

И все же главным увлечением неугомонного главврача оставался поиск новых, безупречных питательных составов, способных совершить чудо возрождения человеческого организма. И поскольку одному было несподручно возиться с печами и котлами, он привлек к экспериментам Уильяма, явно без воодушевления занимавшегося рекламой санаторных изданий или разборкой огромной почты. На несколько лет кухня лечебного учреждения превратилась в лабораторию, где два энтузиаста стали готовить то, что впоследствии назовут революционным переворотом в традициях питания.

Как выглядел в конце XIX века обычный утренний завтрак американской семьи? Кусок жирного бекона с яичницей, жареный картофель или тарелка каши, а в завершение внушительный кусок яблочного пирога. Конечно, молотобойцу или кузнецу было несложно утилизировать этот монблан калорий. Но новая промышленная эпоха уже замещала кувалду и молот машинами и автоматами, возвещая наступление пресловутого неподвижного образа жизни. Что же противопоставил этому доктор Джон с помощником-братом? Поначалу, в соответствии с канонами Сильвестра Грэхема — манипулирование с зернами пшеницы, превращавшимися в твердые сухари. После неприятности с одной из пациенток, сломавшей за завтраком свой протез и потребовавшей компенсации в размере десяти долларов, пришлось искать альтернативные варианты. Было решено зерна предварительно размачивать в кипятке, а затем разогретую массу пропускать через пару стальных валков. Режимы времени менялись от пятнадцати минут до часа, но с огорчительной последовательностью перед братьями представало тягучее и липкое пшеничное тесто. И тут вмешался Его Величество Случай, исстари, еще со времен Исаака Ньютона, награждающий неугомонность исследователей.

Однажды летом 1894 года Уильям колдовал над плитой и так увлекся, что забыл о порции давно замоченных зерен. Пшеница пролежала в воде более двух суток и даже заплесневела. Прежде чем месиво было выброшено, братьев что-то подтолкнуло выпарить его и расплющить в валках. В выходной воронке примитивной установки лежали тонкие, мелкие хлопья, прекрасно пропеченные. С плесенью быстро справились, производя длительное замачивание в оловянной посуде. Так в скромном санаторном «пищевом блоке» родился продукт, получивший название «cereal». Слово это, сравнительно новое для английского языка, восходит к латыни, где прилагательное «cerealіs», означающее «сделанный из зерна», имеет в качестве прародительницы имя римской богини плодородия Цереры. Джон тут



же решил, что успех достигнут и можно на самодельном оборудовании перейти к внедрению. Его не смущало, что хлопья имели вкус опилок, а пациентов удерживал от бегства из столовой лишь авторитет доктора. Но Уильяма этот авторитет уже давно тяготил.

Врожденный практицизм подсказывал ему, что золотую жилу открытия следует разрабатывать немедленно. И если старший брат с его научными фантазиями и религиозным менторством будет этому препятствовать, — он выйдет, наконец, из повиновения. Один из современников, близко наблюдавший противостояние двух Келлоггов, точно заметил: «Они были похожи на двух людей, пытавшихся одновременно подняться по одной и той же лестнице». Уильям настаивал: настоящий коммерческий успех невозможен без улучшения вкусовых качеств хлопьев. И собственноручно пропитывал их ячменным солодом и даже сахаром. «Только строгость начального рецепта, — парировал Джон, — иначе сниму свое имя с продукции». Младший брат понимал, что рассылка пакетов с хлопьями по почте старым пациентам бесперспективна и предлагал индустриализовать процесс. Старший страшился превращения Санатория в фабрику, помятуя, что богоугодное дело — гнать торговцев из храма.

Многие часто наблюдали забавную сценку, когда по дорожкам Санатория быстро перемещался на велосипеде толстоватый маленький доктор Джон во всем белом, от шляпы до обуви, а рядом семенил яростно жестикулирующий Уильям. Так проходило их утреннее производственное совещание. Белые одежды — очередное чудачество главврача, были данью его последнему увлечению. Бэттл Крик посетил популярный в те времена пропагандист здорового питания Гораций Флетчер. Его главной установкой, получившей название «флетчеризм», являлась необходимость тщательного пережевывания пищи перед проглатыванием каждого кусочка, а именно — точно тридцать два движения ртом, по числу зубов. Плюс к этому — белый цвет платья и всех аксессуаров — тогда, мол, солнечные лучи, свободно достигая тела, помогут пищеварению.

Но Уильяму было не до чудачеств. Как он и предполагал, конкуренты не дремали. Позднее подсчитали, что на грани веков идею массового выпуска готовых к употреблению зерновых хлопьев подхватило более сорока различных компаний, не останавливавшихся ни перед чем, чтобы добыть рецепты нового изделия, благоразумно запатентованного Келлоггами. Ответом Уильяма было создание нового продукта — кукурузных хлопьев (corn flakes) — и строительство завода для его выпуска. В последний раз он предложил брату сотрудничество, но тот заносчиво отказался, полагая, что без его вечного покровительства дело не сладится. И ошибся. В 1906 году Уильям Келлогг создает собственную фирму по производству

корнфлекса. Начинает с главного — с рекламы, которая, являясь сегодня кровью американского бизнеса, тогда только зарождалась.

Прежде всего, он задумался над оформлением коробки с корнфлексом, и интуиция не подвела его. Факсимильная подпись владельца компании как бы символизировала надежность качества содержимого. Уже минуло сто лет с момента первого появления этого имени в торговых витринах, но и сегодня преемники процветающего продовольственного гиганта



Реклама корнфлекса  
на обложке журнала

мало что изменили во внешнем облике изделия. Разве что немного позднее рядом с рукописной вязью фамилии «Келлогг» появился веселый петушок, украсивший запомнившийся торговый знак. В одном из интервью представители компании так объяснили появление его «ку-ка-ре-ку!» на глянцевой картонке: «С незапамятных времен петухи приветствуют наступление нового дня. Наш продукт тоже “приветствует” покупателей каждое утро перед завтраком вот уже десятки лет». Припоминается, что если другой знаменитый петух — пушкинский «золотой петушок» (кстати, эта сказка является вольным переложением Пушкиным сюжета из книги «Альгамбра» известного американского писателя Вашингтона Ирвинга) будил своего хозяина по утрам пренеприятными новостями, то его младший заокеанский «коллега» — красногребешковый петушок Келлогг

— несет утреннюю вкусовую радость. Однако броскость упаковки была только одной из составляющих в тотальном рекламном наступлении бывшего метелочного торгового агента. В ведущих женских журналах страны Уильям закупил целые страницы, с которых миловидные манекенщицы, обнимая колосья пшеницы или сочные початки кукурузы, улыбались потенциальным покупательницам. Известная человеческая слабость — удовольствие от получения чего-либо бесплатно — была использована весьма своеобразно. Келлогг успешно провел шумевшую рекламную операцию, получившую название «Подмигивание». Женщины разных

городов были весьма заинтригованы, прочитав в газетах такое анонимное объявление: «Подмигните вашему бакалейщику, и вы увидите, что произойдет». Понятно, что любопытной тут же вручалась бесплатная коробка корнфлекса. Надо сказать, что

**Kellogg's**

Уильям поначалу опасался, что вся эта по своему дерзкая акция сорвется, столкнувшись с общественным поведенческим ханжеством. Но куда там! От покупательниц, готовых к игривости, не было отбоя. В одном Нью-

Йорке объем продажи кукурузных хлопьев подпрыгнул с двух грузовых вагонов в месяц до одного в день (завод Келлогга вскоре перешел на отгрузку продукции по стране товарными составами).

Не забыты были и дети. Внутри пачек с корнфлексом их поджидали неожиданные сюрпризы: миниатюрная жюльверновская подложка «Наутилус» или фотографии кумиров бейсбола. Но, пожалуй, апофеозом рекламного натиска Уильяма стало его вторжение в 1912 году на Бродвей, Великий Белый Путь, когда на крыше одного из зданий Таймс-Сквер появилось грандиозное (30 × 15 м) световое табло, по размерам не имевшее тогда аналогов в мире. Америку охватил настоящий бум. Сухие завтраки фирмы «Kellogg's» стали необходимым элементом рациона. Завод в Бэттл Крике, полностью перестроенный после пожара 1907 года, по насыщенности автоматикой и транспортными системами справедливо сравнивали с автомобильным конвейером Форда в соседнем Детройте. Вот тогда-то и встрепенулся старший брат Джон Келлогг.

Только теперь он осознал, что опекаемый и популяемый Уильям прочно переместился с вечного второго места на лидирующее. «Несправедливая перемена», — решил Джон и начал многолетние судебные тяжбы о незаконности использования в торговой марке фамилии Келлогг без его согласия. В течение десяти лет в местных судах следовали одна за другой многочисленные «братоубийственные» стычки, в которых стороны попеременно менялись местами, становясь то истцом, то ответчиком. Джон даже опускался до клятвопреступления, заявляя, что младший брат якобы воспользовался его поездкой в Европу и исподтишка присвоил семейное имя в меркантильных целях, тем самым нанеся в медицинских кругах моральный ущерб главному врачу. Не удержался он и от того, чтобы на базе подсобных производств разросшегося Санатория создать собственную продовольственную фирму с тем же, ставшим популярным названием. Ничего не помогло. В декабре 1920 года Верховный суд штата Мичиган подтвердил правоту Уильяма Келлогга по всем пунктам. Это была полная победа, и вместе с тем поставлена последняя точка в давнем семейном конфликте. В последующие двадцать пять лет до смерти Джона два брата, живя в одном городе, никогда не встречались.

Уильям, которому к этому времени было уже около шестидесяти, давно подумывал о наследнике. Из пяти детей, рожденных в браке с рано



Знаменитый петушок  
на упаковке

скончавшейся Эллен, он с юных лет выделялмышленного Леонарда (второй брак с санаторным врачом Кэрри Стейнс был бездетным, супруги чаще всего жили раздельно, и примечательным этот союз был, пожалуй, только тем, что брат у брата «увел» хорошего специалиста). Сын быстро стал незаменимым помощником отца, показав себя не только талантливым бизнесменом, но и незаурядным изобретателем. Более двухсот патентов было зарегистрировано на его имя, среди них, например, сохранившаяся до наших дней технология изготовления вощенной бумаги в качестве внутреннего пакета, сохраняющего свежесть и вкус продукта. Отцовский опыт и сыновняя энергия, соединившись, вывели компанию «Келлогг», выпускавшую уже десятки вариантов зерновых хлопьев, на просторы мирового рынка: в 1914 году был открыт филиал в ближнем зарубежье — Канаде, а вскоре и в Австралии.

Уильям страдал болезненной бессонницей и убедил себя, что найдет спасение только в морских путешествиях. За Египтом последовали Филиппинские острова, за Японией и Индией — Аляска и Южная Африка. Обычно замкнутый и молчаливый, лишенный каких-либо предрассудков, он позволял себе одну постоянную причуду: его апартаменты в отелях должны были непременно находиться на седьмом этаже, а номера заканчиваться магической семеркой. Это же, кстати, относилось и к цифровой комбинации его автомобильных номеров. Столь загадочную привязанность он объяснял так: «Я был седьмым сыном своего отца, родился в седьмой день недели, в седьмой день месяца. Кроме того, в фамилии “Келлогг” семь букв». Добавим от себя, что Уильям оставался всю жизнь пуст не истовым, но адвентистом седьмого дня.

Однажды в начале 20-х годов, вернувшись из многомесячного вояжа, он обнаружил, что оставленный «на хозяйстве» Леонард плохо справился с делами фирмы, поставленной на грань финансового кризиса. Отец не стал учитывать, что глубинные причины этого лежали в общей послевоенной экономической депрессии. Он был разгневан, а опыта в семейных ссорах ему было не занимать. Обидчивый сын подал в отставку. Пришлось снова думать о «престолонаследии». Выбор по мужской линии был невелик, только внук Джон (сын опального Леонарда), старательный и толковый юноша, показался подходящим кандидатом. И Келлогг, не щадя сил, стал вовлекать его в бизнес. Джон, боготворивший деда, повсюду следовал за ним по пятам: разбирался в тонкостях работы нового оборудования, участвовал в заседаниях совета директоров компании. Рабочим нравились его общительность и простота. Постепенно его роль стала настолько значительной, что он был назначен вице-президентом.

И вдруг посреди, казалось бы, безоблачной карьеры произошло несчастье. Лошадь, которую объезжал Джон, споткнулась на незаметной

яме, наездник был выброшен из седла и с серьезными травмами госпитализирован. Он уже никогда не оправился от этого падения. Жесткий дед, для которого сердобольность и бизнес были несовместимыми понятиями, подождал немного, поговорил с врачами и освободил внука от вице-президентства, предложив стать торговым агентом. Униженный Джон ушел из компании, переехал в Чикаго, где попытался открыть небольшую собственную фирму. Спустя два года его безжизненное тело было обнаружено в служебном кабинете. В предсмертной записке не содержалось никаких объяснений причин самоубийства.

Следует заметить, что Келлогг был довольно странным миллионером. Дворцы или яхты вовсе не интересовали его. Он чуждался публичности, отказывался от почетных званий и наград, никогда специально не позировал фотографам. Большой редкостью является его единственный портрет кисти известного английского художника Фрэнка Сэлсбери. Персонажу с пытливым взглядом и неулыбчивым лицом на этом полотне 78 лет. Достоянием прессы стало высказывание Келлогга: «Значительно легче заработать состояние, чем умно им распорядиться». Предметами его постоянной заботы были мир природы и мир детства.

Ранчо в Калифорнии он приобрел для большой конюшни чистопородных арабских скакунов. Устраиваемые здесь конные праздники стали достопримечательностью (на одном из них, увы, и пострадал внук Джон). Если в голливудских фильмах требовалась восточная экзотика, то именно тут проводились съемки «лошадиных» эпизодов. Прославленная звезда немого кино Рудольф Валентино, всегда игравший шейхов или их сыновей, в зрительской памяти был неотделим от четвероногих красавцев из калифорнийской конюшни Келлогга.

Вся страна знала о созданном Уильямом научном птичьем заповеднике на мичиганском озере Галл-лейк, где осенью находили прибежище тысячи водоплавающих птиц, уток и канадских гусей, а миллионы посетителей любовались красотами первозданного пейзажа. И все же самой известной стороной его деятельности, кроме индустрии питания, была филантропия. Всю жизнь ощущавший недостаточность своего образования, он передал миллионы долларов на создание более полутора тысяч программ — строительство учебных центров и медицинских комплексов для молодежи, где комбинация знаний и спорта должна была дать свои всходы. Он так сформулировал свое кредо финансового жертвователя: «Я буду помогать людям, чтобы они помогали сами себе».

Келлогга рано стала мучить тяжелая глаукома, а в последние десять лет он и вовсе потерял зрение. Один за другим ушли из жизни брат Джон, жена Кэрри, сын Леонард... Старик остался один. Его постоянным спутником была лишь собака-поводырь Ринетта, без которой он не покидал

дом, однако продолжал интересоваться событиями внешнего мира. Незадолго до смерти (1951 г.) он получил письмо, продиктованное братом Джоном перед кончиной, но не отправленное адресату по воле секретаря, посчитавшей, что в здравом рассудке старший брат никогда бы не послал подобное младшему. Вот цитата: «Я глубоко сожалею, что обстоятельства развели нас в разные стороны. Убежден, что ты был прав в выборе пути продовольственного бизнеса. Будущие поколения будут благодарны тебе. Я искренне желал бы исправить все то горькое, что причинил тебе...» Ах, как поздно пришло это письмо! С опозданием на целую жизнь.

Да, у Уильяма Кейта Келлогга было слабое зрение, но он обладал поразительным даром предвидения. Вот почему его детище, промышленный гигант «Келлогг», процветает и поныне. Несколько красноречивых цифр: объем продажи — более шести миллиардов в год, число сотрудников — 18 тысяч, десятки заводов на всех континентах...

## КОРОЛЕВА КОСМЕТИКИ ЕЛЕНА РУБИНШТЕЙН, ИЛИ ДЕНЬГИ ПАХНУТ

Известное выражение «Деньги не пахнут» легенда приписывает древнеримскому императору Веспасиану, установившему налог на общественные уборные. И когда его сын Тит, будущий разрушитель Иерусалима, упрекнул отца в этом, тот поднес к сыновнему носу первые деньги, поступившие по новому налогу, и задал риторический вопрос — пахнут ли они? Героиня нашего очерка, владелица всемирно известной парфюмерной фирмы, на подобный вопрос могла бы с гордостью ответить: «Пахнут! И притом превосходно». Более семи десятилетий ее продукция — тубики, баночки и флакончики с их восхитительным содержимым — украшала дамские туалетные столики на всех континентах земли или таилась в кармашках женских сумочек, одновременно уменьшая их денежное содержимое и увеличивая многомиллионное состояние Елены Рубинштейн, одной из богатейших женщин мира.

Перенесемся в польский Краков последней трети XIX века. Евреи этого города избежали участи своих собратьев в тех частях Польши, которые после многочисленных территориальных разделов отошли к России. Австрийская Галиция с древним Краковом в центре обошлась без гетто, черты оседлости и погромов. Семья Горація и Августы Рубинштейн жила в небольшом двухэтажном доме рядом с городским рынком, что было немаловажно для главы семейства, перепродававшего там яйца, скупленные



*Елена Рубинштейн*

в «глубинке» у крестьян-венгров. Елена, родившаяся в 1870 году, была старшей из восьми дочерей. Ситуация, близкая к сюжету «Тевье-молочника», только у героя Шолом-Алейхема было на одну дочь меньше, да история с иноверцем-женихом завершилась хуже, чем в повести.

Маленькая, худенькая и сообразительная старшая сестра рано стала отцовской помощницей и домашней няней. Противоречие между миром строгого семейного иудаизма и раскованностью гимназического ученичества она решала в пользу последнего. И еще одно противоречие было рано замечено ею: между ханжеским пуританизмом общества и извечной заботой женщин о своей привлекательности. В те времена, например, румянами и губной помадой дозволялось пользоваться лишь актрисам и проституткам. «Порядочным» же дамам надлежало сохранять бледность лица и бесцветность поведения. Но как не давил на Августу Рубинштейн пресс домашнего хозяйства, она находила время, чтобы научить уходу за внешностью свой девичий выводок, памятуя, что будущее замужество дочерей следует готовить исподволь. Через приятельницу-актрису в дом попал крем для лица, создателем которого был химик Яков Ликуский. С тех пор ежевечерний отход детей ко сну обязательно сопровождался «кремовым» ритуалом.

Отец желал видеть Елену врачом, и послушная дочь становится студенткой медицинского факультета Краковского университета, одного из самых старинных в Европе. Двух курсов было достаточно, чтобы анатомичка и больничные палаты с их тяжелыми запахами и картинами человеческих несчастий стали непереносимыми для нее. Ну почему в этом мире прекрасное должно соседствовать с болезнями, немощью и смертью?! «Ах, ты отказываешься учиться, — воскликнул отец, не привыкший к возражениям кого-либо из домашних. — Тогда выйдешь замуж». И как в классической мелодраме, через несколько дней на пороге дома скромного торговца яйцами стоял толстоватый и лысоватый жених, воплощение надменности и состоятельности. Помимо категорического «нет» отец услышал от разгневанной дочери кое-что посерьезнее: оказывается, у нее уже имелся претендент на руку по ее собственному выбору — соученик по университету, поляк Станислав. Зашатались устои веры. Елена поняла, что обрушиться им отец не позволит никогда.

И тогда она решает уехать. Не в соседний город, не в соседнюю страну — на другой континент. Традиционный еврейский путь в Америку был ею отвергнут. Она бежала не от гонений, а от отцовского деспотизма. На сцене ее бурной жизни возникает далекая и романтическая Австралия, где уже много лет жил родной брат матери, дядя Луис. Его быстрый отклик на взволнованное письмо племянницы содержал теплое приглашение. Отец на сей раз не возражал, справедливо полагая, что разлука — надеж-



ное средство от любви. Летом 1890 года Елена стояла на борту парохода, отправлявшегося из Гамбурга в трехмесячный путь в Мельбурн, через Суэцкий канал и Индийский океан. В маленьком сундучке уместился весь ее скарб: белое плиссированное платье, шляпа с белыми перьями, материнское жемчужное ожерелье (первая драгоценность в несметной будущей коллекции) и двенадцать баночек с ночным кремом доктора Ликуского — весь домашний запас.

Дядюшка Луис оказался хорошим родственником, но никудышным советчиком. Собственно, ничего, кроме призывов к замужеству, он ей так и не предложил. Ну не для этого же, в самом деле, пересекла Елена моря и океаны. Она бесстрашно окунулась в незнакомую жизнь, не чуралась никакой работы: помощница фармацевта, гувернантка в богатых домах, преподающая барчукам французский и немецкий, вынесенные из краковской гимназии. А вот английский так и не стал ее сильной стороной, до конца жизни она сохранила заметный польский акцент. С самого начала Елена обратила внимание на внешность австралийских женщин: постоянные ветры и обжигающее солнце основательно поработали над кожей их лиц, сделав ее не только густо-веснушчатой, но и достаточно темной. Вот где поможет ее удивительный крем! Началось с родственниц и приятельниц, и весьма скоро в Краков полетели (точнее, поплыли) письма о срочных посылках. Круг ошастливленных клиенток расширился со скоростью звука — имеется в виду звук речей дамского общения. Елена продавала каждую баночку за двадцать два шиллинга, имея собственный доход двенадцать пенсов. Вовсе не мелочь по тем временам, если учесть, например, что ее недельный заработок официантки в кафе составлял двадцать шиллингов.

Это же кафе было выбрано судьбой для решительной перемены ее участи. Сюда заглядывали не только барышни из офисов по соседству, но и респектабельные дамы, которых их состоятельность, замечала Елена, не избавила от скверной кожи лица. И она помогала им всем без устали. Одна из городских знаменитостей была так покорена чудодейственностью крема, что не отказала девушке в просьбе ссудить денег для открытия собственного парфюмерного магазина. Половина из полутора тысяч долларов была отправлена в Краков для оптовой закупки «баночек», а остальная пошла на оплату целого этажа в центре Мельбурна, на фронтоне которого появилась сделанная от руки надпись: «ЕЛЕНА РУБИНШТЕЙН, КОСМЕТИЧЕСКИЙ САЛОН». Не заурядные «магазины», а романтические «салоны» станут ее фирменным знаком, который вскоре украсит столицы многих стран мира. А пока мельбурнские женщины потянулись к ее дверям, за которыми обнаруживали чудеса: большое помещение было разделено на несколько уютных, сверкавших белизной стен и мебели

кабинетов; в каждом из них посетительницу ждали внимательный осмотр, индивидуальный массаж и, конечно, крем «на вынос».

Посылочный ручеек перестал отвечать спросу. Доктор Ликуский получает письмо от Елены-путешественницы с приглашением приехать. И он принимает его. В Австралии начался подлинный парфюмерный бум. Теперь в кухне при салоне, превращенной в лабораторию, в четыре руки готовился не только «классический» крем, названный «Утренняя прохлада», но и десятки других мазей и лосьонов. Их ингредиенты, от природных масел до огуречных, лимонных и виноградных соков, учитывали тончайшие особенности женской кожи: сухой или жирной, гладкой или морщинистой. Ни одна из покупательниц, простолюдинка или буржуа, актриса или светская львица, не уходила без личного рецепта или совета. А уж когда о салоне появилась статья в самом популярном женском журнале страны, возник шквал почтовых заказов. Елена давно рассчиталась с долгом, наняла штат профессиональных гигиенистов и решила открыть второй салон — в Сиднее. Поскольку ничего более надежного, чем родственные узы, еще не придумано, она выписала из Кракова двух сестер и, оставив на них свои элегантные детища, отбыла в Европу.

На борту парохода, который на сей раз плыл вслед за солнцем, стояла не хрупкая девица с сундучком, а тридцатилетняя владелица налаженного бизнеса, уже принесшего ей сто тысяч долларов. Начало нового столетия она встретила в лучших школах и клиниках дерматологии Берлина и Дрездена, а затем Вены и Парижа. Тайнства прелестей женского лица перестали быть для нее загадками. Она, кажется, изучила все, вплоть до пластических операций и электролизного удаления волосков. И еще, и еще: сохранность рук, пышность волос, белизна зубов, диета и ожирение, гимнастика. Ее возвращение в Австралию стало триумфальным, но сама-то она подумывала о косметической экспансии в Европу.

Однажды в салоне появился изящный, изысканно одетый господин, представившийся Эдуардом Титусом. Он был американским журналистом с польскими корнями, объехавшим мир и привезшим Елене поклон из родительского дома. Его визиты стали частыми, а вскоре он предложил ей свою помощь и свою руку. Помощь она приняла, причем яркая реклама бизнеса под пером поклонника сразу принесла плоды. А вот с «рукой» повременила, решив, что время поможет разобраться с мотивами: очарован журналист ею самой или ее финансовым успехом?

В 1907 году Елена прибывает в Лондон в надежде покорить этот чопорный город, в ресторанах которого тогда можно было встретить Бернарда Шоу и Сомерсета Моэма, а на сцене — великую Айседору Дункан. Долгие поиски подходящего здания привели к покупке четырехэтажного

аристократического особняка в самом центре. С тех пор всегда ее личные апартаменты будут располагаться над салоном, позволяя руководить «без отрыва от дома». Она сама продумала каждую деталь декоративного убранства и, оставив мастеров выполнять замысел, упорхнула в Париж, столицу красоты, моды и женственности. Здесь она наняла самых квалифицированных дерматологов, не упустила ни одного из парфюмерных новшеств, включая набравшее силу явление, позднее названное макияжем: цветные пудру, тушь, румяна, помаду всех цветов радуги. А когда вернулась в Лондон, то первым, кого встретила в своем пустом офисе, был Эдуард Титус. «Все замечательно, — заметил он, — кроме этой стерильной белоснежности. Пойдем сегодня в театр, и ты увидишь, что такое цвет!» В Лондоне гастролировала антреприза Дягилева «Русские балеты», оформленная знаменитыми художниками Леоном Бакстом и Александром Бенуа. На сцене царствовал волшебный мир изящества и вкуса, выдержанный в сине-голубых тонах. Их оттенки навсегда станут для нее излюбленными.

Салон Елены Рубинштейн превратился в лондонскую достопримечательность. Хозяйка трудилась в нем по восемнадцать часов в сутки, и Эдуард старался не отставать от нее. Их сплоченный труд увенчался скромной свадьбой и прелестным путешествием на юг Франции. В 1909 году родился первенец Рой, через два года — Гораций, названный в честь ее отца. Однако меньше всего она собиралась погрузиться в материнство. Париж! Именно там она откроет свой следующий салон. Эдуард был счастлив: наконец он снова будет причастен к литературной богеме, с которой внутренне никогда не порывал. Очередная сестра остается лондонской наместницей, а семейство обосновывается на Монпарнасе — в квартале художников.

Парижские женщины с их легендарным шармом и изыском требовали корректировки лондонского опыта. Елена была готова к этому. Химическая фабрика по ее заказу стала выпускать натуральные пигменты, добавлявшиеся к нежным «орудиям» красоты. Дизайнеры бились над броской упаковкой, этикетками и запоминающимися названиями. Елена Рубинштейн стала частью столичной моды. Она могла похвастать, что в списке ее клиенток были герцогини и графини (например, великая княгиня Мария Павловна), гордость Франции актриса Сара Бернар, балерина Ида Рубинштейн (однофамилица и соплеменница). На элитных вечеринках и приемах она познакомилась с кумирами художественного Парижа, ее друзьями стали «старики» Ренуар и Дега, «молодежь» Жорж Брак и Пикассо. Тогда же она начала покупать живописный авангард. Скульптор-эмигрант Яков Эпштейн, приятель Эдуарда, посоветовал ей коллекционировать экзотические африканские маски. Со временем ее собрание

примитивного искусства стало всемирно известным. И еще одна страсть зародилась здесь — ювелирные украшения. Знаменитая коллекция драгоценностей в конце ее жизни станет «героиней» криминальной хроники.

Мировая война спутала все планы. Эдуард, будучи американским гражданином, настаивал на немедленном отъезде в США. Елена сопротивлялась до последнего. В Европе она познала деловой успех, здесь были ее салоны, ее друзья. И лишь когда немцы, пройдя Бельгию и Эльзас-Лотарингию, подошли к Марне, она решилась. В январе 1915 года Елена Рубинштейн с семьей направилась через кишевшую немецкими подлодками Атлантику к третьему в своей жизни континенту. От ее острого взгляда не укрылась бледность лиц американских женщин без следов косметики, их скованность, невыразительность одежды. Чему было удивляться, ведь за ними тянулся шлейф социальной второсортности: в то время в США женщины не обладали легальными правами, даже правом голосовать. Перед Еленой открылся безбрежный американский рынок, и она им умело воспользовалась.

Первый же салон в Нью-Йорке она нарекла «Дворцом косметики» и сделала все возможное, чтобы название не было просто банальной метафорой. Посетительница приобретала билет (за 100–150 долларов!) на восьмичасовое пребывание в чертогах красоты и, сменив уличную одежду на спортивный костюм, попадала на целый день в нежные руки врачей, медсестер, массажистов. Самые современные диагностические приборы регистрировали уровень обмена веществ, склонность к прибавке веса. Гимнастические упражнения, души и ванны, сеансы ультрафиолетовых лучей сменялись отдыхом и овощными блюдами с соком. Парикмахеры создавали из волос посетительниц настоящее чудо в соответствии с последней европейской модой, бригады девушек трудились над маникюром-педикюром. Апофеозом дня становилось пребывание перед туалетным столиком с особым трехстворчатым зеркалом, поворот выключателя на котором создавал иллюзию дневного или вечернего света. Здесь косметолог преподавал подробные уроки «научного» макияжа. В конце концов преобразенная женщина с немного кружащейся головой и с сумочкой, заполненной помадами, пудрами и тенями, покидала этот волшебный мир с твердым намерением вернуться. Позднее в своей книге мемуаров «Моя жизнь ради красоты» Елена скажет: «Нет некрасивых женщин, есть только ленивые».

Вскоре цепь салонов Рубинштейн охватила всю страну: Бостон, Филадельфия, Чикаго, Сан-Франциско, Вашингтон... К ней начали обращаться крупные универмаги, предлагая организовать продажу косметики. Поначалу Елена решительно отказывалась, полагая, что ее «товар» слишком деликатен и индивидуален, он не может «молча» лежать на полках, как

обувь или какая-нибудь посуда. Но зарождающиеся супермаркеты было невозможно игнорировать. В кратчайшие сроки она приобрела цветочные и травяные плантации, построила несколько перерабатывающих фабрик, первой в мире поставив производство парфюмерии на поток. Сотни молодых продавщиц прошли обучение премудростям сохранения женской молодости. Лекции для них читала сама владелица, без устали перемещавшаяся из города в город. Лишь после этого были подписаны контракты с оптовыми покупателями. Постепенно косметическая индустрия в США вышла на одно из первых мест.

В двадцатые годы Елена не забывает свой любимый Париж, где после войны не только снова процветает ее салон, но и оживает художественное сообщество друзей. В роскошном загородном доме Рубинштейн гостят Шагал и Модильяни, Сальвадор Дали и старый приятель Пикассо. Эдуард наслаждается литературным кружком, где царят его американские друзья Хемингуэй и Фолкнер. Семейная легенда утверждает, что здесь, в ауре Парижа, родилось имя, которым затем называли Елену коллеги, подчиненные и многочисленная челядь, а также журналисты и авторы книг о ней: Мадам (Madame) — именно так, с большой буквы и зачастую без фамилии. Однажды она спросила свою приятельницу, известного модельера женской одежды и парфюмера Габриэлла Шанель: «Говорят, вы отклонили предложение английского герцога о замужестве. Почему?» «Что? — вспыхнула создательница самых известных в мире духов «Шанель №5». — Быть какой-нибудь третьей герцогиней Вестминстер? Никогда! Я была и остаюсь *Мадемуазель* Шанель, так же, как вы навсегда — *Мадам* Рубинштейн. Это наши фирменные имена».

Казалось, поводов для тревог не было никаких. Ее бизнес по обе стороны океана процветал, сыновья заканчивали престижные университеты, готовясь стать матери помощниками. Но... Это «но» коснулось как бизнеса, так и семьи. В Америке наступили годы Великой депрессии, и Мадам пришлось ринуться врукопашную за сохранение доходов, ослабив внимание семейному фронту. А где тонко, утверждает не только русская поговорка, там и рвется. Эдуард Титус, увлекшись некоей юной дамой, оставил жену после почти тридцатилетней совместной жизни. Последнее обстоятельство более всего задело шестидесятилетнюю Мадам, считавшую, что годы не властны над ней. Лечение в швейцарской клинике прибавило ей сил, и рана затянулась, тем более что у нее не было времени ее беречь. Через два года она вышла замуж вторично.

Его представили ей в Париже в 1938 году, на одном из званых вечеров: «Князь Арчил Гоурелли-Чокония». Звучало таинственно и экзотично. Обаятельный господин оказался эмигрантом из России, успевшим смениť немало профессий, в том числе таксиста. Известен он был в кругах

богемы как блистательный карточный игрок, а любимым занятием Елены, помимо коммерции, был бридж. Их «карточные» встречи постепенно переросли в нечто большее, чем взаимная симпатия, но когда князь Арчил предложил соединить судьбы, осторожная Мадам задумалась. С одной стороны, двадцатилетняя разница в возрасте не в ее пользу, а с другой: как очаровательно будет звучать ее новый титул «княжна Елена», особенно на английском — **Princess...** Прежде чем произнести «да», она наняла бригаду юристов, тщательно проверившую подлинность родословной князя и подготовившую брачный контракт, в котором содержался странный на первый взгляд (с учетом соотношения возрастов) пункт: все деньги мужа в случае его смерти возвращаются вдове. Жизнь подтвердила, что Елена оказалась провидицей.

С удвоенной энергией «княжеская чета» принялась за дело. Почти за двадцать лет супружества их косметическая держава выросла и окрепла, сокрушая конкурентов. Еще перед Второй мировой войной были открыты салоны в Буэнос-Айресе, Риме и Торонто. Сразу после освобождения Европы от нацизма в еще непривычно тихом Париже и разрушенном бомбардировками Лондоне возродились ее чудо-офисы. По инициативе Арчила в Нью-Йорке на 5-й авеню заявил о себе «Дом Гоурелли», царство мужской элегантности. Все, от белья, костюмов и галстуков до тончайшей парфюмерии, доказывало, что и сильная часть человечества тоже имеет право на милые «слабости», если о них заботятся профессионалы. Продукция фирмы Рубинштейн продавалась уже в ста странах мира.

Два несчастья постигли ее одно за другим. В 1956 году от сердечного приступа скончался верный Арчил, а через два года не выжил после автомобильной аварии сын Гораций, ее любовь и деловая надежда. Горе было огромным, но не убило ее. Спасение Елена нашла в работе и в давней страсти — путешествиях. В сопровождении секретаря, какой-либо из многочисленных племянниц и медсестры (Мадам приближалась к девяностолетию!) она прокладывала все новые маршруты: Гонконг, Новая Зеландия, Япония. Дважды посетила Израиль, где работала ее парфюмерная фабрика; была принята Бен-Гурионом и Голдой Меир. Ее гордостью был построенный в Тель-Авиве в качестве дара павильон современного искусства с коллекцией картин и уникальным собранием полутора десятков миниатюрных комнат-макетов, представляющих быт и утварь разных эпох.

Летом 1959 года госдепартамент предложил Елене Рубинштейн представлять косметическую промышленность на Американской национальной выставке в Москве. Она догадывалась, что постоянный коммерческий успех в этой все еще полузакрытой для Запада стране сомнителен, но приглашение без раздумий приняла: престижно, да и далекая Россия

оставалась на пестрой карте ее путешествий белым пятном. Во главе группы из восьми человек, включавшей русскоговорящих девушек-косметологов, Мадам отправилась в путь. Первая осечка произошла на советской таможне, когда их паспорта и авиабилеты были отобраны, словно у непрошенных гостей. Вторая случилась через час: выяснилось, что ее команду развели, поселив в разных гостиницах. Неудобство осложнялось еще тем, что допотопная телефонная связь через оператора требовала присутствия переводчика, которого, как назло, в нужный момент не оказалось под рукой. Но Мадам решила не обращать внимания на эти «мелочи». Отказавшись от участия в официальных приемах, она целые дни проводила на выставке, общаясь с толпами зачарованных москвичек, запрудивших ее павильон. Как-то к ней приблизилась миловидная женщина средних лет и взволнованно прошептала, оглядываясь по сторонам: «Я — кузина Арчила Гоурелли! Пришла, чтобы увидеть вас и пожелать успеха». И тут же исчезла в толпе. Может быть, ради этого мгновения и стоило преодолеть тысячи миль.

Постепенно Мадам обступали болезни, в сражениях с которыми она не всегда одерживала победы, но ни на час ни упускала нити управления своим королевством, насчитывающим более тридцати тысяч подданных и принесшим ей состояние, оценивающееся в более чем сто пятьдесят миллионов долларов. Часто совещания ее администрации проходили прямо в роскошной спальне, где на огромной кровати, принадлежавшей когда-то французской императрице, в скромном пенюаре возлежала княжна Елена. Только самые приближенные знали, что под этой знаменитой кроватью покоится стальной сейф со всеми драгоценностями. За год до ее кончины (1965) на первых полосах газет появилось сообщение о попытке ограбления дома Мадам Рубинштейн. Утром, незадолго до начала традиционного совещания, три грабителя под видом разносчиков цветов вошли в дом, связали дворецкого и двух растерявшихся слуг и ворвались в спальню, где застали хозяйку лежащей в постели и просматривающей «Нью-Йорк таймс». «Ключи от сейфа!» — грубо потребовал один из них, приставив к ее виску револьвер. «Я старая женщина, — прозвучал спокойный ответ, — вы можете меня убить, но ограбить себя я не позволю».

Пока троица переворачивала спальню вверх дном, Мадам незаметно открыла сумочку, прикрытую газетой и, вынув из нее ключи, спрятала их под пенюаром на груди. Воры приподняли хрупкое тело, перенесли в кресло и связали простынями. Обнаружив сумочку, они высыпали ее содержимое на одеяло, но ничего, кроме ста долларов, не обнаружили. В эту минуту Мадам подняла такой крик, что им не оставалось ничего иного, как бежать со скудным уловом. Прибывшим полисменам и репортерам

стойкая леди, переодевшаяся в строгое платье, с аккуратным, известным всей стране черным шиньоном, без тени переживаний на лице игриво показывала то место на груди, где ей удалось спрятать ключи.

В мемуарах ее личного секретаря приводится такой диалог. «Страхитесь ли вы смерти, Мадам?» — спросил он ее. «Теперь — ни в малейшей степени. Раньше я боялась. Но я слишком долго ждала. Это, должно быть, интересный опыт». На завтра она скончалась. Мимо гроба Елены Рубинштейн прошли шесть тысяч человек. Кто знает, сколько среди них было женщин, которых она сделала хоть чуточку прекраснее и счастливее?



## ДЭВИД САРНОВ — ИММИГРАНТ, БИЗНЕСМЕН, ГЕНЕРАЛ

Этот человек стал легендой еще при жизни. И не только потому, что он, простолюдин, да еще и «чужак», осуществил хрестоматийную мечту каждого — вырвался из бедности в манящие высоты успеха, карьеры, могущества. В массовом сознании имя Сарнова по справедливости соединилось с двумя главными его детищами, вошедшими в каждый дом и навсегда занявшими там свое место: с радио и телевидением. Он был самым высокооплачиваемым руководителем целой отрасли индустрии и не стал миллионером (хотя по нынешнему курсу доллара вполне мог считаться таковым) только потому, что ставил перед собой иную цель — сделать миллиардером свою компанию, в которую он пришел юношей, а через шестьдесят лет ушел в отставку с высшего поста. Его боготворили друзья, побаивались сотрудники, уважали противники. Его называли пророком, чьи научные и коммерческие предсказания неизменно сбывались. Он был знаком со всеми современными ему президентами, от Гувера до Никсона, а с некоторыми из них даже дружен. Дэвид Сарнов честно служил этой стране, некогда принявшей его, девятилетнего испуганного мальчишку, не знавшего ни единого английского слова, и зорко оценившей его талант.

...В 1891 году, когда в небольшом местечке Узляны под Минском, у Абрама и Леи Сарновых родился сын Давид, царские погромы в Белоруссии набрали полную силу. Они заставили главу семьи, маляра-бедняка, задуматься над будущим своих трех детей. Через пять лет он отправился на поиски счастья в Америку, оставив домочадцев в ожидании денег на



*Дэвид Сарнов*

билеты. Абраму, не отличавшемуся крепким здоровьем, потребовалось долгих четыре года, чтобы скопить немалую по тем временам сумму — 144 доллара, стоимость четырех мест самого дешевого класса на океанском пароходе. И все это время мальчик не видел не только отца, но и мать с братьями, поскольку Лея, думая о хлебе насущном, послала его в ученики к своему дяде-раввину, возглавлявшему крохотную хасидскую общину в поселении за двести километров от Узлян. От субботы до субботы, от восхода до захода солнца Давид сидел в синагоге над фолиантами Талмуда и обязан был ежедневно запоминать не менее двух тысяч слов из текстов пророков. И если не получалось, его питание, и без того скудное, в этот день могло еще уменьшиться.

Спустя много лет Сарнов, вспоминая детство, лишенное ребячьих радостей, скажет, что в одном отношении эта религиозная муштра помогла ему — в выработке строгой самодисциплины. И еще один эпизод остался в его памяти навсегда. В 1900 году, собравшись в изгнание, Сарновы в Минске ждали поезда до портовой Либавы. И здесь, спрятавшись за вокзальными стенами, они стали свидетелями страшной расправы конных погромщиков над небольшой толпой евреев, женщин с детьми, доведенных до отчаяния и вышедших с протестом на улицу.

В Ливерпуле была последняя пересадка, где случилось, на первый взгляд, пустяковое, но на самом деле значительное происшествие. Стоя на палубе и наблюдая за погрузкой, Давид внезапно увидел, как их соломенная корзина с кошерной едой, тщательно приготовленная матерью для долгого путешествия, вместе со всем багажом опустилась в грузовой трюм. Не мешкая, мальчик «нырнул» в открытый проем и, пролетев несколько метров, приземлился, по счастью, на груды мешков. Увидевший это потрясенный матрос вытащил на веревке дрожавшего героя, прижавшего к себе корзину, и воскликнул: «А ты, парень, как будто готов к жизни в Америке!»

Разумеется, он еще будет учиться жизни в новой стране, а пока Нью-Йорк открылся ему теснотой и нищетой «ист-сайдского гетто». Двадцатый век уже чудодействовал, сверкая электрофонарями центральных улиц, позванивая трамваями, сменяющими конные упряжки, пугая прохожих редкими автомобилями, маня душистыми залами первых кинотеатров... А в тесной квартирке Сарновых всегда под рукой были свечи — часто не хватало двадцатипятицентовой монеты для газового счетчика. Здоровье отца ухудшалось с каждым днем, и школьник Дэвид (так теперь произносилось его имя) стал главным семейным добытчиком. Он вставал в четыре утра, чтобы до школы успеть разнести утренний выпуск *Jewish Morning Journal* или сбегать по поручениям хозяина мясной лавки. В местной синагоге мальчик подрабатывал в хоре, что давало дополнительно

полтора доллара в неделю, да еще бесплатный обед на свадьбах и прочих торжествах. В 1906 году умер отец, и продолжение школьного образования отошло в область несбыточного.

Незадолго до ухода Дэвида из школы на уроке литературы случилось неожиданное. Темой занятия был шекспировский «Венецианский купец», и учитель, довольно сухо изложив сюжет пьесы, внезапно оживился, перейдя к образу чудовища-ростовщика Шейлока. «Шекспир был великим знатоком национальных характеров, — с пафосом воскликнул он. — И создал образ типичнейшего еврея на все времена. Шейлоки и сейчас живут среди нас. Когда вы, чудесные христианские мальчишки, играя на улице, случайно заденете вонючую тележку этого бородатого коробейника, то хлопот не оберетесь — он тут же начнет орать, требуя полицейского». Кровь прихлынула к лицу Дэвида, перед глазами проплыли сцены минской расправы. Он вскочил и срывающимся голосом бросил учителю: «Вы учите антисемитизму!» «Вон из класса!» — закричал взбешенный шекспировед.

Их «беседа» продолжилась в кабинете директора, пытавшегося мирно завершить дело. Учитель и слышать больше не хотел о «наглеце Сарнове». Дэвид, разносчик газет, верил в могущество прессы: «Я думаю, — вставил он, — еврейским газетам будет интересно узнать, что творится в нашей школе». Чело директора омрачилось раздумьем: «Возвращаясь в класс, Дэвид». «Тогда уволюсь я!» — взвизгнул учитель. Реплика директора была твердой: «Считайте, что ваше заявление подписано». Дэвид праздновал свою маленькую победу, он учился жить в Америке. Спустя много лет успешный бизнесмен Сарнов, оказавшись по делам в банке, узнал в старом чиновнике своего обидчика и обратился к нему: «А ведь вы должны быть мне безмерно благодарны. Если бы не я, вы бы до сих пор занимались не подходящим для вас школьным делом».

Однажды пятнадцатилетний Дэвид, облаченный в единственный приличный пиджак, в поисках постоянного занятия оказался на Бродвее в роскошном вестибюле газеты *Herald* и поинтересовался у клерка — нет ли для него какой работы. Из-за соседней двери раздавалось непрерывное постукивание телеграфного ключа. «Не знаю, как в редакции, — пожал плечами сотрудник, — а в нашем агентстве новостей требуется курьер. Пять долларов в неделю и десять центов за каждый час переработки». На завтра юноша в униформе «въехал» на велосипеде в приоткрывшиеся ворота, за которыми лежала его долгая дорога к самым вершинам индустрии связи. Все свободное от поручений время он проводил в обществе телеграфистов, жадно впитывая их опыт. На первые же деньги были куплены учебники по электричеству, справочник по азбуке Морзе и собственный телеграфный ключ, который станет его талисманом на всю жизнь: в каких

бы кабинетах, скромных или фешенебельных, ему не придется отныне восседать, неуклюжее двухдолларовое приспособление всегда будет стоять на его письменном столе.

Всего через несколько месяцев Дэвиду пришлось уволиться. Подоспели еврейские праздники, и он попросил три свободных дня: не мог подвести синагогальный хор, где продолжал подрабатывать. Горечь отказа смягчил новый приятель, обучавший его телеграфным премудростям. Он сообщил, что по соседству, в небольшом филиале европейской фирмы «Marconi Wireless Telegraph», требуется оператор. Какое везение! Кто же тогда не слышал имя Гульермо Маркони, изобретателя, всего пять лет назад первым в мире осуществившего четкую передачу радиосигнала через Атлантику, из Англии в канадский Ньюфаундленд. День 30 сентября 1906 года, когда Сарнов был принят в компанию, в которой, несмотря на смену названий и адресов, проработал непрерывно шесть десятков лет, станет после занятия им поста президента (1930) «фирменным праздником». Небывалый случай в истории бизнеса: каждые пять лет служащие и высокие гости будут собираться на торжество не по поводу дня рождения самой компании или ее основателя, а порадоваться очередной круглой дате приема на работу юного ученика радиооператора.

В первый же год Дэвид был представлен мэтру и выделен им за усердие и мастерство. Хотя эти два человека были в разных «весовых» категориях, между ними возникли многолетние дружеские отношения. В дальнейшем во всех своих офисах Сарнов неизменно укреплял на стене два портрета: один — Маркони с теплой надписью, а другой — Авраама Линкольна, жизненный путь которого, от мальчика, выросшего на бедной провинциальной ферме, до президента страны, занимал его воображение.

Побежали годы, заполненные увлеченностью чудом двадцатого века — радио. Устройства дальней связи стали устанавливаться на кораблях, а станции покрупнее фирма Маркони оборудовала на прибрежных к Массачусетсу островах. Дэвид стал незаменимым — никто лучше него не знал технических тонкостей нового дела. С энергией молодости он соглашался на любое назначение: обслуживал радиорубки, ревизовал островные установки, участвовал как морской радиооператор в полной опасностей и романтики экспедиции в Арктику, отправившейся на ловлю тюленей. Когда нужно было пройти вечерний курс электротехнического факультета института Пратта в Бруклине, Сарнов сам попросился на дневные радиодожурства в крупнейшем магазине одежды богача Уонамейкера, который решил оборудовать на крыше универмага станцию постоянной связи со своим отделением в Филадельфии. Вот здесь-то в 1912 году и наступил звездный час Дэвида Сарнова.

14 апреля он, как обычно, прослушивал эфир и вдруг в рутинном потоке точек и тире разобрал слабый сигнал: «Корабль “Титаник” столкнулся с айсбергом. Быстро тонет». Это было радиосообщение с судна, оказавшегося в зоне бедствия, за тысячу четыреста миль от Нью-Йорка, и начавшего операцию по спасению «Титаника». Произошла самая крупная катастрофа в истории мореплавания: объявленный непотопляемым огромный лайнер с более чем двумя тысячами человек на борту в течение трех часов ушел на дно, унося жизни полутора тысяч пассажиров и команды. Спасение оставшихся на поверхности продолжалось трое суток, и все это время Дэвид не снимал наушников, записывая имена переживших трагедию и передавая их прессе. Мир затаил дыхание в ожидании новостей. Толпы репортеров, родственников и друзей пассажиров «Титаника» осаждали универмаг, и полиция приходилось сдерживать их. Из Белого дома последовало распоряжение президента У. Тафта, чтобы все остальные радиостанции прекратили работу, не создавая помех одинокой вахте оператора Сарнова. В течение трех дней это имя стало известно всей стране.

Случившееся имело несколько последствий. Прежде всего, стало очевидным, что радио вылезло из пеленок первооткрывательства, его технические возможности властно заявили о себе. Престиж самого Маркони и его изобретений поднялся невероятно. Над крышами домов вырос лес антенн, тысячи радиолюбителей, вдохновленные удачей Сарнова, бессонными ночами вслушивались в звуки небесных сфер, «выстукивая» послания друг другу. А «счастливчик» Дэвид, в свою очередь, прищипорил нетерпеливого коня своей карьеры. Через два месяца он — инспектор радиостанций на судах гавани Нью-Йорка, а спустя еще год Маркони доверяет ему должности главного советника компании по контролю за действенностью коммуникаций и инструктора в школе радиомастерства. И уже на этом раннем этапе в полной мере проявляется его талант прогнозиста и генератора идей.

Едва Сарнов стал соучастником разгадок радиоэфира, его захватил замысел дистанционной трансляции голоса и музыки, словом, всего того, что мы привыкли называть звуковыми передачами. В 1915 году он составил документ, назвав его несколько патетически «Меморандум», в котором содержалось описание «радиомузыкального ящика», предтечи домашнего радиоприемника, со всеми подробностями его устройства, вплоть до ручек или кнопок переключения диапазонов волн. Будучи убежденным, что «ящик» вскоре станет принадлежностью каждого американского дома, Дэвид, помимо просветительно-информационных доводов, привел простые расчеты: «Если считать, что только в одних США 15 миллионов семей, и лишь миллион из них (то есть всего семь процентов) купят приемник по цене 75 долларов, то доход от продажи составит 75 миллионов».

Однако нашлось немало скептиков, и «Меморандум» неосмотрительно отложили до лучших времен. А тут еще подоспело вступление Америки в Первую мировую войну (1917), во время которой оборудование заводов Маркони нашло военное применение, причем не только для океанских судов, но и зарождавшейся авиации. И душой всех переговоров между промышленниками, правительством и военными был новый коммерческий директор, дипломатичный и настойчивый, остро мыслящий и находчивый Дэвид Сарнов. Его деловой талант по достоинству оценил тогдашний помощник морского министра Франклин Рузвельт, не забывавший потом о ярком бизнесмене и во времена своего президентства. Когда США еще размышляли над своим участием в схватке держав, на европейском континенте война уже разворачивалась. Дэвида как-то пригласили для беседы с русским генералом, прибывшим в Нью-Йорк во главе военной миссии для закупки радиооборудования. Проникшись симпатией к толковому американцу, довольный коммерческим результатом генерал предложил ему вместе поехать в Россию для наблюдения за монтажом. Сарнов улыбнулся: «Вы, наверное, не знаете, что я родился в вашей стране и ребенком эмигрировал?» Благостное выражение генеральского лица мгновенно изменилось: «В таком случае я вынужден буду арестовать вас, как только вы пересечете границу, — за уклонение от военной службы. По закону России вы — дезертир».

1917 год ознаменовался и личным событием: 4 июля, в национальный День независимости, Дэвид, как он позднее шутил, утратил свою независимость: его женой стала очаровательная Лизетта Герман, недавно приехавшая с семьей из Парижа. Если справедливо, что браки заключаются на небесах, то в этом случае решающее событие произошло в наиболее близком к Богу помещении — в синагоге, где во время молитвы познакомились Лея Сарнова и мать Лизетты. Двум женщинам стало ясно — их дети созданы друг для друга, а те, едва познакомившись, сразу же согласились с матерями.

Между тем послевоенной радиопромышленности, добившейся уверенного приема звука, стали тесны рамки пусть знаменитой, но небольшой фирмы. Первыми это осознали такие гиганты, как «General Electric»

и «Westinghouse», купившие акции детища Маркони, и в 1919 году на небосклоне американского бизнеса возшла одна из самых ярких звезд с аббревиатурой «RCA» (Radio Corporation of America) во главе с президентом Оуэном Янгом (довольно

известным предпринимателем) и главным менеджером Сарновым. Лучшего бизнес-дуэта и придумать было нельзя. Чтобы дать толчок строительству радиотрансляторов и начавшейся продаже домашних «ящичков»,



Дэвид решился на сильный рекламный ход. В 1921 году он организовал первый в мире спортивный радиорепортаж о боксерском матче на первенство мира между тяжеловесами Жоржем Карпентье (Франция) и Джеком Демпси (США).

Но прежде чем в эфире прозвучали слова комментатора (на какое-то время он станет самым популярным в Америке лицом) и десятки тысяч болельщиков приникли к неуклюжим звуковым раструбам, нужно было при содействии Рузвельта арендовать у флота мощный передатчик, установить в арендованных клубах и кинотеатрах коллективные приемники, расставить на линиях связистов. Всем этим ведал неистовый Сарнов. Успех трансляции был невероятным. И дело было даже не в том, что американец нокаутировал француза в четвертом раунде, и это вызвало одновременный всплеск патриотических эмоций в радиусе 500 миль (максимум устойчивого приема в тот день). Важно было, что Сарнов «нокаутировал» не веривших в новшество, открыв эпоху массового использования изобретения, определившего повседневный быт каждого. А ведь среди скептиков был даже Герберт Уэллс, которому на сей раз изменило научное предвидение: он презрительно назвал радио преходящим увлечением, а радиостанции — беседующими с «фантомной армией несуществующих слушателей».

Шли годы, деревянные и стальные радиовышки становились приметой городского пейзажа. Росла продажа домашних приемников, оставив далеко позади те цифры, которые Дэвид когда-то предсказал. Исследовательские службы RCA, созданные по инициативе Сарнова, реализовали множество его замыслов: соединение в одном покупательском блоке радио с фонографом, известным в Европе как граммофон или патефон; мини-модели приемников для автомашин; опытные радиотелефоны; соединение звука с кинолентой, после чего «Великий немой» заговорил. И все же главной его заботой оставалось создание разветвленной просветительской радиосети. В 1926 году Сарнов возглавил дочернюю организацию RCA, назвав ее National Broadcasting Company (NBC). Слово «national» в названии не было амбициозным, оно точно отвечало масштабу нового дела. Его адресом была вся страна. Дэвид сам следил за составлением программ, приглашением дикторов, актеров, лекторов. Многое было в новинку, от утренней гимнастики до президентских радиодebатов (Гувер — Смит), от трансляций спектаклей прямо из Метрополитен Опера до водеvilных шоу.

Предметом его особой гордости в 30-х годах было согласие на сотрудничество великого дирижера столетия Артуро Тосканини. Тот уже работал до этого с лучшими оркестрами Америки, но то ли несносность характера, то ли сверхтребовательность вынудили маэстро вернуться в Милан. Здесь его и отыскал посланник Сарнова. Не действовали никакие уговоры, пока



не пришла депеша из Нью-Йорка, что специально для дирижера создан симфонический оркестр NBC из ста лучших музыкантов, который готов издалека приветствовать своего будущего руководителя. Прослушав радиотрансляцию, Тосканини заметил: «Оркестр действительно неплох, но первый кларнет допустил фальшь». И это за три тысячи миль! Ничего не оставалось, как лететь репетировать с незадачливым кларнетистом. Впрочем, не исключено, что главной причиной возвращения стала ненависть дирижера к фашистскому режиму Муссолини. Целых семнадцать лет продолжалась незабываемая эпоха Тосканини на американском радио.

Количество наград, почетных званий и дипломов, полученных Сарновым за долгую жизнь, не поддается строгому учету. Но одним титулом он дорожил особо — «Отец американского телевидения». И было это вовсе не фигуральным словосочетанием, придуманным журналистами. Именно так в свое время оценила его вклад в эту отрасль Всеамериканская телевизионная ассоциация. Еще на самой заре экспериментов с дистанционной передачей изображения Дэвиду стали ясны безграничные перспективы научного новшества. Он привлек к совместной работе блистательного ученого, тоже российского иммигранта Владимира Зворыкина, чье изобретение — «иконоскоп» (1923) — стало сердцевиной телевизионной системы. Намного опередив конкурентов, как отечественных, так и зарубежных, RCA в павильоне на Всемирной выставке в Нью-Йорке весной 1939 года провела первую публичную демонстрацию телевизионного вещания и устами своего президента Сарнова, выступившего перед телекамерами NBC, объявила: «Сегодня начинается отсчет новой эпохи. Мы добавили к звуку изображение и надеемся, что это станет факелом надежды в нашем беспокойном мире».

Всего через несколько месяцев беспокойный мир был взорван войной. Заводы и лаборатории корпорации Сарнова перестроились на миллиардные военные заказы. Армия стала получать электронные устройства самонаведения авиационных и морских ракет, радионавигационные системы, радарное оборудование. В марте 1944 года полковник запаса войск связи Дэвид Сарнов получил приказ прибыть в Лондон. Там всю шла подготовка к вторжению на французское побережье. Главнокомандующий союзными армиями генерал Дуайт Эйзенхауэр назначил его своим помощником, отвечающим за надежность всех коммуникаций. Имелась в виду не только войсковая связь, но и трансатлантическая — с Белым домом и всей страной. Дэвид успевал повсюду: главная штаб-квартира, подразделения связистов, лондонские кабинеты Черчилля и де Голля. И когда 6 июня наступил знаменитый «День Д», участок Сарнова действовал безукоризненно, вызвав восхищение командования. А дальше был Париж, где буквально в считанные дни он помог восстановлению Национального



радио Франции, были инспекционные миссии в Рим, Северную Африку... Его возвращение в США совпало с торжеством 25-летия RCA в огромном зале «Уолдорф-Астории». За личным посланием Ф. Рузвельта последовало сообщение о присуждении ему Сенатом звания бригадного генерала. Честолюбие никогда не было чуждо Сарнову, и с этого момента он всегда будет ставить перед своей подписью новый титул. Лыстецы знали, что их сугубо цивильные письма к нему нелишне начинать обращением «Господин генерал!» Но самым трогательным моментом того торжественного вечера был телефонный звонок с военной базы на Тихом океане, где служил морским лейтенантом его старший сын Роберт. Впрочем, два его других сына тоже были в войсках, а Лизетта в военные годы работала в госпитале Красного креста.

В 50-е годы RCA, переселившаяся в 70-этажный небоскреб в Рокфеллер-центре, вошла в число самых процветающих компаний страны. Ее состояние приближалось к полумиллиарду, ежегодные доходы исчислялись десятками миллионов, число служащих достигло 60 тысяч. И снова на рынке детище Сарнова — цветные телевизоры, причем под его руководством была решена непростая инженерно-коммерческая задача их «совместимости» с черно-белыми. «Пионеры» домашнего кино — видеокассеты, продающиеся сегодня в мире миллиардами, — тоже плод его умения видеть перспективу.

Политические пристрастия бизнесмена Сарнова всегда были определенными: ненависть к тоталитаризму, коричневому или красному. Во время пребывания Н. Хрущева в США в его честь был дан частный прием в доме бывшего посла в СССР А. Гарримана. Назавтра журнал *Life* опубликовал сведения об инциденте, свидетелями которого стали тридцать гостей. Сарнов обратился к советскому лидеру: «Без свободы обмена информацией мир существовать не может, и мы не препятствуем здесь никаким русским программам. Почему же ваше правительство не сделает то же самое для американских?» Хрущев даже не попытался сдержать ярость: «Вы хотите вести пропаганду против нас!» «Все, что мы хотим, — был сдержанный ответ, — это сделать так, чтобы наши народы могли так же свободно обмениваться информацией, как их представители делают это сейчас, в этой комнате». Премьер продолжал «кипеть»: «А вы, я вижу, любитель “трудных вопросов”. Знайте, советское правительство никогда не позволит кому-либо из-за рубежа вмешиваться в образование нашей молодежи!» Через несколько дней знаменитый хрущевский ботинок выстукивал дробь в ООН.

...В 1970 году Сарнов передал свое президентское кресло Роберту, а сам с женой уединился в роскошном манхэттенском особняке. Возраст и болезни брали свое. Смерть во сне наступила через год. На траурной

церемонии в синагоге «Emanu-El» нью-йоркский губернатор Нельсон Рокфеллер сказал: «Его гений состоял в том, что, глядя на те же явления, что и другие, он видел больше остальных».

И сегодня три стилизованные буквы **R C A** мы видим в магазинах на корпусах радиоаппаратуры, на ярких коробочках видеокассет. А нажимая на кнопки управления телевизором, можно легко установить телеканал **NBS**, и в углу экрана сразу появится знакомый миллионам символ — радужные лепестки полувцветка. И когда вы увидите эти популярные знаки-аббревиатуры, вспомните, что у их истоков стояла незаурядная личность — Дэвид Сарнов, которому когда-то наблюдательный матрос на палубе эмигрантского парохода сказал: «А ты, парень, готов к жизни в Америке».

## ДОМ, КОТОРЫЙ ПОСТРОИЛ БИЛЛ. РАССКАЗ ОБ УИЛЬЯМЕ ЛЕВИТТЕ

Хорошо известно, что одним из самых древних колен израилевых был род Леви, библейских священнослужителей. От них и происходят современные Левины, Левитины, Левитаны... И Левиты тоже. За столетия «обкатывания» в диаспоре язык добавил в конце этой фамилии еще одно «т», привычно звучащее для английского слуха. Если после этого напоминания открыть карту Большого Нью-Йорка, то на западной оконечности Лонг-Айленда можно обнаружить отнюдь не маленький (55 тысяч населения) город Левиттаун (Levittown). Столь же внушительный город-«тезка» есть и в юго-восточной части штата Пенсильвания. Нечасто, скажем прямо, можно встретить вне Израиля ивритское слово, увековеченное в названии городов. Кто же такой этот Левитт, потомок славного рода, давший свое имя не только американской топонимике, но и американскому образу жизни в виде незаурядного социального явления, знакомого миллионам в этой стране, — «левиттаун»?

Родился Уильям (Билл) Левитт в 1907 году в Бруклине (Нью-Йорк). Его отец Авраам был сыном польских эмигрантов, сумевшим, в отличие от многих выходцев из «ист-сайдского гетто», выучиться и стать адвокатом, специальностью которого были дела о недвижимости. Не в пример отцу Билл не проявлял рвения к наукам, оставив университет на третьем курсе. Он нетерпеливо искал себя в бизнесе, что и произошло в 1929 году, когда впервые заявила о себе семейная строительная компания «Levitt & Sons» во главе с президентом Уильямом Левиттом. Роли были распределены так: младший брат Альфред проектировал дома, Билл занимался



Уильям Левитт

подготовкой производства, финансированием, рекламой и продажей, а глава клана отвечал за подготовку стройучастка. Попутные ветры задули в паруса молодой фирмы. В первые четыре года Левитты построили по индивидуальным проектам шестьсот загородных домов на Лонг-Айленде, в течение следующих семи — еще две тысячи. Но все это были единичные заказы состоятельных покупателей, а бурный темперамент молодого предпринимателя жаждал масштабности.

Первый крупный подряд оказался военным. С началом сражений Второй мировой войны морским силам США срочно понадобилось 2500 сборных домов, и фирма Левиттов четко поставила узлы и детали для них за восемнадцать месяцев. Этот опыт понадобится лейтенанту Биллу Левитту, когда он будет проходить службу в строительных отрядах «Морские пчелы», возводивших аэродромы на островах Тихого океана. Вне вездесущих профсоюзов и завышенных формальностей проектных норм, под прессом только сроков, от которых зависели жизни, — он проходил ускоренные строительные «университеты», которые «гражданка» никогда бы не открыла ему. Война еще не закончилась, а Билл уже точно знал, чем займется в мирной жизни: массовым строительством домов для ее участников. Своим коллегам, таким же «морским пчелам», дюжина которых вскоре последует за ним в будущее, он шутливо повторял:



«Деньги! Их следует выпросить, одолжить, украсть, наконец, и затем — строить и строить!»

Жилищное строительство в США еще со времен Великой депрессии находилось в обозе индустриализации, а к концу войны, когда начали прибывать демобилизованные, ситуация из тяжелой превратилась просто в угрожающую. Вчерашние солдаты, возвращаясь к женам или заводя семьи, не откладывали «в долгий ящик» рождение детей (этому периоду принадлежал самый высокий демографический показатель деторождения за двадцать предшествующих лет). А что же домашнее жилье? В лучшем случае — небольшие арендованные квартиры, в худшем — на несколько ближайших лет проживание вместе с родителями. При совсем безнадежных обстоятельствах использовались даже старые трамваи или «дома» из гофрированных листов железа.

И над каждым вступающим в гражданскую жизнь продолжала витать «американская мечта» о собственном доме! Каждый вечер он встречался

с ее воплощением на телевизионном экране в бесконечных голливудских фильмах: самоуверенный папа, счастливая мама, румяные, послушные дети, посещающие хорошие школы. Вспомним, что самой первой по порядку мечтой среднего американца была автомашина. Материализовал ее промышленный гений Генри Форда, еще в 20-е годы начавшего выпускать дешевый и прочный автомобиль. В формуле массового счастья «car-house» не хватало последнего звена. Этот вакуум и решил заполнить Уильям Левитт.

Как ни банально звучит, но Билл действительно оказался «в нужное время в нужном месте». О послевоенном времени уже сказано. Что же касается «места», то население больших городов, уставшее от ежедневного перенапряжения, суеты и тесноты, потянулось к еще неосвоенным, «тихим» пространствам окрестностей и предместий. Благодаря быстро развивающейся сети дорог и шоссе пригород перестал отпугивать своей некомфортной отдаленностью. Городская Америка стояла на пороге создания своих «спальных районов».

В качестве «полигона» для реализации беспрецедентного замысла Левитт приобрел в 1947 году огромное картофельное поле (400 гектаров) у городка Хемстэд (Лонг-Айленд), всего в двадцати милях от Манхэттена. На чертежах появилась сетка будущих улиц с кварталами одинаковых прямоугольников-домов. Вместе с братом-архитектором они решили, что семейный дом должен быть прост в изготовлении, удобен и дешев. Выбор пал на компактный одноэтажный коттедж, выполненный в так называемом новоанглийском колониальном стиле «Кейп-Код», по названию полуострова в Массачусетсе, где когда-то появились непритязательные жилища пуритан-эмигрантов.

Нынче от непритязательности остался только ностальгический силуэт. Площадь участка составляла 600 кв. метров (памятные советские шесть соток!), и на нем, занимая 12 процентов земли, размещался одноэтажный дом с четырьмя комнатами: гостиной (с кухонным блоком), двумя спальнями и ванной. Под двухскатной крышей предусматривалось пространство для мансарды, которую владельцы могли оборудовать по своему усмотрению. Вместе с ключами от дома молодая семья бывшего военнослужащего получала не только отопительное и кухонное оборудование, но также, в качестве стимула, стиральную машину и даже телевизор (середина 40-х годов!).

Перед войной традиционная группа строителей обычно возводила пять-шесть домов в год. Для массового жилищного строительства требовалась принципиально иная философия организации производства. Билл Левитт сформулировал ее в одном слове: конвейер. Он никогда не скрывал, что отправной точкой для него послужил фордовский автомобильный конвейер.

Правда, дом — не машина, его не поставишь на движущуюся ленту с постоянными рабочими местами по обеим сторонам. Значит, люди должны сами двигаться от дома к дому, а в сборочную фабрику пусть превратится маленькая строительная площадка. Левитт с помощниками разбил весь технологический процесс возведения коттеджа на 26 операций, каждую из которых выполняла специализированная бригада. Полы настилала одна, стены устанавливала другая, черепицу клала третья. Маляры были «белыми» и «красными», а персональной задачей одного рабочего, например, являлось всего лишь крепление к полу стиральной машины.

Были сомневавшиеся, считавшие, что монотонность и однообразие процессов не будут способствовать успеху. Левитты-предприниматели без стыдливого камуфляжа отвечали: «Да, вопреки мнению психологов, наши люди ежедневно выполняют одну и ту же работу. Это, конечно, может надоесть. Но их скука вознаграждается хорошим заработком». И в самом деле, оплата труда была высокой, если еще иметь в виду, что с самого начала Уильям отказался от найма квалифицированных работников, он называл их «плотниками с высшим образованием». Для несложных операций ему была нужна не «профессура» с инструментом, а простые рабочие, с которыми он рассчитывался не по часам, а по результату. И еще одну «катеорию трудящихся» он не принимал в компанию — членов профсоюзов. «Я полагаю, — говорил он, — что без них мы можем строить дома быстрее. Возможно, как настаивал Томас Джефферсон, составляя Декларацию независимости, люди рождаются равными, но в жизни они не равны: кто-то из них талантлив, кто-то недостаток таланта компенсирует интенсивной работой, а кто-то и не талантлив, и не трудолюбив. И вот здесь-то возникает профсоюз, деятельность которого можно свести к простейшей идее: защите самого медлительного и самого неэффективного работника».

Строительный конвейер на заасфальтированном картофельном поле был запущен на полную мощность. Тяжелые грузовики с заранее подготовленными для монтажа крупными узлами домов прибывали друг за другом с точностью часового механизма. Интервал между машинами — 200 метров, количество готовых домов за день — 36, за неделю — 180. Сбои исключены. Чтобы система работала надежно, Левитт распроштался с посредниками: а вдруг тамошний профсоюз вздумает объявить забастовку, и тогда внезапная нехватка гвоздей или пиломатериалов приведет к потере доходов. Тринадцать приобретенных гвоздильных машин заработали на огромном запасе металлолома; в далеком Орегоне были куплены тысячи гектаров строительного леса вместе с перерабатывающим заводом.

Уильяму Левитту принадлежит крылатая фраза: «И глупец может построить дома. Главное — сколько их он может продать и доступна ли

цена». Эта формула, явно лукавая в первой части, подчеркивает, что значил для него Покупатель. Стоимость первых домов была определена в сумму 7000 долларов, причем не требовалось никакой предварительной оплаты, лишь возвращаемый стодолларовый залог. (Заметим в скобках, что цена дома соответствовала двух-трехлетней зарплате промышленного рабочего.) На оживленном месте в центре Нью-Йорка Уильям выстроил для обозрения коттедж-образец, а в газете «Нью-Йорк Таймс» дал следующее объявление: «Левиттаун открывает свои двери для вас! Ничего не требуется, кроме ста долларов. Ты — счастливый парень, мистер Ветеран! Дядюшка Сэм и крупнейший в мире строитель дают тебе возможность жить в прелестном доме внутри превосходной общины, не платя за него до седых волос...»

Реклама появилась в понедельник, а во вторник Билл поехал взглянуть на модель. Его встретила очередь из нескольких десятков молодых людей. «Что вы здесь делаете?» — обратился он к одному из них. «Пришел покупать дом Левитта», — ответил тот. «Но продажа откроется в следующий понедельник». Парень пожал плечами: «Не имеет значения». Очередь росла день ото дня. Сами «очередники» поддерживали в ней порядок, чтобы можно было отлучиться, не потеряв места. В очереди постепенно образовывалось некое сообщество будущих близких соседей. Когда в марте 1949 года официально открылась запись, тысяча четыреста договоров было заключено за один день. Замысел лейтенанта-строителя, зародившийся на маленьком тихоокеанском острове, начал осуществляться. За четыре года, с 1947 по 1951-й, было построено 17000 домов, в которых жило 82000 человек. К их услугам были пять школ, плавательные бассейны из расчета один на тысячу жителей, церкви, торговые центры, множество парков. И, конечно же, ни у кого не возникало сомнений, что их из «ничего» появившийся город должен называться не иначе как «Левиттаун» — тем именем, которым он был назван в опубликованном «историческом» газетном объявлении.

Компания «Levitt & Sons» повторила свой успех в конце 50-х годов, создав второй огромный Левиттаун, на сей раз на пригородных землях Филадельфии (штат Пенсильвания). С годами изменился архитектурный стиль домов — вместо скромного «Кейп-Кода» массовой моделью стал более дорогой дом-ранчо. Теперь расчет делался не на «бездомных» ветеранов войны, а на так называемый «средний класс» (middle-class). Левитт любил повторять, что для его покупателя экономическое понятие «капитализм» переводится на уровень персонального восприятия. «Ни один владелец дома с участком, — говорил он, — никогда не станет коммунистом. Он для этого слишком занят». И это была не дежурная дань «маккартизму».

Свой третий проект чудо-города Уильям реализовал в штате Нью-Джерси уже без отца, ушедшего в отставку и вскоре скончавшегося, и без Альфреда, который не выдержал жесткого руководства брата и организовал собственную фирму. В справочниках 60-х годов имя Левитта — в числе самых богатых людей Америки. Он, щедрый филантроп, следуя семейной традиции, жертвует крупные суммы медицинским колледжам и университетам, госпиталям. На особом его попечении — организация «Объединенный еврейский призыв» (United Jewish Appeal), с предвоенных лет оказывающая помощь евреям-эмигрантам во всем мире. Ему принадлежат тридцатикомнатный особняк, роскошная яхта, названная «La belle Simone» по имени жены, и акции крупнейшей телефонно-телеграфной компании. Уильям, разумеется, и не подозревал, что с этих злополучных акций начнется его путь вниз с финансового Олимпа.

Через четыре года после приобретения (1972) их стоимость неожиданно упала на девяносто процентов, образовались невероятные долги. Пытаясь «приподняться», Левитт в течение десяти лет предпринимает несколько попыток вернуться к привычному для него делу, — строить «левиттауны», но не в Соединенных Штатах, где конкуренция молодых неопитов стала непреодолимой, а за границей. Один замысел сменялся другим: Пуэрто-Рико, Венесуэла, Франция, Нигерия, Израиль... И нигде ему не сопутствовал успех. Возможно, американская деловитость плохо приживалась в «чужой» атмосфере. Но и родная почва не помогала. Два неудачных проекта во Флориде в 80-е годы вынудили его выплатить огромные залоговые суммы тысячам несостоявшихся домовладельцев. Уплыла вдаль его яхта под флагом нового хозяина, а главное, уплыла надежда.

Уильям поселился в тихом уединении на Лонг-Айленде. Иногда вечерами, стараясь быть незамеченным, он медленно проезжал по своему первому городу. Живописные кустарники окружали дома, деревья густо разрослись, тенью веток перекрывая улицы. Это были те самые кусты и деревья, на посадке которых он настаивал в своих предписаниях жильцам десятилетия назад. А вот дома, он это с жадностью наблюдал из-за стекла автомашины, не были теми же самими. Уже не одно поколение владельцев на свой вкус внесло изменения в их облик: световые фонари на крышах, пестрая гамма расцветок, веранды, множество непохожих архитектурных деталей, пристроенные гаражи.

Левитт знал, что его бывший маленький коттедж, который он продавал когда-то за семь тысяч долларов, сегодня ценится на рынке жилья в двадцать раз дороже. Вот видно здание городской библиотеки. Его старому сердцу так дорого то, что с наивным патриотизмом собирают здесь энтузиасты: книги, очерки, научные статьи о нем и его «левитта-



унах». Одних докторских диссертаций больше дюжины. Заглянувшему сюда с гордостью сообщат, что Уильям Левитт за свою долгую жизнь построил ни много ни мало сто сорок тысяч домов; что совершенный им переворот в массовом жилищном строительстве дал толчок к перекройке демографической карты Америки; что начиная с 1950 года за последующие четыре десятка лет в восемнадцати из двадцати пяти крупнейших городов уменьшилось население, пригороды же, наоборот, выросли на 68 миллионов, и сегодня большая часть американцев живет вовсе не в городах, а вне их.

Последние годы Левитт тяжело болел и постоянно находился в лонг-айлендском госпитале, в десятке миль от своего любимого создания. Здесь он и скончался от неизлечимой болезни почек в 1994 году в возрасте 86 лет.

...Телевизионная передача из Москвы. Диктор жизнерадостным тоном предваряет сюжет знакомым клише: «В Москве раздаются мирные взрывы». Что же на сей раз взрывают в столице России? Оказывается, пришел смертный час знаменитым хрущевским пятиэтажкам, немедленно по заселении окрещенным «хрущобами». Радость новоселов испарялась не только из-за дьявольской слышимости и теснотищи (на кухне, как в туалете, можно было находиться лишь по очереди, а в коридоре двигаться, соблюдая правила дорожного движения), а потому, что отдельная квартира довольно быстро становилась семейной коммуналкой. Под решение Никитой Хрущевым векового «жилищного вопроса» уже пятьдесят лет назад был подложен бикфордов шнур бесперспективности. Вот и звучат в России «мирные взрывы».

А нью-йоркский Левиттаун в 1997 году торжественно отметил свое пятидесятилетие. Перед юбилейной комиссией стояла только одна трудная задача: как найти владельца нетронутого временем коттеджа «Кейп-Код» (несколько из них еще осталось), согласившегося бы его продать под мемориал. Никто не хотел выезжать!

## ВЕЛИЧИЕ И ПАДЕНИЕ СЕМЕЙСТВА ХЕЛМСЛИ

Ежегодно в осеннем выпуске журнала *Forbes* публикуется список четырехсот богатейших людей Америки — современная «ярмарка тщеславия». Имена выстраиваются строго по ранжиру, в последовательности уменьшения семизначных цифр состояний. В 1996 году, например, в этом помпезном параде на 67-м месте значился Гарри Хелмсли (Harry Helmsley), богатство которого оценено в 1,7 миллиарда долларов и включает несметное количество недвижимости: двадцать семь фешенебельных отелей по всей стране, десятки многоэтажных административных и жилых зданий (более 50 тысяч комфортабельных квартир и даже контроль над Эмпайр стейт билдинг, нью-йоркским небоскребом-символом). Журнал со списком вышел в октябре, а через три месяца 87-летний владелец бетонно-стальной державы умер, оставив безутешную вдову и вновь подогретый интерес публики к семье миллиардера. Его имя в конце 80-х не сходило со страниц газет, скрупулезно освещавших все перипетии скандального судебного процесса, завершившегося тюремным заключением Леоны Хелмсли.

В начале двадцатого столетия нью-йоркский Бронкс представлял собой перенаселенное, отдаленное от городского центра место, жителей которого с натяжкой можно было отнести к слоям среднего класса. Во всяком случае, повода для похвальбы «бронксское» происхождение никак не давало. Здесь в 1909 году в лютеранской семье мелкого торговца мануфактурой Хелмсли родился сын Гарри, чье детство не было отмечено учебными успехами. В шестнадцать лет он окон-



Гарри и Леоны Хелмсли

чил школу и на этом счел свое формальное образование завершенным. Дилемма выбора жизненного пути выглядела так: коммивояжер, как отец, или лендлорд, как дед по материнской линии. И хотя дедушкины владения были более чем скромны, Гарри потянуло к собственности. Впоследствии он вспоминал: «Самый лучший совет, который я когда-либо получил от матери, был прост: “Покупай недвижимость!” И как послушный сын я покупал, покупал и продолжаю покупать».

Его первое место работы — мальчик-порученец за двенадцать долларов в неделю в небольшой брокерской фирме. Она обслуживала беднейшую часть Манхэттена, покупая и перепродавая дома, жильцов которых отличала одна особенность — низкие доходы. Потребовалось совсем немного времени, чтобы Гарри был повышен в должности. Он стал сборщиком квартирной платы, аккуратным и бессердечным. Объяснения, отговорки и даже слезы квартирантов нисколько не трогали его. За внешней улыбчивостью и обходительностью уже тогда, в юности, скрывались жесткость и бескомпромиссность. Работа была небезопасной. За грозным стуком в дверь могла последовать любая неожиданность. Вот почему сборщикам денег даже разрешалось носить пистолеты.

Но кое-какие преимущества у этой службы были: Хелмсли, облизав все улицы и этажи, доподлинно узнал состояние зданий и квартир, что избавило его в дальнейшем от дорогостоящих экспертиз. И еще: эта «боевая разведка» позволяла ему добыть для фирмы важную информацию о домах, владельцы которых, не выплатив банку вовремя заем, лишались своей собственности. Инициативу оценили, и Гарри через несколько лет становится полноправным брокером, а в 1938 году — совладельцем компании, насчитывающей 20 человек. Этот же год был отмечен другой жизненной вехой — женитьбой. Его избранницей стала молодая вдова Ева Шерпик, чей муж погиб в автокатастрофе, а единственный ребенок умер при рождении. Свое непростое прошлое Ева постаралась оставить за пределами скромной брачной церемонии, а с собой взяла наследственные деньги (они-то и помогли супругу внести свой пай совладельца) и религиозные ритуалы квакеров, к общине которых она принадлежала. Лютеранин Хелмсли недолго упорствовал в своих верованиях, сменив их вскоре на внешнюю квакерскую неприязнительность. Более трех десятилетий длился этот безоблачный брачный союз, далекий от публичности и газетного внимания. Единственное, что его омрачало, было отсутствие детей. В ответ на дотошные вопросы Гарри отшучивался: «Мои дети — это мои владения». Казалось, так будет продолжаться всегда, но... Французы в таком случае непременно сказали бы «*Cherchez la femme!*» («Ищите женщину!») и были бы правы. Но об этом, читатель, немного позднее. Ведь до встречи,

которая перевернет его существование, Гарри Хелмсли предстоит еще прожить целых тридцать три года.

Первое собственное здание — 10-этажный дом для конторских помещений на 23-й улице Нижнего Манхэттена — он приобрел в 1936 году, когда из-за неуплаты займа владельцы были на грани краха. Перед принятием решения Гарри часто по утрам стоял перед главным входом, незаметно подсчитывая всех служащих, деля их на количество офисов и прикидывая тем самым будущие доходы. При общей стоимости банковского займа в сто тысяч долларов Хелмсли сумел договориться о первоначальной уплате всего одной тысячи и трех процентов годовых. Строжайшая экономия была наведена им по всем статьям расходов: газ, освещение, зарплата персонала. А главным управляющим он назначил собственного отца, который к тому времени, после тяжелых лет Великой депрессии, был не у дел. Стратегически покупка этого дома была перспективным шагом. Через несколько лет, вскоре после окончания Второй мировой войны, Хелмсли продал его за 165 тысяч долларов.

Слабое с самого детства зрение избавило Гарри от службы в армии, и он успел тщательно подготовиться к послевоенному строительному буму. В 1948 году произошло рубежное для него знакомство с Лоуренсом Вэном, известным в Нью-Йорке адвокатом и экспертом в области недвижимости. Эти двое стали пионерами в создании новшества, получившего название «жилищные синдикаты». Стоимость высотных административных зданий в престижных центральных районах уже тогда была столь значительна, что оказывалась не по карману большинству богачей-одиночек.

Финансовое решение заключалось в объединении нескольких владельцев в одно правление-синдикат. К тому же на подобное новообразование не распространялось суровое налогообложение, державшее в узде корпорации. Доли каждого вкладчика могли существенно различаться, а доходы Хелмсли и Вэна, бывших и брокерами и вкладчиками одновременно, постоянно росли. Роли между партнерами были распределены четко: Гарри искал подходящие здания, Лоуренс — инвесторов. Только за одно десятилетие 50-х годов ими было создано около ста синдикатов с общим количеством совладельцев пятнадцать тысяч.

Имя Хелмсли стало не просто известным, но и популярным в деловом мире. Его блистательная манера вести сложные переговоры, прозорливость и четкость сделались нарицательными. Никаких подписей и бумаг — его слово было гарантом сделки. В 1958 году коллеги объявили его «Мистером Недвижимость», что в бизнесе означало не меньше, чем, например, звание «Мисс Америка» в глазах праздной публики. Но подлинную славу ему принесло приобретение в 1961 году контроля над гордо-

стью нью-йоркцев, самым высоким в то время небоскребом Empire State Building. За тридцать лет с момента возведения здание пережило разные времена. Оно стало «героем» более ста фильмов, из них самый известный — «Кинг-Конг» с приключениями гигантской гориллы, наводившей ужас на город с высшей точки его башни. Реальная жизнь срежиссировала более крутой сюжет.

Туманным июльским утром 1945 года бомбардировщик «Б-25» врезался в 79-й этаж здания, убив четырнадцать человек, но причинив стальному каркасу минимальный ущерб. Перед войной небоскреб с горькой усмешкой называли «Empty (пустой) State Building», поскольку более половины его помещений оставались свободными. Через двадцать лет синдикат с тремя тысячами инвесторов, созданный усилиями Хелмсли и Вэна, приобрел здание, уплатив рекордную сумму — восемьдесят пять миллионов долларов. В рабочем кабинете Гарри всегда стояло несколько миниатюрных копий небоскреба, а гостей он любил подводить к окну, откуда открывалась впечатляющая панорама Манхэттена, и, обводя пальцем по кругу, приговаривал: «Я могу производить инвентаризацию моей собственности, не сходя с этого места».

Справедливость столь гордого заявления была неполной, ибо оно касалось лишь Нью-Йорка, где городской ландшафт действительно невозможно представить без архитектурных силуэтов десятков его зданий-башен, начиная от исторического Battery Park с видом на статую Свободы и «ущелья» Уолл-стрит до... список занял бы несколько абзацев. Однако финансовые аппетиты Хелмсли не ограничивались Атлантическим берегом. Его компания, выросшая до полутысячи сотрудников, владела небоскребами в Чикаго, Лос-Анджелесе и Сан-Франциско. Так что для полной «инвентаризации» потребовалась бы аэрофотосъемка.

Была еще одна область строительного бизнеса, в которой Гарри Хелмсли стал первооткрывателем. И называлась она «жилищные кооперативы», или, по принятой сегодня терминологии, «кондоминиумы». В июле 1968 года он впервые объявил о приобретении синдикатом из шести совладельцев огромного жилого комплекса Паркчестер (Parkchester), расположенного в восточном Бронксе, за астрономическую сумму девяносто миллионов. Это был своеобразный город внутри города: 58 многоэтажных зданий с общим числом квартир 12 тысяч, собственный торговый центр, детские площадки, кинотеатр, почтовое отделение. 40 тысяч жильцов, в основном средних служащих, платили умеренную квартплату от 100 до 165 долларов в месяц в зависимости от числа комнат и не помышляли ни о каких перемещениях, которые чаще всего ведут к худшему. Так оказалось и на этот раз.

Хелмсли задумал превратить съемщиков жилых помещений в их владельцев, ловко играя на вековой американской мечте о собственности.

Он объявил о продаже квартир на льготных условиях всем жильцам, но на принятие решения давал им три месяца. По истечении этого срока помещения попадали на «внешний» рынок. Гарри хорошо просчитал все статьи дохода. Если бы все шло по его плану, общая выручка от продажи с учетом оплаты будущими владельцами общих эксплуатационных расходов во много раз превысила бы стоимость покупки комплекса. Но он не учел одного фактора: стойкости сопротивления людей, когда им нечего терять. Среди жильцов Паркчестера более трети составляли пенсионеры, которым приобретение квартир было не по карману. Да и среди служивого народа далеко не все были готовы к покупке недвижимости. Появились активисты-лидеры, возглавившие стихийный протест. Пикетчики у дома Хелмсли размахивали плакатами «Кондоминиумы не для пенсионеров!», «Гарри, прекратите грабить нас!»

Уличный шум, разумеется, был неприятен, но гораздо более неприятными стали многолетние судебные процессы, в которых попеременно побеждал то «простой человек», то лендлорд. В итоге всем распорядилась сама жизнь. Значительная часть комплекса стала кооперативной, и постепенно к ней добавлялись квартиры, находившиеся под так называемым «ренд-контролем»: пожилым жильцам в силу естественных причин, увы, пришлось их освободить. Приобретенный нелегкий опыт «борьбы с населением» позволил Гарри сравнительно безболезненно перевести еще несколько жилых громад в кондоминиумы, но одна крупная осечка все же случилась. В сердце Манхэттена, рядом со зданием ООН, уже много десятилетий мирно существовал район, известный под названием Tudor City. В тринадцати многоэтажных домах из красного кирпича жили-поживали семь с половиной тысяч обитателей, в основном «белых воротничков», а между домами шелестели травой и листвой два замечательных парка, два зеленых острова-оазиса.

Когда Хелмсли в начале 70-х приобрел этот район за каких-нибудь 36 миллионов, он сразу же объявил, что на месте «пустых» парков, ничего, кроме больших расходов по земельной ренте, не приносящих, построит два новых высотных корпуса с современными квартирами. Решительно обнес зеленъ заборами, и бульдозеры приготовились к схватке с землей. И тут жильцы, взявшись за руки, встали на их пути. Вызванная собственником полиция ничего не могла поделать. Во время долгих судебных разбирательств обсуждалось непростое противоречие между правом на частную собственность и правом на свободу дышать свежим воздухом. И лишь когда адвокаты додумались подсказать разгневанным съемщикам не вносить квартплату в полном размере, если их «зеленое удобство» будет уничтожено, Хелмсли отступил. Он редко продавал приобретенное, но Tudor City в конце концов обрел нового владельца.

Следующий эпизод во внешне лишенной сенсаций биографии «Мистера Недвижимость» можно отнести к судьбоносным, и здесь не будет преувеличения. В одном из многих его офисов-филиалов ряд лет работала энергичная привлекательная женщина и успешный брокер Леона Робертс. За плечами у нее была бурная жизнь, важные детали которой до сих пор остаются непроясненными, начиная с противоречий в дате рождения. Примем на веру последний, «одобренный» ею вариант, чтобы сообщить, что в 1920 году в многодетной нью-йоркской семье польских эмигрантов Розенталей родилась дочь Лена, рано переименованная на американизированное Леона. Отец был рабочим-шляпником, а мать, по признаниям дочери, — домашним тираном. Семья переезжала из одного бедного района в другой, менялись школы и колледжи, ни один из которых она, вопреки ее утверждениям, так и не окончила. Во всяком случае в учебных архивах не сохранилось никакого выпускного документа или фотографии с именем Лены Розенталь или Леоны Робертс (так она придумала себя называть изыщества ради).

В восемнадцать лет она вышла замуж за адвоката Лео Панцирера. Довольно скоро этот брак распался, оставив «след» в виде маленького Джея, единственного существа на свете, к которому Леона испытывала привязанность, являвшую собой смесь материнства и собственничества. Второе замужество в юридическом аспекте было уникальным: с торговцем одеждой Иосифом Любиным она прожила пять разрушительных для обоих лет, развелась, через год снова зарегистрировала с ним брак, а затем молниеносно и окончательно этот странный союз разорвала. В промежутках между замужествами она работала рекламной моделью сигарет «Честер-филд», правда, и это ее утверждение, претендующее на имидж элгантности, не находит подтверждения ни в одном фотожурнальном архиве того времени. А вот что совершенно очевидно, так это ее пристрастие к курению: долгие годы ее норма была три пачки в день. Чем же было заняться уже не юной даме, без образования и опыта, но с нереализованными амбициями? Кто-то подсказал — рынок недвижимости! Так она и поступила, заняв вскоре на этом рынке заметное место.

Итак, в 1972 году шестидесятисемилетний мультимиллионер Гарри Хелмсли и пятидесятидвухлетняя сотрудница его брокерской фирмы Леона Робертс повстречались. Счастливый случай? Не совсем. Она уже давно подталкивала этот «случай», прося коллег представить ее шефу. Если для юных сердец подобная ситуация называется «любовь с первого взгляда», то применительно к пожилому джентльмену ее правильнее было назвать ослеплением. Его тихая, незаметная жена Ева оказалась полной противоположностью этой яркой, вызывающей, вихревой женщине. Бездетная Ева покорно отошла в сторону, и сам развод прошел так же тихо

и незаметно, как вся его долгая жизнь с ней. Новая миссис Хелмсли была торжественно возведена на престол.

И сразу в королевстве начались перемены. Прежде всего они коснулись ее парадной части — роскошных отелей. Гарри и прежде время от времени приобретал их, например «St. Moritz», рядом с южными воротами Центрального парка. Но Леона, назначенная президентом всего гостиничного подразделения компании, взяла под свой личный контроль переоборудование старых отелей и строительство новых, ставших самым престижным местом ночлега толстосумов со всех концов света. Филиппинская чета Маркос, например, любила останавливаться здесь, платя в сутки за номер, как если бы это была пещера Алладина, — 1800 долларов. Ранее квакер Гарри никогда не приколачивал таблички с именем своих владений. Нынче аршинные светящиеся буквы «HELMSLY» сияли над входом в отели на Мэдисон авеню или на 42-й улице. В 1981 году была открыта фешенебельная гостиница «Harley», в названии которой госпожа президентша находчиво соединила два имени «Harry» и «Leona». Стены каждого номера украшали портреты владелицы в нарядах от лучших кутюрье, а на журнальных столиках посверкивали гляncем карточные колоды, в которых в качестве «дамы пик» улыбалась гостям сама Королева Леона.

Многочисленная челядь так и звала ее между собой, вкладывая в этот титул и затаенный страх. Все, от швейцара до финансовых помощников, побаивались ее цепкого взгляда и отнюдь не королевского языка с лексикон портювого грузчика. За малейшую провинность следовало оскорбление, а то и увольнение. Достаточно было дрожавших от волнения рук нового официанта или нескольких крошек на полу у кухонной плиты в ресторане. Однако самым респектабельным новшеством, введенным Леоной, была ежегодная церемония празднования дня рождения любимого мужа. Прежде Гарри, если и отмечал эти дни, то ограничивался общением деловых знакомых. Теперь торжество обрело ритуальные формы. Оно проходило в огромном ресторане их нового 40-этажного отеля «Park Lane», рядом с центральным Бродвеем. Кстати, два верхних этажа были отведены под нью-йоркское «гнездышко» супругов, оснащенное бассейном, без ежедневного посещения которого оба не мыслили себе поддержание своей формы.

Число элитарных гостей переваливало за двести. Высший свет был представлен банкирами, конгрессменами, бывшими губернаторами и мэрами, да и «настоящий» мэр Эдвард Коч жаловал своим присутствием это действо, открывавшееся всегда хоровым исполнением заказанной Леоной песни — гимна с первой строкой «Я обожаю Гарри!» Ежегодно декорации праздника менялись. Например, в круглый юбилей «75» на каждом из



десятков столов были установлены две куклы, символизирующие самые известные пары в мировой истории и литературе: Антоний и Клеопатра, Наполеон и Жозефина, Ромео и Джульетта, Тарзан и Джейн, Золушка и Принц... Каждый персонаж был подобающим образом экипирован, а вот лица представляли точные копии хозяйских. Небольшая заминка вышла только с Адамом и Евой, и вовсе не потому, что имя Первой Женщины могло напомнить Гарри о его первой жене. Просто «фиговый» наряд потребовал повышенного внимания заказчицы к ряду параметров.

В 1983 году чета приобрела за 11 миллионов в качестве загородной резиденции очаровательный замок с парком в местечке Гринвич (Коннектикут) и тут же приступила к его переустройству и украшению. Картины европейских мастеров на стенах были для современных баронов обычными приобретениями. Но некоторые причуды заставили ахнуть читателей светской хроники. Два внушительных бассейна с затейливой оградой принимали в свои воды уже не молодеющие от водных процедур тела хозяев; сложная акустическая система, подсмотренная Леоной где-то в Диснейленде, услаждала их слух, включаясь чуть ли не из-за каждого дерева; пол в переоборудованной под танцевальный зал части второго этажа был выполнен из испанского мрамора...

Слухи о мелочности и скарденности «отельной» королевы циркулировали уже давно, еще со времен ранней смерти от сердечного приступа ее сына Джея. Тогда, едва простившись с ним, она потребовала от невестки возврата свадебного подарка — кольца с топазом, якобы переданного в долг, и даже компенсации расходов по похоронам. Теперь эти слухи материализовались в серии судебных исков к Леоне со стороны садовников, каменщиков, электриков, которым она задержала оплату или вовсе не заплатила за дворцовые работы. Однако все это было лишь прелюдией к подлинному урагану, разыгравшемуся вокруг «священной коровы» американского законодательства, — уплаты налогов семейством Хелмсли. Вернее, неуплаты. Тщательное годовое расследование, проведенное под началом государственного прокурора Южного округа Нью-Йорка Рудольфа Джулиани (будущего мэра города), показало, что только за 1983–85 годы от налогообложения скрыты миллионные суммы.

Способ был уж не таким сложным. Почти все расходы по переделке замка в Гринвиче в райский уголок и на получение личных удовольствий супруги превращали на бумаге в бизнес-затраты, списывая их с налогов. Да, да, представьте себе, что не только бассейны и радиосистемы, но и униформа служащих, китайские сервизы, дорогостоящая одежда и обувь, мебель (в том числе два серванта времен Людовика XV), стоимость перелета в личном самолете на Карибские острова и многое, многое другое проходили по ведомости «Эксплуатация отелей». Аккуратная Леона не

забывала вписывать туда наборы косметики, труды парикмахера по за-  
вивке волос и даже... крем для ног стоимостью 58 долларов.

Судебный процесс открылся в июне 1989 года. На скамье подсуди-  
мых — четыре человека: супруги Хелмсли и два главных экономических  
советника Леоны. Первым же заявлением защиты была просьба об ос-  
вобождении от суда 85-летнего Гарри, как умственно неполноценного.  
Две медицинских экспертизы подтвердили этот факт, и несмотря на воз-  
ражения обвинителя, больной отбыл к месту восстановления здоровья.  
Процесс продолжался семь недель, вызвав настоящий ажиотаж. За теле-  
передачами о нем неотрывно следили с не меньшим интересом, чем за  
какой-нибудь мыльной оперой, тем более, что этому реальному сериалу  
вполне подходило название «Богатые тоже плачут». Тысячи документов  
и 150 свидетелей под присягой подтвердили факты не только многомил-  
лионных злоупотреблений, но и отвратительного вымогательства, когда  
миссис Хелмсли, например, соглашалась подписывать сделки с постав-  
щиками на поставку товаров и продуктов для отелей лишь при условии  
частичного предоставления их ей лично и без оплаты. В заголовки ново-  
стей попала фраза Леоны, сказанная своему администратору: «Платить  
налоги — удел простых людей».

Вердикт жюри, состоявшего из двенадцати «простых людей», можно  
было предположить заранее. Тем не менее в день его вынесения на пло-  
щади перед судом собралась толпа, чтобы, наконец, услышать: «Винов-  
ны все трое!» Наказание для Леоны составило четыре года федеральной  
тюрьмы с правом досрочного освобождения «за хорошее поведение»,  
750 часов «трудовой повинности» на общественных работах и значитель-  
ный штраф. Через 21 месяц она была выпущена на свободу и отправилась  
«отбывать» трудовое наказание в свое поместье в Аризоне (очень часто  
богатые люди посылают на общественные работы свою прислугу).

Сегодня, после смерти Гарри Хелмсли, деловой мир, финансовая прес-  
са размышляют над будущим его богатств. Не прошло незамеченным, что  
высшую точку процветания его фирма прошла уже несколько лет назад.  
Давно не слышно о каких-либо новых крупных приобретениях. Наобо-  
рот, гордость владений Хелмсли, 54-этажный, с тысячей номеров отель  
«Helmsly Palace» на Мэдисон авеню продан в 1993 году самому богатому  
тогда человеку планеты — султану Брунея. Леона же продолжает оставать-  
ся в центре светских скандалов. В 2001–02 годах прошла серия судебных  
споров между нею, 82-летней невестой, и ее 46-летним женихом и одно-  
временно генеральным менеджером ее компании, которого она уволила,  
узнав от «верных людей» о его нетрадиционной сексуальной ориентации.  
Будущее покажет, смогла ли старушка-королева с криминальной репута-  
цией удержать на плаву корабль «Хелмсли», давший серьезную течь.

## УРАНОВЫЙ КОРОЛЬ ИОСИФ ХИРШХОРН, ИЛИ ИСКУССТВО СОБИРАТЬ ИСКУССТВО

В огромном мире разнообразных жанров искусства во все времена наряду с творцами существовала и существует поныне относительно небольшая группа коллекционеров, находящихся как бы в тени больших имен и посвятивших свои жизни повседневным поискам сокровищ. А если страсть собирательства к тому же соединяется со значительными финансовыми возможностями и филантропическими порывами, — то тогда из этой «гремучей смеси» высекается порой такая феерическая искра, которая зажигает и поддерживает факел подлинного художественного подвига. Речь пойдет о выдающемся представителе этого странного племени бескорыстных искателей, кого эмигрантские волны начала XX века забросили из России на американскую землю, где он смог реализовать свое призвание.

Если вы окажетесь в Вашингтоне и прогуляетесь по торжественной центральной эспланаде, от Капитолия до Мемориала Линкольну, то, миновав ряды тяжеловесных зданий национальных галерей и музеев, непременно задержитесь в саду, населенном множеством необычных скульптур. А оглянувшись, остановите свой взгляд на примыкающем высоком и круглом строении с крупной надписью по фасаду: «HIRSHHORN MUSEUM AND SCULPTURE GARDEN». Это столь непривычное для английской лексики имя сегодня включено в мировые каталоги и энциклопедии. Принадлежит же оно еврею из России, оказавшемуся давным-давно на берегах Атлантики, к счастью для него самого, а также любителей искусства.



*Иосиф Хиршхорн*

Он родился в небольшом латвийском городке Джукст под Митавой в семье Лазаря и Амалии Хиршхорнов, став их двенадцатым ребенком. Евреям в этих местах дышалось чуть легче, чем в гетто черты оседлости. Отец занимался перепродажей зерна и содержал лавочку, торговавшую всем на свете: от селедки до конной сбруи. Она вплотную примыкала к скромному дому, возведенному на арендованном у помещика участке. Две детских спальни, для сестер и братьев, соседствовали с гостиной, где за занавесом находилась супружеская кровать. По субботам полотнище откидывалось, и комната превращалась в маленькую синагогу с углублением в стене для свитка Торы.

Иосифу был всего год, когда от сердечного приступа умер отец. А спустя еще пять лет до этих тихих мест докатились погромы, бушевавшие на юге России. Первые жертвы, первые убитые евреи. 1906 год стал пиком эмиграции, и сорокалетняя Амалия со всеми домочадцами (кроме старшей дочери Ралы, успевшей выйти замуж) была среди искателей счастья с котомками за плечами. Тяжелый морской вояж из Либавы в Нью-Йорк длился девять дней. Неугомонный Иосиф с утра носился по палубе, когда ему улыбнулся лохотный господин, прислонившийся к перилам верхнего уровня, и сбросил какой-то диковинный шар. Мальчик никогда в жизни не видел апельсина. В ответ на приглашающий жест он без малейших колебаний вскарабкался наверх и был счастлив на время оказаться среди, как ему казалось, небожителей. Вспоминая позднее этот эпизод, сестра Хиршхорна заметила: «Наш Джо всю жизнь хотел быть в первом классе».

В Нью-Йорке семья поселилась в самой бедной части Бруклина. С первых дней Амалия начала работать на фабрике, производящей бумажники. Арифметика ее ранней американской жизни была такова: двенадцатичасовая смена, шестидневная неделя с оплатой двенадцать долларов. Субботними вечерами она еще готовила еду для свадеб и иных торжеств, принося домой остатки с чужих застолий. Старшие дети подрабатывали в мастерских одежды и бижутерии. Из скудного семейного бюджета мать умудрялась выкраивать деньги на погашение ссуды за трансатлантический рейс, оплату уроков музыки для детворы, да еще и стоимости пианино.

Скученности старого жилья всегда сопутствовали пожары. Так случилось и на этот раз: ночью загорелся этаж, где жили Хиршхорны. Спасенье было возможно только через окна. Старший сын и мать сталкивали остальных на растянутую пожарниками сетку. Все благополучно спаслись, и только Амалия, неосторожно оступившись, упала мимо нее и была увезена в госпиталь. Детей распределили между сердобольными соседями, такими же бедняками, как жертвы пожара. Иосиф, к тому времени уже школьник, пронес это острое ощущение неустроенности и одиночества через всю жизнь. Спустя годы миллионер Хиршхорн скажет в интервью:

«У бедности всегда горький привкус. Я поклялся, что никогда не буду испытывать его вновь».

Своим одноклассникам он завидовал. Еще бы! У всех у них были и папы и мамы, а один даже приезжал на велосипеде, да еще при бумажном пакете с бутербродом и плиткой шоколада, ранее невиданного Джоном. Был и другой повод для огорчения — его рост. Иосиф был самым маленьким в классе. И когда проводились построения, неизменно оказывался на последнем месте. Сыпались насмешки: «Скажи маме, чтобы она зарыла тебя в песок на берегу океана — тогда ты вырастешь». И его ласковая, мудрая мама утешала любимого последыша: «Чтобы стать великим, не обязательно быть высоким, сынок». И во взрослые годы его рост был немногим более полутора метров. Но комплекса неполноценности он не испытывал никогда. Мама была права.

Первое знакомство мальчика с живописью произошло вовсе не в музеях, о местонахождении которых он понятия не имел, а в его нищенской квартире. Напуганная случившимся пожаром, Амелия застраховала жизни всех детей, и почта стала доставлять, в качестве подарка клиентам от страховой компании, красочные календари с репродукциями известных художников. Каждый месяц, отрывая очередную страницу, Иосиф прикреплял ее над кроватью-раскладушкой. Готовясь ко сну, он бросал взгляд на свою галерею, и перед ним проходила панорама изящных дам в вычурных нарядах и париках, рыцарских сражений и религиозных сцен. Это же было первым, что он видел, проснувшись.

Едва пройдя ритуал бар-мицвы и осознав себя самостоятельным, Иосиф покидает школу, не оставившую никаких добрых воспоминаний, кроме знакомства с миленькой одноклассницей Дженни Берман, его будущей женой. Продавец газет — с этой важной должности началась его долгая деловая карьера. Подвижный, быстроногий мальчик выбирал самые оживленные перекрестки Манхэттена, привлекая внимание и пешеходов и водителей необычной рекламой самого себя: он непрерывно пританцовывал, жестикулировал и даже напевал. Весь заработок он отдавал матери, получая от нее на недельные расходы двадцать пять центов. А расходы были немалые — билеты в кинотеатр с непременными героями немых лент на экране и куском сладкого пирога в буфете. Любимым фильмом с нешуточными страстями, который он мог смотреть бесконечно, был «Зов предков» по Джеку Лондону.

Вскоре Иосиф осознал, что денег на «достойную» жизнь ему недостаточно. И через год — он уже посыльный ювелирного магазина в центре города, с окладом двадцать долларов в неделю. Обегая с поручениями фешенебельную округу, он как-то оказался на Уолл-стрит недалеко от здания фондовой биржи и замер: солидные господа в черных сюртуках

с белыми платочками в карманах входили через вертящиеся двери, исчезая в недрах таинственного царства и вновь появляясь. Он хочет быть среди этих волшебников!

А пока жизнь преподнесла ему два урока с противоположными знаками. В его обязанности входило в конце дня помогать в переноске лотков с драгоценностями в металлические сейфы. Однажды рано утром до открытия магазина, подметая пол, он увидел в углу кольцо с изумительной красоты бриллиантом, незаметно скатившееся, очевидно, накануне с лотка. Иосиф отнес его хозяину, и тот от полноты чувств разрешил послышному время от времени украшать витрины и заводить дорогие часы. Урок состоял в том, что благородство и честность поощряются.

Другая история приключилась, когда Амелия поручила ему разнести заказчикам галстуки, которые она шила всю ночь. На улице незнакомец окликнул его: «Эй, парень, хочешь заработать? Видишь тот дом? Доставь на четвертый этаж это письмо, а я пока подержу твою коробку». Мальчик помчался так быстро, как умел, а когда вернулся — незнакомец вместе с галстуками исчез. Мать не ругала его, он сам казнил себя беспощадно и дал клятву не забывать этот урок. А вот с однообразной и утомительной беготней по адресам он решил покончить. Ему исполнилось пятнадцать, когда, несмотря на протесты Амелии, юный Хиршхорн в 1915 году появился на Уолл-стрит.

Иосиф начал медленную атаку финансовой крепости. Времена не способствовали мгновенному успеху — мировая война была в разгаре, биржу лихорадило, а безработица сводила шансы устроиться к минимуму. Соглашаясь на любые условия, он, наскоро подучившись, нашел должность телефониста в старейшей телеграфной компании «Western Union», расположенной вплотную к заветному зданию биржи. В ночную смену через него проходили сотни каблогрaмм с европейских финансовых рынков, и очень скоро юноша изучил не только арифметику, но и алгебру манипуляций с акциями и курсами валют. Как только издатель популярного журнала *Magazine of Wall Street*, которому представили бойкого парня, предложил быть его биржевым маклером, он без промедления согласился, даже недополучив у «Western Union» зарплату за последние две недели. Прошли годы, и богатый Хиршхорн, встретившись на деловом ужине с президентом компании, напомнил ему: «Вы, по-моему, должны мне двадцать пять долларов». На следующий день он получил чек по почте.

Итак, молодой брокер прошел через вертящиеся двери, сделав решающий шаг к финансовому счастью. У него в запасе были 255 долларов и юношеская дерзость. Через год на его банковском счете уже будет 168 тысяч, что превысит первоначальный капитал в 660 раз. Принцип, который он исповедовал всю жизнь, был таков: иметь дело с деньгами, но не с това-

рами и услугами. Слава самого успешного и прозорливого брокера Уолл-стрит опережала его успехи. Веху первого миллиона он отметит в середине 20-х. К этому времени Хиршхорн будет членом правлений и даже президентом нескольких процветающих компаний.

А дела семейные? Он не забывал и о них. В числе внеочередных забот всегда была мать. Иосиф сразу же снял ее с работы, посылая ежемесячный чек. Почти все деньги она, разумеется, отдавала дочерям и сыновьям. Вскоре сын купил ей дом, где она и проживала до своей кончины в 1943 году. Когда пришло время материального успеха и понимания уровня живописи, Хиршхорн приобрел за 250 тысяч долларов портрет кисти крупнейшего американского художника Томаса Икинса. На нем была изображена мать автора, напоминавшая благородством черт, осанкой и глубоким взглядом Амелию. Этот портрет всегда висел в кабинете магната.

Мысли о коллекционировании пришли рано, еще в «младобиржевой» период. Зайдя однажды в букинистический магазин в поисках биографий знаменитых богачей, он обратил внимание на серию дешевых книг по искусству. Приобретая их по два доллара за штуку, Джон открыл для себя дикий мир Альбрехта Дюрера. Через пару дней Хиршхорн случайно (или закономерно?) увидел в витрине галереи сами гравюры Дюрера. Он тут же приобрел две из них по цене 75 долларов и, несмотря на любые перипетии, никогда с ними не расставался.

Как помнит читатель, Дженни Берман вошла в его жизнь в начальной школе. Теперь наступила пора войти в его дом. Раввин соединил их брачными узами в 1922 году и благословил на свадебное путешествие по Америке. Хиршхорн был потрясен увиденным. Оказалось, что не все на свете ограничивается нью-йоркской биржей, что за Манхэттеном лежит потрясающий мир. Особенно он был очарован Калифорнией. Молодожены даже приобрели 250-акровую куриную ферму в Санта-Розе и погрузились было в изучение литературы по выращиванию леггорнов. Прошел месяц в состоянии безоблачной идиллии, и... Хиршхорн с женой, потеряв первоначальный взнос в 500 долларов, поспешно вернулись домой с пониманием того, что подобный стиль жизни не для них.

Первая дочь, Робин, родилась через год, затем с периодичностью в два-три года появились сын Гордон и две дочери, Джин и Наоми. Потребовался громадный дом на берегу нью-йоркского залива, украшением и меблировкой которого в староанглийском стиле занялась хозяйка. Горничные сновали по винтовым лестницам, дворецкий следил за порядком, повар колдовал на кухне, а шофер ухаживал за тремя машинами в гараже. В 1927 году Хиршхорн, Дженни и теща (тоже родом из Литвы) предприняли ностальгический вояж в его родное местечко Джукст, где до сих пор жила сестра Рала, владелица крошечного магазина, с супругом и

пятью детьми. Овдовев в 1935 году, Рала с семейством переехала, наконец, в Нью-Йорк и поселилась в доме напротив матери. Теперь по праздникам за столом старейшины клана Амелии собиралось до сорока американских Хиршхорнов.

Все складывалось как нельзя лучше, на финансовом небе страны — ни тучки, стоимость акций на фондовой бирже в августе 29-го достигла своего пика. Так казалось всем... кроме Иосифа Хиршхорна. Невероятная деловая интуиция позволила ему услышать подземные толчки: именно в августе он покинул Уолл-стрит, «унося» с собой четыре миллиона долларов. А 29 сентября, названного в истории США «черным вторником», разразился невиданный финансовый кризис: паника на бирже, полный обвал курса акций, самоубийства их владельцев. Позднее историки будут связывать эти дни с началом «Великой депрессии» (1929–1933). Прозорливость и проницательность в комбинации «купля-продажа» отныне никогда не изменят Хиршхорну.

Начал он замечать подземные толчки и приближение кризиса и в собственной семейной жизни. Он отдавал должное жене, она была потрясающей матерью. Но с пониманием его жизненных устремлений дело обстояло похуже. Ей хотелось видеть мужа дома в определенное время. Ее раздражали его одержимость бизнесом, бесконечные телефонные звонки по ночам, и в особенности — его зарождающаяся страсть к неудержимому коллекционированию. Бывало, во время спада в делах он был вынужден сократить штат obsługi в доме, но одновременно безрассудно, как казалось Джени, приобретал за тысячи долларов первую публикацию драм Шекспира (их насчитывается в мире 230 экземпляров) или редчайшее издание «Риторики» Цицерона на пергаментной бумаге. Случались и семейные сцены с типичными репликами: «Ты полагаешь, что все в мире существует только для тебя» или «Ты никому не веришь!» — с последующими непременными выяснениями отношений.

И тут вовремя последовал совет друзей обратить внимание на еще неосвоенные территории Канады. Почти сто лет назад американцы двинулись на Запад в поисках «золотого» счастья, а у северного соседа 90 процентов жителей продолжали кучно селиться только у южной границы, и бескрайние земли с их недрами все еще ждали своих открывателей. Хиршхорн появился в Торонто в 1933 году, без промедления открыл счет в банке на 60 тысяч долларов и вскоре обнаружил: центральная биржа занята, в основном, мелкими операциями; промышленный рынок в зародыше; враждебность по отношению к Америке — хороший тон. А на садовых скамейках ему бросились в глаза надписи: «Не разрешено собакам и евреям». (Пройдет более сорока лет, прежде чем в канадских провинциях евреи появятся в законодательных собраниях и правительственных кабинетах.)



В одной из крупнейших газет он опубликовал рекламное объявление на целую страницу. «Меня зовут “Счастливым Случаем”, и я обращаюсь к тебе, Канада! — кричали аршинные буквы. — День пришел! Мир у твоих ног и взывает к тебе, умоляя освободить принадлежащие тебе богатства, скопившиеся в матушке-земле». И стал ждать. Вообще в его арсенале было несколько шуточных правил. Одно из них гласило: используй две вещи — голову и зад. Первая дана для принятия решений, второй — чтобы сидеть и ждать, нужно иметь терпение. И Хиршхорн дождался. Скоро от визитеров не было отбоя, телефоны в офисе разрывались. Он установил техническую новинку — панель с подключением 93 телефонных номеров прямой связи с банками, компаниями, клиентами.

Следует заметить, что геология в те времена была для большинства таинственной, если не мистической областью. Легенды и сказки периода калифорнийской «золотой лихорадки» владели умами. Недаром юный Марк Твен давно определил шахту как «дыру в земле с ложью на дне». Хиршхорна такая неопределенность не устраивала. Он взялся за литературу, исследования, карты. И главное — пригласил самых известных геологов. Уже через год скупка акций перспективных добытчиков золота принесла ему чистый доход в триста тысяч. Все указывало на то, что в прекембрийских подземных пластах, на огромных территориях от Квебека до Британской Колумбии, его может поджидать припрятанное природой богатство. Так оно и случилось, хотя и не без потерь: некоторые шахты таили «ложь на дне».

Иосифа уже не брали в канадских газетах как зарубежного «пирата», ему адресовалось почтительное «капитан корпорации золотоискателей». Сенсационный успех пришел в 1936 году, когда он, по его же словам, «вытащил счастливый миллионный билет». Хиршхорн скупил за бесценок акции гибнущей фирмы и соорудил новую шахту в нескольких метрах от прежней, но пустой. Она-то и «выстрелила» драгоценным желтым металлом, добыча которого растянулась здесь на десятки лет.

Свое время он делил между Торонто (понедельник — четверг) и Нью-Йорком (конец недели), стараясь между визитами в галереи и студии художников на Манхэттене оставить что-то и семье. Увы, получалось это плохо, наспех. Раздражение Дженни росло, до нее доходили слухи о его адюльтерных приключениях, и даже покупка нового дома в Майами не смягчила ситуацию. Хиршхорн нигде не мог спрятаться от постоянного ребячьего шума и резких окриков жены. Да еще примешивалось собственное нездоровье: у него возобновились юношеские болезни — тонзиллит, аденоиды. Свирепый кожный недуг не давал покоя ни днем, ни ночью. В попытке справиться со всем этим было куплено поместье в глубинке Пенсильвании и построен дом-замок в средневековом стиле, без детских

комнат, но с гостевыми спальнями на шестнадцать человек. По вечерам приглашенные собирались за длинным столом, на противоположных концах которого восседали, как в старинных романах, хозяева. Несмотря на подчеркнутое гостеприимство, каждый из гостей мог заметить, какая пропасть лежит между мужем и женой.

В 1944 году, после 23 лет совместной жизни, Хиршхорны были официально разведены по инициативе Дженни. Далее последовала длительная судебная тяжба, сопровождаемая классическими обвинениями в пренебрежении интересами семьи, невнимательности к детям и даже супружеской неверности. Она подговорила детей к показаниям против отца. В то время Робин было 22, она была замужем за молодым физиком-теоретиком; Джин, студентке университета, исполнилось 19; школьники Гордон и Наоми жили с матерью. Бывшая супруга получила по решению суда алименты на себя и детей и два дома, в Нью-Йорке и Майами, со всем их содержимым, включая библиотеку редких книг, писем и рукописей. Через два года она была продана на аукционе за смехотворную сумму 35 тысяч. Ушла с молотка гордость Хиршхорна — первые издания Шекспира, Свифта, Милтона, По и, разумеется, «Риторика» Цицерона... Дженни скончалась в 1966 году от неизлечимого ракового заболевания. Хиршхорн был в это время в Калифорнии и не участвовал в похоронах. Впрочем, иного дети от него и не ожидали.

В 1947 году его очередной избранницей стала молодая художница Лили Хартоу. Миниатюрную красавицу с огромными карими глазами, черными гладкими волосами и оливковым цветом кожи ему представили в одной из галерей, которые он по-прежнему с хронометрической регулярностью обходил своей легендарной танцующей походкой. К этому времени он уже владел десятками ее рисунков. Станет известна шутка Хиршхорна: «Дешевле было жениться на ней, чем покупать ее картины». Между тем мир вступил в ядерную эру. Отблески чудовищных взрывов в Японии полыхнули по всей земле. С гулким скрежетом захлопнулся «железный занавес», о чем сообщил создатель этого термина Уинстон Черчилль в своей знаменитой фултоновской речи. Было положено начало холодной войне. На авансцену мировой добычи ископаемых вместо золота вышел иной металл — серебристый уран, залог стабильности западной цивилизации. Одним из первых Хиршхорн осознал это и не мешкая начал действовать. Канада не числилась тогда, в отличие, например, от Бельгийского Конго или Южной Африки, в перспективных зонах залежей урановых руд. К тому же и геологическая статистика утверждала, что над канадскими землями не слышны сигналы от счетчиков Гейгера, а если они кое-где и фиксируются, то их подает не уран, а его «родственник» — радиоактивный металл торий, не имеющий серьезного промышленного применения.

Все специалисты были согласны с этим тезисом, кроме одного человека. Им был крупнейший геолог с мировым именем Франк Джубин, настаивавший, что уран залегает не в поверхностных отложениях, а на большой глубине в регионе Блайнд-Ривер (провинция Онтарио). Хиршхорн, которому всегда импонировало нетрадиционное мышление, поверил Джубину, ставшему отныне его главным советником по «земельному» вопросу. Первые же опыты глубинного бурения дали обнадеживающие результаты: из 56 проб — 50 подтверждали правоту геолога. И тут Хиршхорн совершает фантастический маневр, названный позднее в прессе самым крупным секретным лицензированием земельной собственности в истории.

Он создает несколько мощных уранодобывающих компаний и подает полторы тысячи заявок на участки, охватывающие площадь более 56 тысяч акров в зоне Блайнд-Ривер. Чтобы временно сбить с толку конкурентов, дышавших в спину, все заявки были оформлены под невинные цели: охота, рыбная ловля и тому подобное. Десятки посланцев Хиршхорна на самолетах с понтонами высаживались в обозначенных квадратах болотистой местности, чтобы «застолбить» участки, а уж затем и начать бурение. Через несколько лет журнал «Тайм» сообщит, что только две шахты Хиршхорна вырабатывали столько же урана, сколько 600 шахт Соединенных Штатов, а на весь открытый им район Блайнд-Ривер приходится 20 процентов урановых запасов западного мира. В 80-х годах ученые подсчитают, что активность Хиршхорна привнесла в канадскую экономику более 30 миллиардов долларов. Этот вклад оценен по заслугам — его имя включено в перечень выдающихся канадцев Зала Славы горнодобывающей отрасли страны.

В конце 50-х «урановый король» (так теперь называла его пресса) решил завершить свой канадский период жизни. За 25 лет был пройден долгий путь от «пришельца», которому запрещалось сесть на скамейку в городском парке, до почестей национального масштаба. Его состояние, по подсчетам дотошных газетчиков, приближалось к ста миллионам; пришла пора вернуться в Нью-Йорк и целиком отдаться своей главной страсти — коллекционированию произведений искусства. Да и домашняя ситуация требовала принятия радикальных решений. Прочного союза с Лили Хартоу не получилось по нескольким причинам: раздражавшее его по утрам позднее божественное пробуждение супруги, а затем, вместо внимания домашнему хозяйству, бесконечное просиживание за мольбертом были мелкими болевыми факторами. Главное заключалось в другом — жена пыталась вторгнуться в его «святая святых»: давать советы при покупке живописи. А этого он не разрешал никому: ни «высоколобым» знатокам, ни близким родственникам, ни друзьям. Не то чтобы его вкус был безукоризненным, но это был *его* вкус, и ему, и только ему, он доверял.

Развод, на сей раз не сопровождавшийся бурными судебными сценами и разделом имущества, состоялся в 1956 году. Его обожаемые картины (к которым Хиршхорн, по мнению знакомого владельца галереи, относился как к женщинам: если нравились — старался ими овладеть) остались при нем, точнее, в тех многочисленных запасниках, под которые он приспособил нанятые складские помещения, и даже в собственных офисах. Хранились они в довольно хаотическом состоянии — в сундуках, ящиках, а то и просто прислоненными друг к другу у стен. Пространства явно не хватало, а коллекция все росла и росла. Давно прошел период его увлечения классической стариной, подобной красивым копиям из детского настенного календаря. Теперь Хиршхорн предпочитал поздний французский импрессионизм и в особенности современный американский «модерн». Стиль его покупок был хорошо известен всем «галерейщикам»: он мог, извинившись, оставить на время важное деловое совещание, помчаться на очередную выставку и вернуться с добычей, приговаривая с улыбкой: «Кажется, я снова совершил нечто безумное».

А «безумством» могло оказаться полотно никому неизвестного юного художника, которое через несколько лет возрастет в цене в десятки раз и принесет славу его создателю. Со временем в тесноте складских отсеков соседствовали, например, Матисс, Ренуар и Дега с американцами Поллоком, О'Кифф или Калдером. Особое расположение и поддержку Хиршхорна ощущала значительная группа живописцев-эмигрантов из России, и среди них такие будущие знаменитости, как Марк Ротко, Бен Шанн, Макс Вебер, братья Сойер... Кому, как не ему, их старшему соплеменнику, было не понять, что значит своевременная поддержка таланта в условиях новой страны. Ему импонировало древнее высказывание Пифагора: «Человек похож на Бога только в трех областях — знании, музыке и рисовании». Хиршхорну казалось, что, когда он приобретал понравившуюся ему работу, он в этот момент ощущал некое божественное присутствие, исходившее от полотна.

Любителями арифметики от искусства потом будет подсчитано, что пополнение хиршхорновской коллекции происходило поэтапно, в соответствии с ростом его финансового могущества, и, в частности, в «пиковое» десятилетие (1955–65 годы) темп его приобретательства составил поразительную воображение цифру — две картины в день (!), а расходы приближались к миллиону долларов каждый год. Однако существовало одно огорчительное обстоятельство — Хиршхорн не мог удовлетворить свою тягу к монументальной скульптуре, и причина была вполне прозаической: отсутствие свободного открытого пространства. Стало быть, его нужно приобрести, что он и сделал в 1961 году, став хозяином поместья с

домом в 25 комнат и огромным парком в городке Гринвич на океанском берегу штата Коннектикут.

В этот год произошли еще два важных события в жизни коллекционера. Во-первых, после многолетнего и беспощадного курения (30–35 сигар в день) он решительно бросил это занятие и, во-вторых, наконец встретил женщину своей мечты, ставшую последней миссис Хиршхорн. Ольга Заторская была дочерью эмигрантов из Украины, жила неподалеку от Гринвича и работала в местном агентстве по найму. Скромная сорокалетняя служащая ко времени их знакомства (Хиршхорн явился, чтобы нанять шофера в свой пятимашинный гараж) уже была разведена и воспитывала трех сыновей. Ее тихий нрав и самоотверженность в делах мужа помогли создать ту домашнюю атмосферу, которой ему всегда недоставало. Свадебное путешествие молодожены начали в Венеции, а завершили в Иерусалиме, что можно было вполне объяснить желанием припасть к национальным истокам.

Постепенно парк заполнялся персонажами из его мечтаний. Первыми здесь нашли приют скульптуры всемирно известного француза Огюста Родена, и среди них — прославленная многофигурная композиция «Граждане Кале», посвященная подвигу шести простых жителей небольшого городка на севере Франции, которые в далеком XIV веке пожертвовали собой как заложники, чтобы снять длившуюся год английскую блокаду и спасти сограждан от голодной смерти. Во всем мире имеется всего несколько авторских копий этого впечатляющего монумента (оригинал — на главной площади самого Кале), одна из них встала перед окнами коннектикутской усадьбы Хиршхорна. В результате общее число работ Родена в его коллекции составило семнадцать — самое значительное в каком-либо частном владении.

Другим фаворитом стал английский скульптор — сюрреалист Генри Мур, произведения которого представлены в ведущих музеях современного искусства. С этим автором Хиршхорна связывала личная дружба, возникшая еще в канадский период, когда «урановый король» по делам бизнеса бывал в Лондоне. Теперь настала очередь пятидесяти трех произведений друга украсить его парк. Покупал он их не напрямую у автора, а обычным порядком — на выставках и в художественных салонах, да и цену платил обычную, отнюдь не «дружественную». Например, за шедевр Мура «Король и королева», репродукции которого включены в каждую энциклопедию современного искусства, он заплатил 15 тысяч долларов (сегодня босоногая «королевская чета» в простейшей одежде, восседающая на примитивной скамье вместо трона, оценивается в два миллиона).

Любимым местом отдыха Хиршхорнов стала вилла, приобретенная в курортном средиземноморском городке Антиб на Французской Ривьере.

Не последним резонансом в этом выборе послужила близость к еще одному мастеру, тесное общение с которым составляло важную часть жизни миллионера и во многом влияло на эстетику его взглядов на искусство, — Пабло Пикассо, чьи работы давно украшали коллекцию. А теперь в его обществе он совершал с новой виллы частые набеги на выставки и галереи Парижа и других европейских столиц. Два невысоких, плотных человека — великий художник и великий коллекционер — имели даже похожие фигуры. Хиршхорн вспоминал: «Мы проводили чудесное время вместе в разговорах о живописи. Я обучал его сложным танцевальным движениям. Если ему нравился мой новый пиджак, я тут же дарил ему, и он оказывался идеально впору». В наши дни в Антибе, рядом с тем местом, где жил Хиршхорн, открыт превосходный музей Пикассо, маленькая Мекка поклонников его таланта.

В 1956 году у непрерывно растущей коллекции появился «художественный руководитель». Им стал нью-йоркский художник и искусствовед Абрам Лернер, знакомый с владельцем уже десятков лет. Наконец-то тысячи работ сотен мастеров были профессионально каталогизированы, и каждая нашла свое место. Слава о необычном частном музее год за годом распространялась, за десятилетие через Гринвич прошло 175 тысяч посетителей, причем безо всяких билетов на входе. Но Хиршхорна и этот темп не устраивал, он решил продвинуть свое богатство навстречу зрителю. Лернер, куратор собрания, и Ольга, верный куратор его жизни, тщательно подготовили огромную передвижную выставку из двухсот скульптур, представлявших и XIX век (Домье, Дега, Ренуар, Роден), и XX (53 автора всех стилей и направлений, в основном, американцы). И вот эта бронзово-мраморная громада двинулась в многомесячное путешествие по восьми музеям Среднего и Дальнего Запада страны, начав с Института искусств в Детройте.

Беспрецедентным успехом завершилась в 1962 году выставка 450 скульптур в музее Соломона Гуггенхайма на 5-й авеню в Нью-Йорке. Шквал восторженных откликов в печати, радио- и телерепортажи, имя Хиршхорна у всех на слуху. А сам он в это время задумался над тем, что его коллекция переросла размеры частного собрания и не пора ли безвозмездно передать ее публике. Этими соображениями он поделился с близкими друзьями и советниками. Слухи быстро просочились в прессу. И началось!.. Телефоны в Гринвиче не умолкали. Звонили мэры Лондона, Цюриха, Торонто, Флоренции, Иерусалима и Тель-Авива. Не отставали и американские города. Свои аргументированные просьбы слали Лос-Анджелес и Балтимор, а губернатор штата Нью-Йорк Нелсон Рокфеллер предложил для музея на выбор территории нескольких престижных университетов и даже сохранившееся здание Всемирной торговой выставки. В самый разгар интенсивных переговоров (например, посол Великобритании по по-

ручению Ее Величества королевы Елизаветы вот-вот должен был прибыть в офис Хиршхорна, чтобы уточнить местоположение будущего музея в самом центре Лондона) — раздался решающий, «исторический» звонок из Вашингтона. Это был Сидней Рипли, ученый секретарь известного Смитсоновского Института, основанного полтора столетия тому назад на средства, завещанные богатым англичанином Джеймсом Смитсоном. С тех пор он вырос во внушительный комплекс многочисленных зданий и галерей, от музеев американской истории, азиатского и африканского искусств до зоологического парка, музея космонавтики и Центра сценических искусств. За эту эклектическую «разношерстность» Институт получил в народе ласково-ироническое прозвище «Nation's attic» («чердак страны»), то есть место, где хранится все, что уже не нужно, но жалко выбросить. Поскольку именно крупного хранилища современного искусства на «чердаке» не доставало, Рипли загорелся идеей поддержать замысел щедрого подарка, стоимость которого, по самым предварительным подсчетам, оценивалась в 50 миллионов. Дипломатические таланты Рипли «в узких кругах» были хорошо известны, их даже сравнивали с мастерством Талейрана. Для начала он обворожил Хиршхорна, воздействуя на амбициозно-патриотические струны его души: мол, лучшего места для музея, чем главный проспект столицы, смотрящий прямо на Капитолий, не придумать. Абрам Лернер, житель Нью-Йорка, продолжал настаивать на варианте своего родного города, но и в этом случае Рипли преуспел. Он привел только две цифры: ежегодное число туристов в городе Большого Яблока составляет миллион, а в Вашингтоне — 12 миллионов. Хиршхорн сдался, поставив три условия: музей должен носить его имя; директором будет Лернер; вход для посетителей — свободный.

Рипли, зная, что создание в столице музея такого ранга должно быть законодательно освящено Конгрессом, прекрасно понимал, что впереди еще долгая борьба в верхних эшелонах власти, и он начал свою осаду с Белого дома, точнее, с Первой Леди страны, Клодии Джонсон, известной своей любовью к живописи и меценатством. Сложные дипломатические ходы привели к тому, что летом 1965 года Первая Леди в сопровождении дочери, секретаря и положенного эскорта провела несколько часов в Гринвиче. Она не скрывала своего восторга от увиденного. Было замечено, что у картин Томаса Икинса, ее любимого художника, высокие гости задержались. Довольно скоро супруги Хиршхорн получили приглашение на ланч к президенту. Линдон Джонсон был необыкновенно любезен, сердечно благодарил за щедрый подарок нации и выразил убежденность, что новый музей станет украшением столицы. Миссис Джонсон познакомила гостей с художественной галереей Белого дома, экспонаты которой были отобраны еще Жаклин Кеннеди среди случайных и зачастую безвкусных

подарков предыдущим президентам. Хиршхорн обнаружил здесь многих свои давних «знакомцев»: Уинслоу Хомера, Мэри Кассатт и других славных американцев. Через неделю к ним добавился превосходный портрет кисти Икинса, которому недавно позировала Первая Леди.

Случилось так, что незадолго до 65-летнего юбилея тяжелый инфаркт уложил Хиршхорна в госпиталь. Письмо от Президента страны с пожеланиями выздоровления придало больному силы: «Моя жена, — писал Джонсон, — не перестает говорить мне о посещении Вашей коллекции и восторгаться ею. Мой интерес разогрет до предела». В ответ Хиршхорн пошутил: «Увлеченность современным искусством, господин Президент, дело весьма заразительное. Сужу по себе. Поэтому будьте очень осторожны и внимательно следите за женой». А когда они «поменялись» режимом и Джонсон лег на операцию по удалению желчного пузыря, то получил из Гринвича телеграмму, которая наверняка стала уникальной в корреспондентском архиве Президента США: «Сегодня, в Yom Kippur (Судный День), мы с женой молимся в нашей синагоге во главе с раввином за Вашу быструю поправку. Вы нужны всем нам, и мы любим Вас».

17 мая 1966 года в Розовом саду Белого дома в присутствии Хиршхорна с Ольгой и высших должностных лиц страны и столицы Джонсон подписал Послание Конгрессу с просьбой принять дар коллекционера и утвердить бюджет на строительство музея. И вот тут-то разверзлось то, что прогнозировал осторожный Сидней Рипли. Конгресс засыпали возмущенные письма музеев, архитектурных и иных культурных обществ — предстоит, мол, осквернение главного города страны! На свет было даже вытасчено высказывание столетней давности ландшафтного архитектора Фредерика Олмстеда, создателя парковой системы вокруг Капитолия: «Никогда не портите великий проспект столицы пятнами современности». И хотя за целый век этот пуристский завет давным-давно и неоднократно нарушался, недоброжелатели не удержались от укусов. Директор Кливлендского музея искусств прислал решительный протест, утверждая, что «коллекция, созданная одним человеком, известным своими поспешностью и донкихотством в собирательстве, — не соответствует сегодняшним стандартам. Подобного рода музей должен быть создан профессионалами и носить имя нации, которой он принадлежит, а не индивидуума». Еще резче высказался настоятель христианской церкви унитариев, имея в виду будущий парк скульптур у здания музея: «Неужели нас заставят смотреть на Капитолий от монумента Вашингтону через кладбище модернистских монстров?»

Некоторые лоббированные законодатели даже настояли на проверке финансовой деятельности дарителя с целью удостовериться в «чистоте» денег, потраченных на коллекцию. 1000-страничный отчет специального



комитета был опубликован для ознакомления почтеннейшей публики. Уязвленный Хиршхорн отмалчивался, зато Рипли отбивался с бойцовской ловкостью. Он сумел сделать так, что большая группа конгрессменов посетила Гринвич и своими глазами увидела, о каком богатстве, передаваемом нации, идет речь. Спустя полгода после начала законодательно-бюрократической процедуры обе Палаты утвердили закон о создании в Вашингтоне Музея Хиршхорна с бюджетом 15 миллионов, и Джонсон незамедлительно подписал его. Территория площадью в два футбольных поля была расчищена от ненужных строений, и строительство началось, что было отмечено торжественной процедурой закладки фундамента. В холодный день 8 января 1969 года под временным навесом собралось несколько сотен гостей и друзей, были здесь и все дети Хиршхона. «Власть», помимо президентской четы, была представлена Верховным судьей и шестью высшими чинами Конгресса, по статусу входящими в Совет управляющих Смитсоновского Института. Взмолвленный Хиршхорн был краток. Поблагодарив за честь, он сказал: «Мне было шесть лет, когда мама привезла меня сюда из Латвии. Я бесконечно благодарен ей. Думаю, ее дух сейчас витает над нами. Ни в одной стране мира я не мог бы осуществить то, что мне довелось сделать здесь». Президент Джонсон увязал сегодняшнее событие с тем, что ему предстояло по программе завтра, — со встречей экипажа космического корабля «Аполло-8», вернувшегося с орбиты: «Оба эти дня подтверждают постоянное намерение нашего народа к путешествиям в обоих направлениях человеческих открытий — за пределы земного пространства и во внутренний мир человеческих сердец...» Закончив речь, он в сопровождении Хиршхорна спустился с трибуны и, вооружившись лопатой с посеребренным лезвием, приподнял первый пласт земли. Гром оркестра, аплодисменты... Рядом с двухметровой фигурой Президента маленький Хиршхорн смотрелся достаточно экзотично, однако всем было очевидно, что именно он — герой дня. Это был его звездный час. Справедливо заметила когда-то его сестра: «Наш Джо всю жизнь хотел быть в первом классе».

Строительство длилось пять с половиной лет, и стоимость его к моменту завершения, как это часто бывает, возросла в четыре раза. Когда круглый главный корпус с внутренним свободным пространством был освобожден от лесов, газеты тут же окрестили его самым большим в мире «бетонным пончиком». Началась перевозка 6000 экспонатов из Коннектикута в Вашингтон. Порой она напоминала военно-транспортную операцию. В ней участвовали не только грузовики и краны, но и тяжелые вертолеты. Особенно упорно «сопротивлялись» «Граждане Кале», общий вес которых составлял тридцать тонн. Только с третьей попытки они нехотя оторвались от земли и повисли на мощных тросах. Вслед за своими

«детьми» (так он нежно называл свои сокровища) переехали в Вашингтон в новый дом и Хиршхорн с Ольгой.

Музей и сад скульптур были открыты в октябре 1974 года. Произошло это уже при другом президенте — Джералде Форде, который из-за болезни в церемонии не участвовал. В первый же год новый музей принял миллион посетителей, а еще через год уже находился в списке самых посещаемых музеев страны. Хиршхорн не ослаблял своих филантропических акций и незадолго до кончины подарил своему музею еще 5500 работ мастеров мирового уровня. Однако занавес жизни опускался. Иосиф еще успел слетать в Калифорнию на открытие выставки картин дочери Наоми, с которой, как и со всеми детьми, наступила запоздалая пора примирения и понимания. Хиршхорн умер 31 августа 1981 года от сердечного приступа в госпитале, из окон которого, как ему казалось, просматривался силуэт «бетонного пончика». Все ведущие газеты



*Композиция Генри Мура  
«Король и королева»,  
находящаяся в саду скульптур  
Музея Хиршхорна*

и журналы поместили прочувствованные некрологи. С первых полос на читателя смотрели пронизательные глаза «маленького Джо», которого один биограф еще при жизни назвал человеком с трагикомическим лицом классического еврейского комедианта. Что ж, Иосиф Хиршхорн сыграл свою жизненную роль с полной отдачей и до конца.

## Часть II

# Символы Америки

(В МИРЕ ТОРГОВЫХ ЗНАКОВ)





## ТРАНСПОРТ

Помнится, Ильф с Петровым делили человечество на пешеходов и автомобилистов, причем первую часть они называли большей и лучшей из двух. Возможно, во времена создания «Золотого тельца», в 20-е годы прошлого века, такое деление было вполне закономерным. В сегодняшней же Америке, движущейся, спешащей, летящей — похоже, все если не водители, то уж во всяком случае пассажиры легковых машин, автобусов, самолетов... Пешеходов почти не осталось: в глубинке просто никого не найти, но в больших городах, особенно во время ланча, они еще встречаются. А вокруг — круговорот многоцветного автомобильного стада...

## АВТОМОБИЛИ

Гиганты автомобильной индустрии — корпорации «Ford», «General Motors» и «Chrysler» на протяжении всего XX века лидировали, да и сегодня лидируют в этой отрасли промышленности, оправдывая давно закрепившееся за ними название «Большая тройка». А начинались они с маленьких механических мастерских или скромных заводиков, и, наверное, даже их молодые, энергичные создатели не могли представить себе масштабов своей славы в недалеком будущем.

В конце XIX века США перехватили автомобильное первенство у Европы. Это объясняется несколькими причинами: значительно большим, чем в Европе, потенциальным потребительским рынком; открытием в 1901 году огромных месторождений нефти в Техасе и, наконец, может быть, самое существенное — появлением в одном месте целой «бригады» умных, деловых предпринимателей, для которых автобизнес стал делом жизни. Таким местом оказался штат Мичиган, а еще точнее — город Детройт, вскоре ставший автомобильной столицей мира.

## «FORD»



Имя Генри Форда (1863–1947) по праву возглавляет список пионеров американского автомобилестроения. Сын ирландских эмигрантов, он, не доучившись в школе, в течение пятнадцати лет работал машинистом в Детройте, служил инженером в компании Эдисона, а в 1898 году построил свой первый бензиновый автомобиль в арендованном им старом коровнике. Свою третью по счету компанию «Ford Motor» Генри основал в 1903 году (первая лопнула, вторую он покинул сам). Форд, как, впрочем, и остальные автомобильные пионеры, с самого начала не пошел по европейскому пути индивидуального производства, а применил «американскую систему» взаимозаменяемости деталей, стремясь к максимальной экономичности производства и, как следствие, к более низким ценам на рынке. Его автомобиль модели «Т», появившийся в 1908 году и оснащенный простым 4-цилиндровым двигателем, имел грандиозный успех. Однако подлинная революция произошла через несколько лет, когда Форд запустил первую сборочную конвейерную линию. Его имя стало символом американской надежды на будущее, убедительным примером капитализма в действии.

Торговый знак компании со стилизованной подписью самого Форда впервые появился в 1904 году — даже не на кузове автомобиля, а на медной табличке, прикрепленной к его заводной рукоятке. Знакомый же всем никелированный овал, обрамляющий подпись, поначалу украшал только посреднические агентства Форда, и лишь с 1927 года, когда начался выпуск модели «А» — первой дешевой автомашины с 8-цилиндровым двигателем, голубой овал навсегда стал графической принадлежностью фордовских машин, в том числе «Lincoln» и «Mercuri». Характерный глубокий цвет торгового знака настолько выразителен, что фирму «Ford» иногда называют «Голубой корпорацией».

## «GENERAL MOTORS»



Фамилия создателя этой компании не дошла до потомков в виде торговой марки на кузове автомашины. А ведь именно ему, его прозорливости и деловой хватке «General Motors», чей товарный знак состоит из двух букв — GM, обязана тем, что сегодня этот автомобильный гигант является одним из самых крупных не только в США, но и во всем мире.

Уильям Дюран (1867–1947), владелец небольшого мичиганского вагонного завода, решил, что будущее автомобильной индустрии — за тем, кто объединит в одной крупной фирме мелких производителей различных моделей. В 1908 году он и организовал «General Motors», последо-

вательно скупив 17 небольших заводов, в том числе «Buick», «Cadillac», «Oldsmobile», «Pontiac» и другие. Их названия не «утонули» в глубинах огромной компании, а наоборот, сохранились до наших дней в памяти, в языке и на торговых знаках.

### «BUICK»

Дэвид Бьюик (1855–1929), родившийся в Шотландии, был привезен родителями в Детройт в двухлетнем возрасте. В автомобильный бизнес он пришел в 1899 году. Увы, ему катастрофически не везло. Ради новой карьеры Дэвид оставил профессию продавца слесарного инструмента, создал собственную компанию и даже успел выпустить в 1903 году первый автомобиль «Buick», однако за три года потерял все свои сбережения. Бьюик был талантливым изобретателем, он сам спроектировал шасси для своей машины. Его открытие в области клапанной системы двигателя явилось значительным инженерным шагом вперед: клапаны были расположены над поршнями, что создало возможность для более полного впрыскивания бензина и лучшего его сгорания. Реализовать же свой проект на практике он не сумел...

Уже знакомый нам преуспевающий Уильям Дюран приобрел захиревший завод Бьюика и через два года сделал его самым крупным в то время автопредприятием в мире. А бедняга Бьюик ушел в нефтяную и золотодобывающую промышленность, но и там не слишком преуспел.

Торговая марка была зарегистрирована в 1916 году и первоначально имела такой вид: выполненная письменной вязью фамилия Бьюика на фоне формулы его «клапанного» изобретения. В поздней редакции (1947) сохранена только фамилия изобретателя. Дэвид Бьюик умер три четверти века назад, но, как говаривалось некогда и по другому поводу, — «имя и дело его живут». В этой преемственности, в сохранении добрых имен и традиций, возможно, один из ключей успеха изменчивой и мобильной (позвольте каламбур — автомобильной) страны Америки.

### «CADILLAC»

Небольшая детройтская фирма «Cadillac Motor Car» произвела свой первый автомобиль еще в 1903 году, то есть за несколько лет до покупки ее Дюрантом. Тогда она использовала в своем торговом знаке имя основателя Детройта, француза Кадиллака (1658–1730). Его полное имя выглядит так: Antoine de Lamothe, sier de Cadillac, а титул связан с названием маленького городка на юго-западе Франции, недалеко от Бордо.



Гасконец Кадиллак прибыл в Америку в 1683 году молодым лейтенантом королевской армии. Именно он выбрал место на берегу реки Детройт, сочтя его наилучшим для защиты от британцев. По распоряжению короля Кадиллак заложил здесь крепость и открыл бойкую торговлю с индейцами. Вначале в поселении жили всего пятьдесят человек, но уже спустя два года численность жителей достигла двухсот. Позднее Кадиллак был губернатором огромной территории Луизианы, затем в 1716 году вернулся во Францию, где умер в возрасте семидесяти двух лет. Его имя носит не только популярный автомобиль, но и город и озеро в северо-западном Мичигане, а также высокий горный пик в штате Мэн.

### «OLDSMOBIL»

На первый взгляд кажется — какое неудачное название для автомобиля, в нем как бы заключены два слова: «старая машина». Эта поверхностная языковая ассоциация ошибочна. Рэнсом Олдс (1864–1950) был одним из зачинателей американской автоиндустрии. Еще в 1886 году он начал экспериментировать с паровыми экипажами в механической мастерской своего отца, расположенной в Лансинге, штат Мичиган. Позднее Олдс создал четырехколесную машину на паровой тяге и продал ее в Индию, что явилось историческим фактом первой продажи американской автомашины за границу. За два года до Г. Форда, в 1896 году, он построил свой первый «олдсмобил» с бензиновым двигателем мощностью три лошадиных силы, имевший коммерческий успех. Олдсу также принадлежит приоритет в применении прогрессивного метода сборки, предшествовавшего современному способу массового производства.

В 1899 году при помощи богатого заготовителя леса Самуэля Смита из Лансинга была основана компания «Olds Motor», а уже через два года легкие одноцилиндровые дешевые «олдсмобили» появились на рынке. В 1904 году их продажа достигла пяти тысяч. Однако после острого конфликта со Смитом по поводу предложения последнего заменить популярную машину на большой туристический автобус Р. Олдсу пришлось покинуть компанию. А вскоре «олдсмобили» попали в «мягкие объятия» «General Motors», где вполне благополучно и пребывают до сегодняшнего дня.



**«PONTIAC»**

В 1926 году «General Motors» выпустила новый шестицилиндровый автомобиль, назвав его «Pontiac». На кузове имелся медальон с профилем индейца. В документе на регистрацию этой торговой марки было указано, что на знаке изображен индеец вообще, а не какой-то определенный человек. Это утверждение справедливо, но само название происходит от вполне конкретного города Понтиака в Мичигане, где и был расположен автомобильный завод. С момента основания города в 1818 году он был назван в честь легендарного вождя оттавского племени индейцев Понтиака, известного своей храбростью и незаурядным организаторским талантом. Он родился около 1720 года и к 50-м годам XVIII века добился большого влияния среди своего народа. В 1763–64 годы, известные в истории как «Война Понтиака», организовал серьезное сопротивление британским войскам в районе Больших Озер, проводил успешные атаки на военные поселения королевской армии. Понтиак умер в 1769 году при невыясненных обстоятельствах. Возможно, это был заговор враждовавших с ним соседних племен.

Вначале профиль индейца на торговой марке окружал девиз «Chief of the Sixes», то есть «Вождь шестерых». Эта игра слов подчеркивала важную особенность конструкции шестицилиндрового двигателя. С годами профиль со знака исчез, но имя храброго индейца и сейчас гордо сверкает на машинах миллионов автовладельцев.

**«CHEVROLET»**

В 1900 году в США прибыл молодой швейцарский инженер Луис Шевроле (1879–1941). Эмигрировал он из Франции, где занимался производством велосипедов. Автобизнес на новой земле долго не приносил ему финансового успеха: его машины были громоздкими, дорогими и конструктивно напоминали европейские гоночные модели. Луис и сам был отчаянным гонщиком: через пять лет после прибытия в Америку впервые участвовал в автогонках и пришел первым. Его время на дистанции в одну милю составило 52,8 секунды, что тогда было выдающимся рекордом. После его смерти имя Л. Шевроле было увековечено во всеамериканском Зале Славы лучших автогонщиков страны.

На очередных соревнованиях гоночных машин у него произошла «судьбоносная» встреча с... ну, конечно же, с вездесущим Уильямом Дюраном.



Президент «General Motors», популярно объяснив, какими должны быть конкурентоспособные автомобили, тут же предложил свои услуги. Их первая совместная машина «вышла (выехала) в люди» в 1911 году. Дюрант присвоил ей имя «Chevrolet», справедливо полагая, что это привлечет покупателя, потому что автогонщики (в том числе и Луис) были в то время героями дня; кроме того, это «звучит музыкально и имеет романтическое иностранное происхождение».

Сам же Шевроле, будучи в крупном бизнесе человеком менее рискованным, чем на гоночной трассе, вскоре продал свой пай Дюранту и вернулся к любимому спорту, создав несколько моделей гоночных машин. Затем он принимал участие в соревнованиях на моторных катерах, организовал авиационный завод в Иллинойсе (не имевший, кстати, промышленного успеха) и в конце жизни снова вернулся в «General Motors», возглавив отделение, все еще носившее его имя.

Любопытно происхождение торгового знака этой фирмы, который многие в Америке называют «галстук-бабочка». Неутомимый путешественник Дюрант дважды останавливался в одном и том же номере французского отеля. Ему так понравился рисунок обоев в этом номере, что он сорвал со стены небольшой кусочек, привез его в Америку и, показывая друзьям, пояснил: таким должен быть знак для автомашины — «он поможет ей двигаться в бесконечность». Похоже, что Дюрант был прав.

### «CHRYSLER»



Третья составная часть «Большой тройки» американской автоиндустрии обязана своим происхождением знаменитому промышленнику Уолтеру Крайслеру (1875–1940). Энергичный бизнесмен, он создал свой первый автомобиль в 1908 году, затем начал работать менеджером в отделении «Buick» компании «General Motors». Через четыре года Крайслер — президент отделения, а вскоре и вице-президент всей компании. Однако он не смог ужиться с Дюрантом, который вынудил его уйти в отставку в возрасте сорока пяти лет.

Впрочем, не все еще было потеряно. У. Крайслер принимает предложение возродить погибающую фирму «Maxwell Motor Car» и делает это довольно своеобразно: распускает фирму и на ее месте создает новую — «Chrysler Corporation». Через год на дорогах появляется шестицилиндровая модель «Chrysler», для которой были характерны отличная маневренность, высокая скорость — 50 миль в час (20-е годы!) и доступная цена. Далее последовали известные всем «Dodge» и «Plymouth».

С тех пор «Chrysler» прочно удерживает место третьей автокомпании в США.

Торговый фирменный знак — пятиконечная звезда, вписанная в четкий геометрический пятиугольник, — создан в 1962 году и с тех пор никогда не менялся.

## АВТОБУСНОЕ СООБЩЕНИЕ

В среде иммигрантов часто можно услышать сетования на «слабую развитость» американского общественного транспорта. Похоже, жалобы эти связаны с довольно странной «ностальгией» по трясущейся железной утробе советских автобусов, бесконечное ожидание которых превратило многолюдные остановки в излюбленную мишень фельетонистов. Да, в США личный автомобиль действительно — король дорог, особенно на трассах дом — работа. Однако в любой точке страны к услугам любителей комфортного и безопасного путешествия на значительные расстояния готова к отправке (причем, строго по расписанию) армада автобусов — «младших братьев» автомобиля.

### «GREYHOUND»

История этого знака связана с событиями девятистолетней давности, когда молодой бурильщик шведского происхождения Карл Уикман, работавший на железнорудных шахтах Миннесоты, попытался организовать небольшое агентство по продаже автомашин. Из его затеи ничего не вышло, и Уикман чуть было не вернулся снова в шахту, как вдруг (о это волшебное «вдруг»!) ему пришла в голову идея, легшая впоследствии в основу американского автобусного сервиса: он решил использовать самый большой семиместный автомобиль агентства для перевозки своих коллег-шахтеров с работы и на работу, из одного городка в другой на расстояние всего две мили. За поездку по ухабистой немощеной дороге была назначена цена пятнадцать центов, в оба конца — двадцать пять. Первый же день принес Карлу Уикману доход в виде двух долларов с четвертью.

Автобус-«челнок» стал настолько популярен среди шахтеров, что Уикман внес в него усовершенствования, добавив три дополнительных кресла и снабдив своих пассажиров в ветреные зимние дни пледами и горячими кирпичами под ноги. Через год (в 1915-м) между двумя крупными городами Миннесоты на расстоянии девятисто миль курсировали пять автобусов необычной удлиненной (из-за добавленных мест) формы. Чтобы

**GREYHOUND**

Greyhound Lines, Inc.

дорожная грязь была не так заметна на кузовах и машины стали узнаваемыми, Уикман покрасил их в серый цвет. Легенда гласит, что однажды хозяин придорожного отеля заметил Карлу: «Ваши автобусы напоминают мне несущихся мимо борзых собак».

По-английски «борзая собака» — «greyhound», и владелец автобусов тут же решил, что лучшего названия для его фирмы не придумает. Правда, здесь есть одна лингвистическая тонкость. Дело в том, что шутка хозяина отеля основана на созвучии английского слова «grey» — серый — и первой половины слова «greyhound». Однако в действительности борзые собаки очень редко бывают серыми, а их название, как утверждают этимологические словари, соотносится вовсе не с цветом, а со староанглийским словом «grieg», что означает «самка (сука)».

Как бы там ни было, автобусы с «собачьей» маркой сегодня принадлежат огромной процветающей корпорации, которая обслуживает всю страну.

#### «PETER PAN»



Имя сказочного персонажа Питера Пэна так же популярно в англоязычных странах, как, скажем, Ивана-Царевича в России, деревянного Пинокио и Маленького Мука в континентальной Европе. Этого героя создал шотландский драматург и новеллист Джеймс Барри (1860–1937), автор более чем тридцати пьес. Самая известная из них так и называется «Peter Pan» (1904) и повествует о мальчике, который не захотел расти и перелетел вместе с друзьями в сказочную страну «Никогда», где его ждали замечательнейшие приключения. Редкий случай — ему, герою детской литературы, поставлен памятник в центре Лондона.

Вот какое замечательное имя решили в 1933 году включить в свою сервисную марку создатели новой автобусной компании. Выбор их был безошибочным. Уже семьдесят лет по скоростным шоссе северо-восточной Америки, от Вашингтона до Торонто, спешат экспрессы компании «Peter Pan Bus Lines Incorporation», являющейся членом огромной национальной системы автобусных сообщений «Trailways». Лица и детворы и взрослых (которые в прошлом тоже ведь были «детворой») видны за стеклами комфортабельных машин, несущих на себе фигурку застывшего в сказочном полете мальчишки в зеленом костюмчике, шапочке и трогательных старинных туфельках.

## БЕНЗИН

Бензозаправочные станции — неременная деталь американского городского и сельского пейзажа. Появились они, разумеется, одновременно с автомобилями, но сам нефтяной бизнес и его продукт — бензин — имеют значительно более давнюю историю.

Нефтяная индустрия Америки зародилась в западной Пенсильвании еще во времена Гражданской войны. Первое успешное бурение скважины — 1859 год, вблизи города Тутсвилл. Спекулянты и люди, мечтавшие легко и быстро разбогатеть, заполнили этот район. Но вместо реализации мечты они вскоре получили суровый урок: за баррель (159 литров) нефти, который продавался 1859 году по 20 долларов, через два года можно было выручить... 20 центов. В борьбе за стабилизацию цен на нефть появилась небольшая группа расчетливых деловых людей, взявших под контроль железные дороги, трубопроводы и нефтеочистительные заводы. Среди них выделялся Джон Рокфеллер (1839–1937), энергичный торговец потребительскими товарами.

Ему было всего 24 года, когда он основал свой первый нефтезавод в Кливленде. Понимая, что с введением в строй каждой новой скважины будет падать цена на нефть, Рокфеллер решил монополизировать ее переработку и транспортирование. Для этого он раздобыл миллион долларов в виде займа и инвестиций, а в 1870 году создал знаменитую «Standard Oil Company». К началу века компания-трест (ее штаб-квартира находилась к этому времени в Нью-Джерси) контролировала уже 90 процентов нефтяной индустрии страны. И вот тут-то на пути удачливого бизнесмена встал Американский Закон. Принятый в 1890 году по инициативе сенатора Джона Шермана (младшего брата знаменитого генерала армии северян Уильяма Шермана) акт, получивший название «антитрестовского закона», был направлен против начинавшегося процесса монополизации отраслей индустрии в одних руках и на защиту, таким образом, одного из важнейших принципов свободы — свободы конкуренции. И сегодня, спустя более ста лет, этот закон действует и «сторожит» интересы потребителей.

А тогда, в 1906 году, федеральное правительство возбудило судебное дело против рокфеллеровской «Standard Oil». После двадцати дней ожесточенных юридических споров Верховный Суд вынес решение в пользу правительства, и трест был разделен на 34 конкурирующие компании. Большинство из них кануло в Лету, а некоторые, в том числе те, что были названы впоследствии «Mobil», «Amoco», «Chevron», и другие с успехом функционируют и в наши дни. О последних речь ниже, а пока — любопытная история торгового знака главной составной части «развалившегося» треста — собственно компании «Standard Oil».

## «ESSO»



В 1923 году был принят именно такой знак, который представлял собой не слишком удачно найденное производное первых букв двух слов названия компании (S.O.) что, впрочем, не помешало быстрому всемирному распространению знака. Спустя двенадцать лет марка была заключена в овал. В старых кадрах предвоенной западной кинохроники, в уличных сценах художественных фильмов тех лет рекламный овал «ESSO» — постоянное «действующее лицо». Но если за рубежом с этой маркой никогда не было никаких проблем (она используется там до сих пор), то на внутреннем рынке возникли трудности.

Связаны они были с тем, что в тридцатые годы «Standard Oil», владевшая областями восточного берега США, памятуя рокфеллеровские традиции, решительно двинулась на Средний и Дальний Запад, где действовали свои нефтяные фирмы, например «Humble» и «Enco». «Пришлось» их проглотить, но без замены (так решили судебные инстанции) самих фирменных названий. Постепенно сложилась ситуация, когда одни и те же нефтепродукты маркировались тремя различными торговыми знаками. Это не могло не привести к путанице и в итоге — к падению уровня продажи. Руководству компании следовало задуматься над переменой торговой марки на национальном рынке.

## «EXXON»



Поиск нового знака начался в 1967 году. Группа специалистов из четырех человек приступила к «охоте за именем» с использованием компьютерной техники. Исходная ограничительная задача была такой: название должно состоять не более чем из четырех-пяти букв, звучать строго отличительно и быть легко произносимым. Из общего первоначального числа 10 тысяч слов было отобрано 234. Затем список сократился до шестнадцати, потом до восьми. «Финалисты» были тестированы по 56 языкам мира и 113 диалектам. Прежнюю марку «Enco» отвергли, когда выяснилось, что на японском языке это означает «застрявшая машина». На последнем заседании в 1972 году кто-то из участников предложил «Exxon», причем забавно, что такое слово как раз отсутствовало в списке. Оно понравилось группе исследователей, президенту компании и совету директоров, да и опросы потребителей показали, что оно быстро узнаваемое и запоминающееся. Вскоре новая марка появилась на 25 тыс. станций автообслуживания и бензоколонок, 22 тыс. нефтяных скважин, 18 тыс. нефтехранилищ, на кредитных карточках,

униформе обслуживающего персонала, цистернах грузовиков и океанских танкерах... Это было самое крупное в истории американского бизнеса переименование компании со сменой торговой марки — оно обошлось в 100 миллионов долларов. Сегодня «Еххон» — нефтяная фирма номер один в мире.

Торговая марка законодательно относится к интеллектуальной собственности, и на нее распространяются правила правовой защиты. Кажущаяся невинной «игра» с торговой маркой может обернуться большими неприятностями. Вот характерный пример. В 1977 году в рождественском каталоге был предложен образец престижного подарка одной из фирм в Техасе. В нем поздравительная открытка по размеру, форме и цвету повторяла кредитную карту «Еххон», причем слово «Christmas» на ней было написано так, что первый слог Christ заменялся характерными бувами ХХ, соединенными в виде двойного креста, как в символе компании «Еххон». Нарушение права на уникальное начертание двойного «Х» и сам графический дизайн знака послужили основанием для жалобы. Адвокат потребовал от издателя каталога изъятия рождественской открытки из подарочных образцов. Ответчик согласился и принес свои извинения.

### «MOBIL»

Одним из «осколков» «Standard Oil», разрушенной Верховным судом, было ее отделение в Нью-Йорке. В том же году над бензоколонками иностранных филиалов фирмы взлетел красный крылатый конь. Греческий миф донес до нас, что Пегас родился из туловища горгоны Медузы, убитой Персеем. От удара копыта Пегаса на горе Геликон возник источник, из которого черпали вдохновение поэты. Сегодня трудно сказать, какими именно ассоциациями вдохновлялся тогдашний президент компании Генри Фолгер, однако доподлинно известно, что помимо нефтепродуктов выпускник юридической школы интересовался еще и литературой, собрав огромную коллекцию «шекспирианы», включая прижизненные издания пьес драматурга. Он завещал ее Библиотеке Конгресса, где для нее был выделен специальный зал. Так что, видимо, не случайно греческий миф проявился графически в торговом знаке компании Фолгера.

В Америку же Пегас прилетел только двадцать два года спустя вместе с надписью «Mobilgas». Слово «mobil» латинского происхождения («mobilis» означает «легко двигаться»). Жители штата Алабама могут возразить, поскольку в их штате есть старинный город Мобиле. Увы, название его



**Mobil®**

связано с именем индейского племени, жившего там издревле, и переводится как «гребля на каноэ».

В 50-е годы компания решила провести опрос покупателей, чтобы определить, насколько изображение Пегаса популярно и ассоциируется с бензоколонками «Mobilgas». Результаты оказались тревожными: водители знали, что крылатый конь и бензин как-то связаны между собой, но далеко не каждый был уверен, что это бензин данной компании. Последовали два года напряженной работы, тестирования и переосмысления рисунка марки. Должен ли Пегас исчезнуть с нее? Нужно ли знак полностью сохранить? Удачно ли само название «Mobilgas»? Как быть с цветом и формой знака? Исследователи даже создали специальные формулы, чтобы основательно взвесить и сравнить все эти факторы.

В результате появился новый товарный знак «MOBIL» — четыре буквы синего цвета и одна («O») красного. Создатели его уверили владельцев, что такой знак лучше виден с большого расстояния. Они убедили компанию, что Пегас на самом деле — лишняя деталь. Однако прошли годы, и красный конь вернулся на бензоколонки, правда, не на самом рисунке знака, а на декоративном оформлении станций.

### «AMOCO»



Эта известная нефтяная компания, торгующая не только на американском континенте, но и в сорока странах мира, начиналась со скромного отделения «Standard Oil» в Индиане. Обретя самостоятельность, она уже с 20-х годов прошлого века стала использовать в своем знаке рисунок горящего факела. Не исключено, что авторов знака навел на эту идею популярнейший облик статуи Свободы, держащей факел в высоко поднятой руке. Замечу, кстати, что этот символ (torch — факел) стал в свое время кодовым названием успешной операции по высадке союзных войск в Северной Африке в 1942 году, возглавляемой генералами Эйзенхауэром и Монтгомери.

После слияния в 1954 году с нефтяной фирмой «American Oil Company» было решено первые буквы этого названия использовать в графическом решении торгового знака и заключить их в овал вместе с факелом. Претерпев некоторые изменения в 60-е годы, когда была развернута всеамериканская кампания за совершенствование дизайна торговых марок, модернизированный факел и в наши дни «освещает» тысячи бензоколонок.



**«GULF»**

Английский язык «придумал» для названия части океана или моря, вдающейся в сушу, не одно слово «залив», а целых два: «bay» — для небольших участков и «gulf» — для значительных прибрежных водных просторов, имеющих к тому же зауженную горловину. Таких огромных заливов в США всего два: один — у берегов Аляски, а второй, наиболее известный, именуется Мексиканским заливом (Gulf of Mexico). Кстати, знаменитый теплый Гольфстрим (Gulf Stream) именно здесь берет свое начало, причем не только географическое, но и лингвистическое.



Мексиканский залив омывает территорию пяти штатов, в том числе и Техаса, где век с лишним назад началась нефтяная «революция». Верховный суд этого штата еще до всеамериканской шумихи вокруг «Standard Oil» заблаговременно принял антитрестовский закон, закрывший земли Техаса для экспансии Рокфеллера. В результате появилось несколько независимых нефтепроизводителей, особенно после того, как в 1901 году недалеко от города Хьюстона (будущего центра астронавтики) с применением нового метода роторного бурения было открыто богатейшее месторождение нефти. Оно-то и дало начало компании «Gulf». Далее, в 1906 году, началась эксплуатация еще одной скважины — в Тулусе (Оклахома), за ней в 1913 году появилась первая бензоколонка в Питтсбурге (Пенсильвания)... Вскоре по всей стране, в том числе в северных и континентальных штатах, которые отделяли от Мексиканского залива тысячи миль, стала привычной принадлежностью автодорог реклама бензина «Gulf». Однако самой компании не существует с 1984 года, с того момента, когда ее присоединил к себе более сильный конкурент, нефтепроизводитель, пользующийся мировой известностью, —

**«CHEVRON»**

Статистика сообщает, что сегодня эта фирма является десятой крупнейшей индустриальной компанией США, осуществляющей производство и продажу нефтепродуктов и природного газа в сорока восьми штатах.



Ее торговый знак с характерным очертанием выпуклых наклонных букв, напоминающих шевронное колесо, и с центральной крылатой «V», похожей на угловой шеврон-нашивку, хорошо знают в Канаде, Африке, Японии, Бразилии и даже в районе Северного моря. В последнее время «Chevron» вкладывает значительные средства в нефтеносные районы

Казахстана: так, сумма инвестиций в Тенгизское месторождение составила более семисот миллионов долларов.

А корни этой процветающей фирмы уходят в последнюю четверть XIX века, когда маленькая компания спустя тридцать лет после «золотой лихорадки» вышла на рынок с новым продуктом земных недр — нефтью, которую, помнится, советская журналистика, всегда склонная к красоте стиля, называла «черным золотом». Калифорнийская «Standard Oil» устояла после «жесткого» союза с Рокфеллером, обосновала свою резиденцию в Сан-Франциско и сменила торговую марку на международно-понятный «Chevron» (на старофранцузском «chevron» означало «стропила», служившие «V»-образной деталью романской архитектуры).

«Chevron» преуспевает не только в нефтяном бизнесе Америки, но и в таких перспективных районах, как Бахрейн и Саудовская Аравия. Успешная борьба с конкурентами привела к уже упомянутому приобретению фирмы «Gulf» за рекордную сумму 13,3 миллиарда долларов. Однако превыше всего в бизнесе — «традиционная» память потребителя. А посему — да здравствует «Gulf» в одних штатах и «Chevron» в других!

### «TEXACO»



1902



1909



1920



1936



1959



TEXACO

1980

Если взглянуть на карту полезных ископаемых США, то не трудно заметить, что Техас буквально испещрен ажурными значками нефтяных скважин, которые «прошагали» через весь штат, с востока на запад, включая даже городок... Одессу, чей русский тезка знаменит, кажется, более всего юмором, а не нефтью.

Когда давным-давно распространилась весть о техасских подземных чудесах, коммерсанты поспешили туда в расчете на быстрый успех. Среди них был и Джозеф Куллинен, будущий геодезист «Standard Oil».

Он привлёк капиталы своего приятеля, нью-йоркского дельца А. Шлаета, и они вместе организовали компанию, назвав ее кратко и выразительно «Техасо» — от двух слов «Texas» и «Company».

Обогнав десятки фирм в границах Техаса, новая фирма начала «покорять» Америку: ее первый нефтеперерабатывающий завод появился в 1911 году в Иллинойсе, а в 1928-м она уже была на первом месте в нефтяном бизнесе среди 48 штатов. Затем последовало освоение дальних

регионов — Колумбии, Венесуэлы, Индонезии. Сегодня «Техасо» — третье по величине нефтяное объединение в стране (после «Еххон» и «Mobil»).

А на торговой марке, выдержанной в черно-красной палитре, независимо от того, бензозаправка ли перед вами или банка с машинным маслом, видна пятиконечная звезда — символ штата Техас, прозвище которого — «Штат одинокой звезды». Она «взошла» на флаге штата еще в 1839 году, в период одиннадцатилетнего существования Техаса в качестве независимой республики (это было после победы в войне против Мексики и до вхождения штата в состав США).

### «SHELL»

История этого знака началась сто восемьдесят лет назад жарким летним днем в пригороде Лондона, где Маркус Самуэль владел маленьким антикварным магазином. Его дети проводили каникулы на морском берегу и собирали там множество красивых ракушек. Они решили поразвлечься, прикрепляя свои находки к пустым коробочкам из-под завтраков, а затем с гордостью продемонстрировали свою работу отцу. Маркус не просто порадовался, увидев их поделку; чутье торговца подсказало ему, что у детской забавы есть будущее. Он изготовил немало подобных сувениров, прикрепив к ним не только сами ракушки, но и яркие этикетки популярных курортов, где они «водились».

Женщины во все времена любили безделушки; не отличалась в этом смысле и та далекая «викторианская» эпоха. Для любительниц экзотики Самуэль приступил к импорту отполированных затейливых раковин из заморских стран. Антикварный магазин приобрел широкую известность, его стали называть «Shell Shop» (по-английски «shell» — раковина). Прибыль быстро росла, и тогда Самуэль основал коммерческий рынок для раковин на базе мануфактуры, производящей изделия из перламутра, а в 1830 году начал крупную международную торговлю восточным антиквариатом и изделиями из ядер кокосового ореха.

Основатель процветающего бизнеса умер в 1870 году в возрасте семидесяти трех лет, передав дело сыну, Самуэлю-младшему (1853–1927), который решил раздвинуть границы интересов фирмы. Вначале это была торговля бочковым керосином, а в последнее десятилетие XIX века нефтеналивные танкеры английского предпринимателя уже перевозили русскую нефть в районы Дальнего Востока, что было прямым вызовом



**Shell**

американской «Standard Oil». В 1897 году Самуэль образовал компанию «Shell Transport & Trading Co», суда которой «дотягивались» не только до месторождений России и Румынии, но до Суматры и Борнео... Не остались забытыми и тexasские недра: еще в 1901 году «Shell» появилась на американской земле, закупив у фирмы «Gulf» огромную партию нефти для транспортирования ее в Европу. Активность Самуэля была оценена по-королевски (в прямом смысле): в 1898 году он был посвящен в рыцарское звание, а за два года до смерти ему был присвоен дворянский титул виконта.

Торговый знак с крупной желтой ракушкой на красном фоне был зарегистрирован в 1904 году. С тех пор утекло много воды (впрочем, нефти тоже); компания «Shell» слилась с крупнейшей голландской фирмой «Royal Dutch», образовав гигант современной мировой индустрии, но по-прежнему во всем мире на заправочных станциях можно увидеть знакомую эмблему с ракушкой, которую однажды нашли на морском берегу дети торговца антиквариатом.

### «PHILLIPS 66»



Этот торговый знак состоит из двух частей: буквенной и цифровой. Первая часть — фамилия основателя компании Фрэнка Филлипса, который, будучи преуспевающим парикмахером в Айове и женившись на дочери банкира в 1897 году, начал давать ссуды под залог. Однажды он повстречал миссионера методистской церкви, проповедовавшего индейцам в Оклахоме, и тот сообщил ему о необыкновенных возможностях нефтяного промысла.

Филлипс переехал в Оклахому и основал там нефтефирму. И хотя две первые скважины оказались пустыми, зато третья положила начало целой цепочке из восьмидесяти одной продуктивной скважины. Вместе со своим братом, тоже банкиром, бывший парикмахер создал компанию «Phillips Petroleum», которая вскоре распространила свое влияние и на другие штаты.

И тут наступает черед для рассказа о цифровой части торгового знака. «Phillips» построила в 1927 году нефтеперерабатывающий завод у города Боргер (Техас), через который проходила оживленная дорога номер 66, соединявшая Чикаго с Лос-Анджелесом. Это одно из самых знаменитых скоростных шоссе в американской истории, и хотя по старому пути сейчас проложены новые шоссе с другими номерами, но до сих пор, как национальные реликвии, сохраняются столбики и вывески с цифрой 66.

Трасса стала даже «героиней» известного романа Джона Стейнбека «Гроздь гнева», где он назвал ее «Дорога-Мать».

Когда компания «Phillips» задумала построить первую бензозаправочную станцию, она направила на испытания новой марки бензина своего представителя. В архивах фирмы сохранилось описание следующего эпизода. Во время езды по трассе представитель фирмы заметил водителю: «Похоже, что автомобиль на нашем новом бензине бежит со скоростью шестьдесят?» «Шестьдесят — ерунда, — ответил тот. — Мы делаем шестьдесят шесть!» На следующий день, когда руководство фирмы обсуждало этот диалог, кто-то спросил: «А где находилась в этот момент машина?» «Около Тулусы (Оклахома), на шоссе 66», — был ответ. Независимый комитет счел такое совпадение впечатляющим и единогласно утвердил цифру «66» для торговой марки.

### «SUNOCO»

Еще один пример сплошной «семейственности» в истории американского бизнеса. Промышленник Джозеф Пью (1848–1912) начал с продажи природного газа в Пенсильвании и в 1892 году проложил трубопровод в Питтсбурге для домашних и промышленных целей. Четыре года спустя на заработанные деньги он основал в штате Огайо «Sun Oil Company», приняв для торгового знака сокращение этих трех слов — «Sunoco». Нельзя сказать, что Огайо — самый солнечный штат Америки, но краткое «sun» было явно удачной торгово-рекламной находкой.



Завоевав еще несколько штатов, от Нью-Джерси до Луизианы, Пью «на ходу» передал дело двум сыновьям, Джону и Джозефу-младшему, которые повели свой наследственный корабль в прямом смысле в море, поскольку занялись строительством морских судов. Не забыли они и о нефтебизнесе: их первая бензозаправочная станция была открыта в 1920 году. Именно тогда над ней появилось название компании в ромбе, «пронзенном» позади стрелой. Таким образом братья отдали дань семейной истории: их отец двадцать пять лет назад некоторое время владел нефтеочистительным заводом в Толедо (Огайо), который он назвал «Diamond Oil», то есть «бриллиантовая», сверхочищенная нефть. В английском языке «diamond» означает не только «бриллиант», но еще и «ромб». Эту игру слов и использовали братья, чтобы увековечить на торговой марке память об отце. Нынешняя цветовая гамма знака (желтый ромб и красная или синяя стрела) зарегистрирована в 1954 году.

## «MARATHON»



Как известно, в легкой атлетике марафонский бег связан с легендой о древнегреческом воине, пробежавшем 40 километров из Марафона в Афины с вестью о победе над персами (490 год до н. э.). Если на торговом знаке фирмы, продающей горючее, изображен марафонец, рвущий финишную ленточку с надписью «Лучший в беге на длинные дистанции», — водитель не станет сомневаться, что именно этим бензином следует наполнить бак.

Так решила известная нефтяная компания «Ohio Oil», приобретая в 1930 году небольшую фирму-конкурент, которая использовала эту марку уже пятнадцать лет. А спустя тридцать лет поменяла свое собственное название на «Marathon Oil Company», а знак видоизменила: удалила из него полуобнаженного греческого бегуна (может быть, из патриотических соображений?) и поместила взамен большую букву «М», заключенную уже не в круг, а в шестиугольник.

## АВТОМОБИЛЬНЫЕ ШИНЫ

Рассказ о колесном транспорте был бы неполным, если не упомянуть о производителях резиновых шин. Тем более что родиной процесса вулканизации натурального каучука (без чего появление современной «обуви» для автомашин было бы немыслимым) являются Соединенные Штаты.

## «GOODYEAR»



В 1839 году сын торговца скобяными изделиями из Коннектикута Чарльз Гудийр (1800–1860) после десятилетних экспериментов с резиной с целью добиться ее морозо- и теплоустойчивости совершил очень важное открытие. Произошло это случайно: Чарльз пролил смесь индийского каучука и серы на раскаленную плиту, а когда соскреб образовавшуюся массу, то обнаружил, что резина теперь растягивается несравненно лучше, сохраняя при этом прочность. Он запатентовал способ, назвав его вулканизацией — по имени древнеримского бога огня Вулкана.

Судьба этого патента в Америке была печальной: многие ловкачи стали пользоваться им, обходя изобретателя. Бесчисленные судебные иски были им проиграны. Гудийру пришлось переехать во Францию, но и здесь его преследовали неудачи. Попытка создать фабрику по производству ре-

зины провалилась, и за неуплату по банковским счетам Гудийр оказался в камере парижской долговой тюрьмы. Он умер в Нью-Йорке в полной нищете.

Однако имя талантливого изобретателя увековечено в американской истории. Сделали это предприимчивые братья Чарльз и Фрэнк Зейберлинг из города Акрон (Огайо), когда в 1898 году основали компанию «Goodyear Tire & Rubber Company» по производству литых шин для велосипедов и колесок. Позже наступила очередь пневматических шин — в 1910 году компания выпускала уже одну треть всех автомобильных покрышек в стране.

Во время Первой мировой войны большую известность приобрели дирижабли «Goodyear», да и в годы Второй мировой о них вспомнили — использовали для патрульного наблюдения за немецкими подлодками. Фирма участвовала в исторической космической программе США; ее шинами был оснащен спускаемый аппарат «Аполло-14», предназначавшийся для посадки на Луну.

Сегодня «Goodyear» не только крупнейший в стране и в мире изготовитель шин и резиновых изделий, но также производитель химических продуктов, обуви, упаковки, пленки...

Торговый знак был зарегистрирован в 1900 году. В поисках нужного символа Чарльз Зейберлинг обратил внимание на статуэтку римского бога Меркурия, стоявшую на колонне у лестницы в его доме. Бог торговли и покровитель путешественников всегда изображался с крыльями, прикрепленными к его сандалиям, дорожной шляпе и жезлу. Чарльз, вспомнив, что Меркурий — быстроногий гонец, приносящий хорошие вести, разделил фамилию основателя резинового производства на две части, поместив между ними «крылатую» сандалию. Так что если кто-то прочтет торговый знак как «*добрый год*», это, возможно, и будет то, на что рассчитывал создатель языковой шутки-знака более ста лет назад.

### «FIRESTONE»

Попытка и в этом случае произвести «лингвистическое вскрытие» торговой марки методом ее разделения на две части («fire» — огонь, «stone» — камень) ни к чему путному не приведет, поскольку ни к прочности, ни к огнеупорности шин это название не имеет ни малейшего отношения. За ним стоит фамилия основателя фирмы, и только.

**Firestone**

Харви Файерстоун (1868–1938), сын богатого фермера в штате Огайо, не захотел наследовать отцовское дело, а переехал в город и устроился сначала бухгалтером, затем продавцом в аптеке. Попад на фабрику, выпускавшую колесные экипажи, он чутьем бизнесмена понял, что твер-

доколесные шины скоро преобразятся. Свою компанию «Firestone Tire & Rubber Co.» он основал в Акроне в 1900 году, став ее президентом на всю жизнь. Совсем близко, буквально за спиной, Харви чувствовал дыхание конкурентов (братья Зейберлинг уже заявили о себе в том же Акроне!). Последовал успешный выпуск на рынок нескольких видов шин, включая камерные, а затем и первые воздушно-бескамерные (1931). В 1924 году Файерстоун приобрел небольшую плантацию натурального каучука в Либерии; через два года ее размеры составляли уже 400 тысяч гектаров.

Под руководством предпринимателя были освоены каучуковые ресурсы Филиппин, Южной Америки. Научные исследования сблизили его с Генри Фордом и Томасом Эдисоном, с которыми его связывала и личная дружба, основанная на тяге к совместным путешествиям.

Сегодня, в XXI веке, представительства компании «Firestone» работают во многих странах мира, и на их зданиях, на их продукции четко вырисовываются выполненные «под старину» угловатым шрифтом буквы фамилии родоначальника фирмы, возникшей на американской земле в первый год XX столетия.

## ЗНАКИ НА ДОРОГАХ

Нет-нет, уважаемый читатель, наш рассказ не о знаках дорожного движения. Даже при первом выезде на главную дорогу американского города или на шоссе нельзя не заметить прикрепленные к столбикам круглые знаки с непонятной на первый взгляд атрибутикой. Это символы чрезвычайно популярных в США массовых клубов, обществ или братств. Если член какого-либо общества видит на дороге «свой» знак, то понимает: где-то рядом находится штаб-квартира местного отделения этой организации.

### «ROTARY INTERNATIONAL CLUB»



Этот клуб был организован в 1905 году молодым чикагским адвокатом Паулем Харрисом как сообщество деловых людей, готовых к благотворительной работе и помощи больным людям. На одном из первых заседаний инициативной группы в качестве названия выбрали слово «rotary» (вращение, чередование), поскольку было решено, что принимать членов клуба они будут попеременно, по очереди. Эмблемой поначалу стал рисунок простого вагонного колеса; в 1912 году его заменили на зубчатую шестерню. Современный знак, на котором четко изображен посадочный шпоночный паз в центре



(технический признак надежной передачи вращения), был зарегистрирован в 1923 году.

Маленький клуб в Чикаго с годами превратился в огромную международную систему: его отделения существуют ныне в 167 странах, в том числе и в России, а общее число членов превышает миллион человек.

«Rotary» объединяет людей разных национальностей, вероисповеданий и специальностей, воспитывая в них идеалы волонтерского служения обществу, поощряя высокие этические стандарты в бизнесе и профессиональной деятельности. Много внимания уделяется выдаче студенческих стипендий для учебы за рубежом, международному деловому обмену. Значительные суммы направляются клубом на программы защиты здоровья детей от инфекционных заболеваний, особенно полиомиелита.

Центр клуба расположен в городе Эванстоуне (Иллинойс); здесь же издается ежемесячный журнал на английском и испанском языках. Женщины принимаются в американские отделения с 1987 года.

#### «KIWANIS INTERNATIONAL CLUB»

Этот клуб был образован в Детройте в 1915 году как благотворительная добровольная организация мужчин и женщин, совмещающих свои деловые интересы с жизнью местных общин. Слово «kiwanis» имеет отношение к индейскому созвучию, которое примерно переводится как «делать себя известным». В наши дни клуб объединяет более трехсот тысяч человек в США, Канаде, Японии, странах Западной Европы и многих других. Цели объединения — поддержка международных усилий по сохранению мира и взаимопонимания, финансирование медицинских, в частности антиалкогольных, программ, материальная помощь студентам высшей школы и колледжей. Центральное руководство клуба расположено в Индианаполисе (Индиана).



#### «LIONS INTERNATIONAL CLUB»

Слово «лев» на любом языке буквально означает не только Стордого «царя зверей», но еще и фигурально — храброго, сильного мужчину. Вспомните, например, короля Ричарда Львиное Сердце или роман «Молодые львы» американского писателя Ирвина Шоу о фронтовиках последней мировой войны. Поэтому нет ничего удивительного в том, что когда в Чикаго в 1917 году начинающий страховой агент Мелвил Джонс задумал создать клуб активных деловых людей, он дал ему имя «Lions» («Львы»).



Джонсу решительно не нравилось, что многие мелкие общества в то время были настроены эгоцентристки и в их работе ощущались коммерческие тенденции. «Бескорыстная помощь другим» — вот что стало девизом нового клуба. И хотя возник он позднее своих вышеупомянутых старших «коллег», в наши дни «Lions» — самая крупная международная ассоциация подобного рода: ее отделения находятся в 165 странах мира, а общее число членов достигает полутора миллионов человек.

Клуб заботится о медицинской помощи людям со слабым слухом и зрением, больным диабетом, инвалидам, жертвам природных бедствий. Он финансово поддерживает программы международных детских лагерей, а также скаутское движение. Штаб-квартира — в городе Оук-Бруке (Иллинойс), где издается журнал *The Lions Magazine* на девятнадцати языках мира.

### «MASONS»



Масоны... Сколько легенд, полумистических выдумок, нетерпимости связано с этим старинным религиозно-этическим движением. В странах с коммунистическими режимами оно было просто запрещено, как, впрочем, и в фашистских Италии и Германии. В России же в среде больших любителей национальной чистоты придумано и вовсе немыслимое словесное пугало — жидомасоны.

Братство масонов возникло более шести столетий назад, когда профессиональные ремесленники начали объединяться в гильдии. Строители, создававшие в Европе кафедральные соборы и иные здания из камня, дали своим группам название «масоны» (слово имеет латинскую и старофранцузскую этимологию и означает «умение работать с камнем»). Их основными ячейками стали так называемые ложи. В 1717 году в Англии несколько лож объединились, создав систему ритуалов и символов, используемых и сегодня. В большинстве своем масоны являются протестантами (католическая церковь запрещает своим adeptам принадлежать к масонам). Их собрания вовсе не всегда секретны, как это принято считать, а становятся закрытыми лишь во время молений и таинств посвящения в ложу.

Популярность масонов весьма велика благодаря исповедуемым ими принципам, которые заключаются в высокой поведенческой морали и истовом служении Богу (еще первые масоны-каменщики называли Бога «Великим строителем Вселенной»). В исторической летописи масонов много славных имен: Джордж Вашингтон, Бенджамин Франклин, Моцарт, Бернс, Вольтер...

Масонов в мире нынче более пяти миллионов, в том числе три с половиной миллиона — в США. Вот почему на американских дорогах столь часто встречается знак масонского братства, состоящий из скрещенных циркуля и линейки-угольника (старинного рабочего инструмента каменщиков-строителей) с крупной буквой «G» в центре — первой буквой слов «God» (Бог) и «Geometry» (геометрия).

## АВИАЛИНИИ

В послевоенные годы сталинская пропаганда в поисках «национального первородства» совершила своего рода переворот в науке: все главные открытия объявили русскими, а не «заморскими». Не была обойдена в те времена и авиация: первый «планирующий полет» совершил, оказывается, не Отто Лилиенталь (Германия), а русский крестьянин времен Ивана Грозного; первый полет на воздушном шаре — не братья Монгольфье (Франция), а рязанский подьячий Крякутной; первый же полет на аэроплане — не братья Райт в США, а Александр Можайский.

На самом деле братья Уилбер и Орвилл Райт, владельцы велосипедной мастерской в Огайо, увлекшиеся авиастроением, первыми в мире 17 декабря 1903 года подняли в воздух построенный ими приводной самолет, за рычагами управления которого находился младший — Орвилл. Полет продолжался двенадцать секунд, скорость его была тридцать миль в час, высота — примерно три метра. Вот эти-то секунды и метры положили начало современной мировой авиации, а самолет братьев Райт, став национальной реликвией, окончательно «приземлился» в Музее астронавтики в Вашингтоне.

## «AMERICAN AIRLINES»

В конце 20-х годов прошлого века в небе Соединенных Штатов летали самолеты, принадлежавшие десяткам небольших фирм, которые перевозили даже не пассажиров, а почту. Одна из них, расположенная в штате Миссури, в 1926 году организовала первый в Америке рейс по транспортировке почты между Чикаго и Сент-Луисом. Пилотом самолета, несшего на борту «исторический» мешок с письмами, был Чарльз Линдберг, вскоре ставший героем Америки: он первым в мире совершил одиночный перелет через Атлантику, стартовав в Нью-Йорке и приземлившись через тридцать три с половиной часа на аэродроме Бурже в Париже.



Пожалуй, имя Ч. Линдберга — это все, что осталось от той маленькой миссурийской авиационной фирмы, поскольку в 1934 году она наряду с еще 80 другими вошла в состав единой крупной компании, названной ее создателями «American Airlines» («АА»). Среди ее руководителей был банкир Аверелл Гарриман, ставший позднее, во время Второй мировой войны, известным дипломатом, послом Соединенных Штатов в Москве. В истории «АА» были разные периоды, она испытала взлеты и падения (в переносном смысле), но сегодня это одна из самых больших авиакомпаний не только в стране, но и в мире: число ее служащих приближается к сорока тысячам.

Фирменный знак с силуэтом орла был зарегистрирован в период организации компании. В последующие годы он претерпел небольшие графические изменения (на рисунке — версия 1948 года). Однажды дизайнеры решили было удалить орла со знака, но это вызвало энергичный протест служащих под лозунгом «Спасите орла!» И представьте себе — спасли.

*Необходимое отступление.* Будет справедливо предположить, что служащие «АА» руководствовались самыми что ни на есть патриотическими чувствами, поскольку орел давно считается национальной птицей страны. Впервые с этим символом пришлось столкнуться делегатам Континентального Конгресса. В день подписания Декларации Независимости 4 июля 1776 года был создан Комитет Трех (Т. Джефферсон, Б. Франклин и Дж. Адамс) для подготовки рисунка государственной печати. И тут между членами Комитета возникли разногласия: Джефферсон считал, что следует использовать библейский сюжет о Моисее и его народе, которые, спасаясь от преследования египетским фараоном, переходят через разделенные воды Красного моря; Франклин склонялся к классическому варианту — фигура Геркулеса, наблюдающего за противостоянием Добродетели и Праздности. Наконец, все трое согласились на символических образах Свободы и Юстиции на фоне схематических контуров стран, из которых прибыли колонисты. Однако их предложение было отвергнуто Конгрессом, и лишь спустя шесть лет (1782) сильная, гордая и свободная птица возникла на Большой Печати США, чтобы затем навсегда «влететь» в сознание каждого американца.



В когтях орла — оливковая ветвь (мир) и пачка стрел (военная защита страны), над головой — тринадцать звезд (по числу первоначальных колоний-штатов), образующих в совокупности шестиугольник. В клюве у птицы лента с латинской цитатой из речи Цицеро-

на: «E Pluribus Unum» — «Из многих — единое». Вот уже более двухсот лет это замечательное изречение является девизом Соединенных Штатов Америки.

### «CONTINENTAL»

Основатель компании и ее многолетний президент Роберт Сикс в юности был человеком увлекающимся. Когда в калифорнийской газовой фирме, где он служил, узнали, что молодой клерк в рабочее время берет уроки летного мастерства, его незамедлительно уволили. В 1929 году (ему в то время было двадцать два) Сикс получил диплом летчика, приобрел крошечный аэроплан и организовал туристские полеты над живописным ландшафтом. В выходные дни он участвовал в авиационных соревнованиях. Наступившая экономическая депрессия разрушила наладившийся было бизнес, и Сикс направляется в Шанхай, где нанимается пилотом в китайскую национальную авиакомпанию. Через два года Сикс возвращается и становится водителем грузовика. Но небо манит, и в 1937 году, удачно женившись, он на одолженные у тестя деньги приобретает маленькую фирму «Varney» и оснащает ее купленными в кредит самолетами.



В числе первоочередных дел было ее переименование: Сикс считал, что с таким «скучным» именем, как «Varney» (а это была фамилия прежнего владельца), рассчитывать на коммерческий успех не приходится. Вот тогда и появилось на фюзеляжах, билетных кассах, офисах его компании слово «Continental». Тот, кто решит, поверив в импульсивную языковую «подсказку», что за этим названием стоят слова «континент», «континентальные полеты», — совершит ошибку.

В английском языке слово «continental» многозначно: помимо упомянутого «прямого» перевода, оно еще означает прилагательное, относящееся к первым американским колониям, ставшим независимыми; отсюда, например, название Конгресса (1774–1789) — Континентальный. Так назывались и солдат эпохи Войны за независимость, и даже бумажные деньги той поры. Вот какое близкое американскому сердцу и слуху имя для своей авиалинии придумал Р. Сикс, остававшийся на посту президента до 1982 года и ушедший в отставку в возрасте 74 лет.

А торговый знак, по контрасту с названием, отличает ультрасовременный дизайн, который выразительным языком графики передает ощущение полета, скорости...

## «PAN AMERICAN AIRWAYS — PAN AM»



В 1927 году Джин Трайл, бывший морской летчик периода мировой войны, основывает скромную авиалинию для перевозки почты между городом Ки-Уэст (Флорида) и Гаваной. В названии он, как бы прогнозируя будущее, использует сочетание «panamerican», что означает «всеамериканский», то есть географически относящийся к Северной, Центральной и Южной Америке.

Уже через год на новом маршруте — три пассажирских аэроплана по восемь мест в каждом. Это был первый в Америке воздушный рейс, где соблюдалось расписание. Вообще в истории «Pan Am» можно обнаружить еще множество «впервые»: в конце 1929 года организована первая авиасвязь между США и восемью странами Карибского бассейна (19 тыс. км); в 1936 году — первый перелет через Тихий океан по маршруту Сан-Франциско — Манила, а в 1939 — трансатлантический рейс Нью-Йорк — Лиссабон. В анналах компании зафиксировано, что в 1929 году впервые в обслуживание на борту самолета было включено питание, а горячая еда стала подаваться пассажирам шесть лет спустя. В самом начале своей карьеры Д. Трайл как-то заявил: «Наш самолет должен быть в каждом аэропорту мира». Этого он и добился во время своего президентства (до конца 60-х).

Торговая марка в виде глобуса стала использоваться компанией с момента основания. В 1944 году была принята новая версия знака, на котором вполне реалистично выполненный рисунок земного шара дополнялся раскрытым в полете крылом с аббревиатурой из трех слов, составляющих название. Спустя четырнадцать лет новые художественные веяния требовали более лаконичной графики: упрощенный контур земного шара с нанесенной на него координатной сеткой. В своей регистрационной заявке художник обосновывал новое решение тем, что этот символ наиболее экспрессивно передает «пространство, скорость и точность». А что же «исчезнувшее» крыло? «Идя навстречу пожеланиям трудящихся», служащим компании было разрешено носить «крылатый» значок на лацканах пиджаков.

В последние годы «Pan Am» переживает нелегкие времена, почти не видно рекламы этой авиалинии, но хочется верить, что ее всемирно известная торговая марка принадлежит не только истории.

**«TRANS WORLD AIRLINES — TWA»**

Как уже говорилось, «небесная конкуренция» во второй половине 20-х годов прошлого века была весьма острой. Чтобы выжить, небольшие авиафирмы старались перецеголять друг друга либо громкими именами летчиков, либо полетными новшествами, либо тем и другим вместе. Так, например, компания «Transcontinental Air Transport» (будущий «родитель» «TWA») в 1929 году приняла на работу известного читателю Чарльза Линдберга (после его знаменитого перелета) для проверки и освоения совершенно нового маршрута, подсказанного отсутствием в то время приборов ночного видения: смешанного железнодорожно-воздушного путешествия от восточного берега страны до западного — из Нью-Йорка в Лос-Анджелес. Ночью пассажиры ехали поездом, а днем летели самолетом. Вся поездка занимала тогда 48 часов.

Вторым известным всей стране человеком, сотрудничавшим с компанией, была Амелия Эрхарт, которая через год после Линдберга пересекла Атлантику в составе экипажа. В 1932 году она повторила его подвиг уже в одиночку. Не будет лишним, говоря об этих героях, сообщить и о трагической судьбе, которая постигла их обоих: ее — в воздухе, его — на земле. В том же, счастливым для Амелии 1932 году, Америка содрогнулась от сообщения о похищении двухлетнего сына Линдберга, и хотя тот заплатил выкуп в размере пятидесяти тысяч долларов, ребенка нашли мертвым. Убийца, нью-йоркский плотник, был обнаружен, приговорен к смерти и казнен. А Эрхарт во время попытки в 1937 году совершить полет вокруг Земли погибла над Тихим океаном.

Между тем владельцы «Transcontinental» осознали, что лишь объединение поможет им выстоять в борьбе «за воздух», и в 1930 году вместе с конкурентом «Western Air Express» образовали совместную компанию, названную ими по первым буквам двух основателей — «TWA». Обратите внимание, что среднее «W» означало тогда всего лишь ориентацию одного из партнеров на западную (Western) часть американского континента. На счету новой фирмы такие новшества 30-х годов, как перевозка по воздуху живого скота (1931) и полет через территорию всей страны, «от берега до берега», без железнодорожного «участия», за 24 часа (1934).

Когда компания освоила все континенты Земли, пришла очередь (1950) и для смены названия на «Trans World Airlines», тем более что ставшее популярным к тому времени сокращение «TWA» оставалось прежним (средняя буква соответствовала теперь слову «world»). Торговый знак с двойным силуэтом глобуса был зарегистрирован в 1960 году, то есть через тридцать лет после рождения «старшего брата» — одиночного глобуса «Pan Am».

## «UNITED AIRLINES»



В этом сюжете на авансцене американского пассажирского авиатранспорта появляется мощная фигура Уильяма Боинга (1881–1956). Самолеты с надписью «Boeing» на борту и сегодня являются украшением любой авиалинии мира. А начинал молодой инженер с того, что, приобретя в 1915 году морской биплан, совершил на нем облет Сиэтла, потерпел крушение и только тогда ясно понял, какие самолеты следует строить. Он организовал фирму «Boeing Air Transport» и выпустил в 1916 году свой первый самолет, собрав его в старой мастерской, занимавшейся лодочным бизнесом. Затем последовали успешные почтовые рейсы между Чикаго и Сан-Франциско, а также пассажирские маршруты на воздушных судах новой конструкции с цельнометаллическими, обтекаемой формы фюзеляжами.

В 1931 году У. Боинг на базе своей фирмы и еще четырех почтово-транспортных авиалиний образовал компанию, названную «United Airlines», что вполне соответствовало обстоятельствам ее рождения: ведь «united» переводится как «объединенный, соединенный». Среди ее важных нововведений упомянем два. Первое — была создана надежная система радиосвязи «земля — воздух», что существенно повысило безопасность полетов. Второе — впервые на борт поднялись стюардессы (правда, зарегистрированы они были тогда как медсестры, и в их задачу входило вселять в пассажиров уверенность во время полета). Руководство компании так прокомментировало это историческое нововведение: «Разве мужчина сможет говорить, что боится летать, если в полете работает женщина?»

В 1934 году Конгресс, борясь с монополизацией в промышленности, постановил, что производство воздушных средств должно быть отделено от транспортного сервиса. У. Боингу пришлось заняться своим «родным» делом, в чем он, кстати, весьма преуспел: бомбардировщики «Boeing» составляли основную часть союзнической авиации во времена сражений с гитлеризмом. В наше время «Boeing» выпускает ежегодно более 400 гражданских самолетов, что составляет шестьдесят процентов мирового производства.

А вторая, транспортная, часть расколовшейся фирмы, сохранив имя «United Airlines», перебазировалась в Чикаго и до наших дней на всех континентах осуществляет пассажирские воздушные перевозки, став крупнейшей в мире авиалинией. Посмотрите на ее торговый знак: вариант 1953 года и нынешний. Вы видите, как умело сохранил художник в изящном, наклонном двойном «U» традиционное графическое «звучание» знака.



## ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

Эмигрантский шок при первом посещении супермаркета давно описан психологами, социологами и даже фельетонистами. Но так уж устроено человеческое сознание, что через короткое время растерянность перед бесконечными полками отступает и на смену ей приходит покупательский опыт. А надежным «лоцманом» в пестром и многоликом продовольственном море становится упаковка полюбившихся продуктов с неперменной индивидуальной торговой маркой на ней.

При подготовке этого раздела сразу сталкиваешься с дилеммой: в каком порядке расположить торговые знаки? Возможное решение — по видам продуктов. Но, как выясняется, одна и та же фирма может выпускать продукцию самых различных наименований. Значит, неизбежны путаница и повторы. И тогда на выручку приходит испытанный «алфавитный» метод. Тем более что в США продовольственный бизнес в основном сосредоточен в руках двух-трех десятков крупных фирм, причем далеко не каждая из них имеет увлекательную историю своего торгового знака.

Итак, приглашаю вас к американским «продовольственным полкам».

### «BORDEN»

Имя основателя компании Гейла Бордена (1801–1874) вошло в энциклопедии и увековечено на карте страны. А все началось сто восемьдесят (!) лет назад, когда молодой Гейл, житель Нью-Йорка, влекомый жаждой приключений, отправился в 1822 году вниз по Миссисипи и достиг Нового Орлеана. Будучи человеком образованным, со склонностью к математике, он начал летом работать топографом, а зимой преподавать в школе. Здесь-то Гейл и повстречал очаровательную шестнадцатилетнюю Пенелопу Мерсер, ставшую позднее его женой.



К этому времени территория соседнего Техаса, принадлежавшего Мексике, была впервые открыта для американцев. В 1829 году молодая чета переселяется сюда, и следующие пятнадцать лет Борден попеременно посвящает фермерству, участию в американо-мексиканской войне и журналистике. Гейл приобретает типографию и начинает выпускать вскоре ставшую популярной газету. В ней он в марте 1836 года публикует составленную им Декларацию независимости Техаса, на полтора месяца опередившую создание республики.

Президент Техаса Сэм Хьюстон назначает Бордена государственным сборщиком налогов. Наконец-то в его бурной жизни наступает период, когда можно заняться воплощением многолетних замыслов в области изобретательства. Чего только не напридумывал Гейл: портативную купальню, весельно-паровую лодку и даже колесный фургон с парусами для прерий. Однако главное изобретение, прославившее его имя, было впереди.

Однажды на семейном празднике чета Борден предложила гостям необычную еду: суп-концентрат, сухие фрукты и экстракты. Сам хозяин ел с видимым удовольствием, но гости, вежливо кивая, от добавки отказывались... К кулинарному «провалу» прибавились настоящие несчастья: желтая лихорадка вскоре унесла жизни жены Гейла и двух из четырех его сыновей. Об экспериментах с концентратами Бордену пришлось вспомнить, только когда началась иная «желтая лихорадка» — калифорнийская: поиски золота.

Группа земляков, решившая отправиться на Дальний Запад, попросила Гейла приготовить им в дорогу такую еду, которая бы не скоро испортилась. Вспомнив индейский способ приготовления кусочков сухого мяса буйволов или оленей путем высушивания их на солнце с последующим мелким дроблением и добавкой жира, Борден создал подобный же продукт, основательно улучшив его вкус и оформив в виде «мясного бисквита». «Искатели счастья» приобрели первые тридцать килограммов, а за ними последовали и другие заказчики, например арктические исследователи, также нуждавшиеся в «стойкой» еде.

Молва о новом продукте дошла до Европы, и в 1851 году Борден был приглашен в Лондон на торговую выставку для получения Золотой медали из рук королевы Виктории. Возвращаясь морем домой, Гейл стал свидетелем трагедии на борту большого корабля. Две коровы, взятые в путь для снабжения пассажиров питанием, оказались больными, и дети выпили недоброкачественное молоко. Некоторые из них скончались от отравления. После этого случая Борден поставил целью своей жизни создать консервированное молоко.

Долго шел он к успеху, экспериментировал: разогревал с выпариваем, охлаждал... Вкус такого молока оставлял желать лучшего. Случай помог

Бордену ознакомиться с методом консервации сахара и фруктовых соков, применявшимся небольшой религиозной сектой «трясунов». Главным инструментом оказалась емкость с приспособлением для создания внутреннего вакуума, позволявшим производить выпаривание с медленным подогревом без подгорания и обесцвечивания. Поначалу непослушное молоко то подгорало, то убегало, и только когда был применен особый способ смазывания стенок сосуда, а также найдено точное соотношение времени и температуры обработки, появился первый удачный результат. По существу, Борден на три десятка лет предвосхитил открытие Луи Пастера, не ведая, что его главным врагом в быстро скисавшем молоке были бактерии.

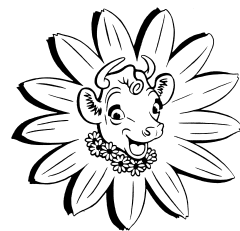
В 1856 году Гейл получил патент на изобретение продукта, названного густым молоком, а через год появилась торговая фирма «Gail Borden». Финансовые неудачи фирмы чередовались с подъемами, пока не грянула Гражданская война и армии северян не потребовался продукт Бордена в больших количествах. Послевоенная известность фирмы позволила ему создать несколько новых предприятий, передать процветающую компанию двум сыновьям, а самому закончить дни в небольшом тexasском городке, возникшем вокруг одного из его заводов и названном в его честь Борденом.

Наследники прибавили славы к имени основателя: уже в начале следующего века продавалось консервированное жидкое молоко, а затем и порошковое. На собачьей упряжке полярного исследователя американца Роберта Пири (1909) перевозились банки с молоком «Borden», были они и в рюкзаках тех, кто поднимался на вершины Гималаев. В наши дни эта компания является гигантом продовольственной индустрии, выпуская десятки наименований продуктов, причем не только молочных.

### «ELSIE THE COW»

«Корова» по имени Элсли — пожалуй, одно из самых знаменитых созданий фирмы «Borden». История этой торговой марки вобрала в себя многое: и некий социологический срез американского потребителя, и своеобразие менталитета жителей этой страны, в том числе их не всегда объяснимую «детскость». Судите сами.

1938 год. «Borden» решает принять участие в рекламной кампании на страницах небольшого медицинского журнала, дабы напомнить врачам о преимуществах молочных продуктов. С этой целью был создан забавный рисунок: улыбающаяся коровья морда в



центре цветка, где обычно пчелы берут нектар. Корову называли Элсли — уменьшительное от имени Алиса или Элизабет. Успех Элсли оказался ошеломляющим.

С ее нешуточной популярностью руководители компании столкнулись на международной промышленной выставке в Нью-Йорке в 1939 году, куда они привезли для демонстрации в действии набор оборудования для производства молока и, разумеется, несколько коров. Некоторые посетители заинтересовались автоматическим комплексом, но другие, и их было значительно больше, настойчиво требовали показать им живую Элсли. «Borden» отреагировала немедленно: одна из коров чистокровной джерсейской породы была «назначена» на эту роль.

И тут началось нечто невообразимое. Для героини дня пришлось выделить закрытый отсек в павильоне, где оборудовали коровий «будуар», отделанный в колониальном стиле, и установили кровать с пологом. Через это помещение прошло более 11 миллионов человек. Выставка закрылась, но покорение Америки выдающейся коровой не закончилось. Недремлющий Голливуд тут же запустил в производство фильм «Маленькие мужчины» (вышел на экраны в 1940 году), где фигурировала Элсли. Корова прибыла на съемки в отдельном вагоне, ее торжественно встречали в Лос-Анджелесе как восходящую звезду, в лучших отелях в ее честь устраивались приемы, где ей дарили букеты орхидей, незамедлительно съедавшиеся знаменитостью. Киноуспех Элсли намного превзошел скромную судьбу ее разбушевавшихся советских «братьев и сестер» в знаменитом александровском фильме «Веселые ребята» (1934)...

Но и это еще не все. Когда Элсли исполнилось десять лет, на торжество по этому поводу в нью-йоркском отеле «Рузвельт» собралось более двухсот гостей. Те, кто не смог явиться лично, прислали подарки, например, певец и актер Фрэнк Синатра. Заключительным аккордом общенационального ажиотажа стал следующий эпизод. Элсли родила двойню, причем именно в тот год (1957), когда исполнилось сто лет со времени основания компании. В поисках имен для двух ее телят участвовала вся страна; поступило три миллиона предложений. Победительницей стала пожилая дама из Калифорнии, получившая приз в размере 25 тысяч долларов. Забавный факт: один из опросов общественного мнения показал, что по популярности «корову по имени Элсли» опередил только... президент страны.

Однако пик славы был пройден, появились новые поколения покупателей, и Элсли пришлось потесниться на полках с продуктами «Borden». Но ее веселую морду можно и сегодня встретить на коробочках с сыром или мороженым и улыбнуться, припомнив эту историю.

**«CRACKER JACK»**

**П**реуспевающая компания «Borden» со временем начала поглощать «рыбешек» помельче, но довольно известных. Так, в 1964 году очередной ее жертвой стала фирма, уже девяносто лет выпускавшая изделия из воздушной кукурузы (попкорна). Уместно напомнить, что родина кукурузы — американский континент. Следы этого злака обнаруживаются в древнеиндейских раскопках, давность которых составляет шесть тысяч лет. Еще Кортес, испанский конкистадор, завоевавший Мексику в XVI веке, заметил, что ацтеки в качестве украшений носили бусы из зерен кукурузы. Считается, что воздушная кукуруза была на столах колонистов во время их первой трапезы в честь Дня Благодарения: науку ее выращивания и приготовления им преподали индейцы.

...В 1872 году немецкий иммигрант Рюкхейм открыл в Чикаго лавочку по продаже воздушной кукурузы. Успех был весьма локальным, пока бизнесмен спустя двадцать лет не придумал смесь из попкорна и патоки и не представил «сладкий» результат своих поисков на Всемирной выставке в Чикаго. Продукт понравился, но не безоговорочно: зерна слипались в комки, с трудом поддающиеся разламыванию.

Еще три года исследовательских усилий, и владелец фирмы вызвал дегустаторов на пробу. Одному из них новое изделие настолько пришлось по вкусу, что он воскликнул: «Crackerjack!» Именно в те годы это сленговое слово бытовало в языке и приблизительно обозначало восклицание «классно!» «Чем не торговое имя для моего продукта?» — тут же решил Рюкхейм и оказался чутким провидцем. Да еще начертал это название на упаковке сладкого продукта не слитно, а разделив его на две части, так что вторая из них выглядела как мужское имя Джек.

И еще два важных коммерческих решения предопределили повсеместное распространение «Крекера Джека». Во-первых, в 1899 году конфеты впервые были упакованы в коробки, покрытые вощеной бумагой, что надежно гарантировало сохранение свежести продукта при самых дальних транспортировках. А во-вторых, начиная с 1912 года в каждую упаковку фирма вкладывала какой-нибудь игрушечный сувенир для детей: некогда это были металлические свисточки, амулетики, волчки, а позднее, вплоть до наших дней — пластиковые фигурки, книжки-малютки, брелочки с изображениями выдающихся спортсменов...

Наконец наступило время «очеловечить» торговый знак: в нем появилась фигурка мальчика, и в таком виде он был зарегистрирован в 1919 году. Почему малыш одет в матросский костюмчик? Представители компании



объяснили это так: «Только что успешно закончилась Мировая война, американцы испытывают гордые патриотические чувства, и Крекер Джек не является исключением». Что касается самого «морячка», то моделью для рисунка послужил внук президента фирмы Рюкхейма Роберт, у ног которого примостилась его любимая собачка Бинго. К великому горю деда, Роберт скончался от пневмонии вскоре после появления первых партий изделий с новой торговой маркой и похоронен на чикагском кладбище. На могильном камне — изображение мальчика в знакомой миллионам покупателей матроске.

### «WISE POTATO CHIPS»



Поджаренные картофельные ломтики (potato chips) по своей «генеалогии» — чисто американский продукт, как, впрочем, и сам картофель, вывезенный испанцами из Центральной Америки в Европу четыре с лишним столетия назад. Появление чипсов как лакомства относят к 1853 году, когда в фешенебельном доме на курорте с минеральными источниками Саратога Спрингс (север штата Нью-Йорк) гости собрались на вечеринку. Повар-индеец преподнес собравшимся свое «сочинение»: тончайшие ломтики картофеля были опущены им в котелок с кипящим маслом, мгновенно вынуты, посыпаны солью и в виде скрученных румяных листочков поданы на стол. Блюдо понравилось безоговорочно и еще долгое время носило название «Saratoga chips». Под ним оно фигурирует в кулинарной книге Белого дома за 1887 год. Однако до национального успеха чипсам было еще далеко: на пути стояла пренеприятная процедура чистки картофеля. И только когда в начале 20-х годов XX столетия был изобретен автомат для удаления картофельной кожуры, наступил «чипсовый» бум.

В 1921 году мелкий торговец Эрл Уайз (Wise) открывает в городе Бервик (Пенсильвания) бакалейный магазин. Вскоре он обнаруживает, что поставка картофеля в его лавку начала превышать спрос. В размышлении, как толково использовать излишки клубней, он вспомнил замечательные чипсы, которые готовила его мать, и пустил старинный рецепт в дело. Отклик покупателей превзошел все ожидания — Уайз не только распродал в тот год весь запас картофеля, но и заказал его в гораздо больших количествах, чтобы снабжать чипсами и другие магазины.

Сначала продукцию вкладывали в простые коричневые бумажные пакеты. В поисках более привлекательного оформления продукта Уайз обратил внимание на завезенный из Европы новый упаковочный материал — целлофан. Его преимущества были несомненны: виден товар

внутри пакета, обеспечивается воздухо- и влагонепроницаемость, — для полок самообслуживания лучшего не придумаешь. Так Эрл Уайз стал пионером метода современной упаковки. Название его фирмы, разумеется, звучало как «Wise potato chips». Но как быть с торговым знаком?

Без долгих поисков рекламное агентство предложило Уайзу изображение забавной совы, проведя несложную аналогию между фамилией владельца («wise» по-английски означает «мудрый») и птицей, которая издавна рассматривалась людьми как символ мудрости. Перед вами два варианта торговой марки — ранний и сегодняшний, предельно упрощенный: от совы остался только один «всевидящий» глаз, использованный дизайнером для обозначения подчеркнуто крупной точки над «i» в фамилии.

Что же касается продовольственного магната «Borden», то в 1965 году он приобрел фирму «Wise», испытывавшую трудности. Правда, на пакетиках с чипсами, к удовольствию потребителей, был сохранен знакомый «совиный» знак.

### «CAMPBELL»

По окончании Гражданской войны на территории северян-победителей быстро начали возрождаться торговля и промышленность. В 1869 году два приятеля, изготовитель коробочного мороженого Авраам Андерсон и торговец фруктами Джозеф Кемпбелл (Campbell) основали в городе Камден (Нью-Джерси) фабрику по производству консервированных овощей, джемов, фарша и различных приправ. Особое внимание они уделили томатным соусам. Их первая торговая марка, принятая более ста тридцати лет назад, была выдержана в популярном тогда стиле юмористических рисунков-небылиц, возникших в период освоения территорий дикого Запада. На фоне деловой информации (названий города, штата, фирмы и самого продукта — «томаты к прославленному бифштексу») был изображен невиданных размеров помидор, который с трудом тащат владельцы фирмы, одетые по моде того времени.

Спустя семь лет Андерсон продал свой пай партнеру. Тот привлек к делу своего зятя и его близкого друга Артура Доранса, чья семья в дальнейшем и определила достижения компании, получившей с тех пор имя основателя Д. Кемпбелла. Приглашенный в качестве компаньона племянник А. Доранса Джон был не только хорошим инженером, но и талантливым химиком-органиком. По его предложению усилия фирмы были сосредоточены на поисках метода консервирования супов. Исследованиям сопут-



ствовало даже путешествие по кухням знаменитых парижских ресторанов. В итоге в 1899 году первая поточная линия начала выпускать банки с супами, а уже через пять лет их производство достигло 16 миллионов в год при 21 варианте наименований.

С годами консервированные супы «Campbell» стали обязательной принадлежностью американской семейной кухни. Известность продукции была столь велика, что один из ведущих художников, работавших в стиле «поп-арт», Энди Уорхол, создал в 60-е годы две композиции, главными «героями» которых стали десятки «живых» баночек «Campbell's soup». Место для их демонстрации было определено самое что ни на есть престижное — знаменитый нью-йоркский музей Гугенхейма. Границы США продукция компании перешагнула давно, ее знают и любят повсюду, от Гаити до Гонконга. Причина успеха проста — фирма учитывает «национальный» вкус: в Латинской Америке продается спаржевый суп, в Скандинавии хорошо расходуется грибной, на Дальнем Востоке — куриный с лапшой, а на «прародине», в Англии — суп из очищенного бычьего хвоста, старинного местного деликатеса.

Цветовая гамма торгового знака не меняется уже много десятилетий: название фирмы, выполненное затейливым белым шрифтом, на ярко-красном фоне. По-видимому, руководители компании были знатоками спорта, или, вернее, чутко улавливали массовые вкусы болельщиков, поскольку известно, что в 40-е годы игроки одной из популярнейших студенческих футбольных команд (Корнельского университета) носили красно-белую униформу, и именно такое сочетание цветов определило палитру знака. На некоторых баночках сегодня можно увидеть изображение золотой медали, которой фирма «Campbell» была награждена на международной выставке в Париже в 1900 году. А на других — лукавую физиономию поваренка с крупным «С» (первая буква названия) на колпачке. Этому малышу от рода тоже немало — почти сто лет: в 1905 году по просьбе компании его изображение было создано знаменитой филадельфийской художницей Грейс Дрейтон, иллюстрировавшей детские книги, и это неслучайно — ведь продукция фирмы во многом рассчитана на мам и детишек.

### «PEPPERIDGE FARM»



В 1961 году эта кондитерская фирма, уже весьма известная, была приобретена процветающей компанией «Campbell». Именно известность и позволила торговому знаку сохраниться в своем первоначальном виде. Словом «pepperidge» называется большое дерево семейства ниссовых, распространенное на Востоке США. Оно имеет яйцевидные темно-синие косточковые плоды и древесину, с трудом под-



дающуюся обработке. В целом же название переводится примерно так: «Ферма в ниссовой роще».

На торговой марке изображен идиллический зимний пейзаж уголка штата Коннектикут, где перед Второй мировой войной Маргарет Радкин владела небольшой фермой. В 1937 году она начала по особому рецепту выпекать дома хлеб для своих детей. Когда женщина преподнесла буханку своему врачу, тот, отведав, тут же попросил испечь такой хлеб, причем не только для него самого, но и для его пациентов. С этого эпизода начался крупный современный продовольственный бизнес. Следующими шагами М. Радкин была организация рассылки хлеба по почтовым заказам других докторов и их пациентов, а затем и создание булочной со штатом пекарей и продавцов.

В 1940 году «Pepperidge Farm» выпускала уже двадцать тысяч буханок в неделю, и Маргарет «ничего не оставалось», как построить первый крупный завод в городе Норволк. В наши дни подобных предприятий по всей стране множество, и производят они под «матриархальной» маркой уже вовсе не хлеб, а огромный ассортимент продовольственных товаров, включая печенье, крекеры и иные выпечные изделия.

### «CHIQUITA»

Это крупнейшая в мире компания по продаже свежих и переработанных овощей и фруктов. Даже рынки Восточной Европы и Азии завоеваны ею. А начало успеху положила партия бананов (160 гроздей), которую в 1870 году капитан Лоренцо Бейкер доставил с острова Ямайка в штат Нью-Джерси. Надо заметить, что операция эта была по тем временам очень рискованной: нежные плоды, зависящие от причуд транспортировки и погоды, были совершенно неизвестны тогда на восточном побережье США. (Отмечу в скобках, что само слово «banana» заимствовано из языка племен Сенегала и Гамбии и через испанский перешло в английский.)

Экспедиции капитана Бейкера сопутствовала удача — партия бананов была продана со значительной прибылью. Вскоре у молодого бизнеса появились союзники, в частности бостонский торговый агент Эндрю Престон с партнерами, вместе с которыми в 1885 году Бейкер основал «Boston Fruit Company». Прошло четырнадцать лет: бананы на столах американцев стали повседневным лакомством; наступило время укрупнения торгового бизнеса. В 1899 году на базе бостонской фирмы и еще трех небольших фруктовых предприятий возник будущий гигант «United Fruit Company».



Банановые плантации стран Центральной и Южной Америки стали стратегической целью новой компании. А чтобы избежать нестабильности в поставках, вызванной засухами, наводнениями или частыми политическими переворотами, следовало расширить количество поставщиков. И вот в течение всего двадцатого столетия «United Fruit» «покоряет» одну страну за другой: морем и по земле вывозит бананы и другие фрукты из Эквадора и Никарагуа, Панамы и Колумбии, Гватемалы и Гондураса... У правительства большинства этих стран отсутствовали финансовые возможности для строительства собственных портов и железных дорог; отсюда «благосклонность» к американской фруктовой империи, не жалевшей средств на поддержку дружественных ей режимов. Известный термин «банановая республика» возник именно в этой ситуации и вошел в политический язык Запада; советская же печать его просто радостно подхватила.

Торговая марка «Chiquita» имеет... музыкальное происхождение. В 1944 году «United Fruit» решила пополнить свою рекламную кампанию новым элементом: она заказала самым известным мастерам эстрадной песни мелодию и текст, способные «подогреть» интерес покупателя. Такая песня на зажигательную мелодию в стиле «калипсо» была создана и моментально стала национальным шлягером. Называлась она «Chiquita Banana», что в переводе с испанского означает приблизительно «Девчонка из банановой страны», а фонетически звучит как «Чикита банана». Оглушительному успеху способствовало и то, что исполняли песню по радио (позднее и по телевидению) звезды эстрады и даже солидный Бостонский симфонический оркестр подключился к сопровождению. Руководители компании решили, что успех следует без промедления закрепить в торговом знаке — так Чикита обрела облик танцующей латиноамериканки в национальном костюме и экзотической шляпке, которую венчает банановая гроздь.

Однако слава, сопутствовавшая песенке, не принесла ожидаемых доходов от продажи плодов. Покупатель недоумевал: как отличить на полках магазинов бананы этой фирмы от их безвестных «братьев», поставляемых другими фруктовыми компаниями? Решение, хотя и трудоемкое, было найдено: начиная с 1947 года на каждый банан клеился ярлычок с фирменным знаком (на что не пойдешь, если рабочая сила в Южной Америке столь дешева).

С 1970 года слово «chiquita» было введено в название фирмы, а сама прелестная танцовщица после ряда графических преобразований присутствует на торговой марке в виде лаконичного силуэта женщины в шляпке-«фантази», которую украшают уже не только бананы, но и другие фрукты, продаваемые компанией.

**«GENERAL MILLS»**

Событий в бурной жизни Кэда Вошборна (1818–1882) хватило бы, наверное, на несколько биографий. В 1839 году молодой юрист покидает свой дом в штате Мэн и направляется на запад страны. Поблуждав по долинам реки Миссисипи и не найдя применения своим правовым знаниям, он останавливается в городке Минерал-Пойнт в Висконсине, который тогда еще был не штатом, а «территорией». Адвокатская практика приносит ему доброе имя (что вскоре пригодится в политической карьере) и деньги, которые он с тех пор будет постоянно «зарывать в землю»: будучи дважды конгрессменом (с перерывом на активное участие в Гражданской войне), а в конце жизни губернатором Висконсина, Вошборн всегда находил время для своего, говоря современным языком, хобби — промышленной переработки пшеницы.



Со времен первых колоний до середины XIX века маленькие местные мельницы производили большую часть муки в стране. Вошборн решил, что наступила пора преобразования одного из древнейших занятий человечества. В 1856 году он приобретает заброшенную мельницу в Миннеаполисе (штат Миннесота). Возможно, что перед молодым членом Палаты представителей мелькнула тогда тень его великого предшественника — Джорджа Вашингтона, который незадолго до Войны за независимость активно выращивал пшеницу на своей ферме в Вирджинии и даже зарегистрировал свое имя для маркировки собственной муки (как видите, первый президент США тоже внес свою лепту в историю торговых знаков).

Место для мельницы Вошборн выбрал очень расчетливо, и не только потому, что оно находилось рядом с водопадом Святого Антония на Миссисипи. К тому времени северные равнинные штаты, Миннесота и Дакота, стали основными поставщиками хлебного зерна. Мельник-конгрессмен начал с того, что с помощью одного канадского инженера изменил технологию изготовления муки (воздушно-поточные системы избавили конечный продукт от отрубей), а прогрессивный европейский процесс помола, в котором старинные каменные жернова были заменены на роликовые, он «позаимствовал» путем раннего «промышленного шпионажа».

Доверенное лицо Вошборна, механик австрийского происхождения Уильям Барре, был направлен в «командировку по обмену опытом», но мельники Германии, Швейцарии и Австрии не спешили открыть перед ним двери своих мельниц и свои секреты, и только в Будапеште, нанявшись рабочим, Барре достиг цели операции. Правда, Вошборн не ограничился простым заимствованием. Он усовершенствовал вальцы, заменив

европейский фарфор, из которого они изготавливались, американской сталью.

Новые методы быстро распространились, и к началу 70-х годов штат Миннесота, увеличив продажу муки за пятнадцать лет в семь тысяч (!) раз, стал лидером страны в этой области. Настал момент консолидации «мукомольных сил». Первое коммерческое объединение мельников в штате осуществил в 1869 году сам Вошборн, а его наследники, приумножая славу фирмы «Washburn», привели ее к созданию в 1928 году общенациональной компании, которую они называли «General Mills». И хотя сами скромные мельницы («mills») к тому времени отошли в прошлое, замененные мощными элеваторами, название с ностальгическим оттенком прижилось. Сегодня торговый знак с центральным «G» в виде вензеля (первая буква названия) символизирует крупнейшую промышленную компанию в США, которая продает в Америке и Европе десятки наименований не только продуктов питания (кукурузные хлопья, выпечка, закуска и, конечно, мука), но и промышленных изделий (одежда, детские игрушки), а также владеет большой сетью ресторанов.

Среди этого несметного ассортимента отдельного рассказа заслуживают два продукта, торговые марки которых известны нескольким поколениям американцев.

### «GOLD MEDAL»



За два года до смерти Кэд Вошборн успел порадоваться успеху своего детища: на международной выставке в 1880 году его мука завоевала Большую золотую медаль. Без промедления в торговый знак фирмы были введены слова, определяющие ее высокую репутацию, — «Gold Medal». А еще через некоторое время руководителю рекламного отдела компании принесли на утверждение текст объявления, предназначенного для популяризации «золотой» муки. Каждый его параграф начинался словом «eventually» («при определенных обстоятельствах»), и далее следовало длинное разъяснение того или иного преимущества продукта. Придирчивый клерк начертил на полях текста резолюцию: «Why not now?» («Почему не сейчас?»). С тех пор эта комбинация стала девизом торгового знака, который запомнился покупателям и легко распознавался ими на полках. Перед вами (на нижнем рисунке) вариант знака 1916 года, но и в наши дни можно приобрести пакет с мукой с горделивой надписью над кругом золотой медали: «Традиционное качество с 1880 года».

**«BETTY CROCKER»**

Издавна американские дети и их родители с увлечением играют в «puzzle»: из десятков маленьких фигурных кусочков картона они собирают цельную первоначальную картину — пейзаж или сценку. В 1921 году руководители компании «Washburn», рекламируя муку «Gold Medal» и продукты из нее, распространили через многотиражный национальный журнал подобную же игру: после кропотливого труда подписчики могли составить жанровую деревенскую картинку, на которой покупатели тащили мешки с мукой из магазина к своим грузовикам. В качестве приза каждому была обещана подушечка для булавок в виде миниатюрного мучного мешочка.

Поток читательских писем буквально затопил офис компании. Для разборки почты пришлось нанять дополнительных работников. Ко всему прочему множество корреспондентов прислали и вопросы: каков рецепт вишневого пирога, яблочных клеточек... Что было делать? По правилам канцелярской этики, в конце ответа должно было стоять неизменное «Sincerely» (Искренне...) — и подпись. Но чья? Ясно было, что кулинарные рецепты следует подписывать женским именем. И тогда руководитель рекламного отдела создает виртуальную женщину: ей присваивается фамилия Crocker, которую носил последний директор компании, незадолго до этого закончивший свою успешную карьеру. Имя Betty (уменьшительное от Элизабет), одно из самых распространенных и приятно звучащих, тоже не вызвало возражений.

Так пришла пора всеамериканской славы кулинарки по имени Бетти Крокер. В немалой степени этому способствовало и то обстоятельство, что с середины 20-х годов она обрела собственный голос: тринадцать радиостанций страны передавали последние новинки кухонных рецептов, продиктованные мелодичным голосом Бетти. Пять специально нанятых журналистов отвечали на адресованные ей письма (от четырех до пяти тысяч в месяц). Двадцать три высококвалифицированных повара манипулировали на пяти кухнях, постоянно создавая новые продукты и проверяя их качество. Тогда и появился хорошо знакомый, броский торговый знак — столовая ложка с именем умелой хозяйки Бетти Крокер.

Наступили 30-е годы, и компания «General Mills» пришла к выводу, что Бетти пора обрести собственное лицо. Первый портрет героини нашего рассказа к пятнадцатилетней годовщине со дня ее «рождения» создала в 1936 году художница Нейса Макмейн. На покупателя доверчиво смотрит обаятельная скромная женщина. Шли годы, портрет ее менялся, посколь-



ку менялась мода на одежду и прическу, но основной облик оставался неизменным. Взгляните на прелестное лицо Бетти в 80-е годы, когда ей исполнилось уже шестьдесят пять лет. Как видите, ей счастливо удалось избежать судьбы портрета знаменитого уайльдовского Дориана Грея.

### «GERBER»



## Gerber

Если бы современные феминистки хорошо знали историю этого торгового знака, это, несомненно, придало бы дополнительный импульс их движению. Представьте себе семейную сценку на кухне мичиганского дома Даниела Гербера, генерального менеджера маленького консервного завода в городе Фримонте. Время действия — осень 1927 года. Его юная жена Дороти, почти без сил, готовит очередную порцию протертых овощей для их семимесячной дочери Салли, как делали испокон века матери младенцев всего мира. Далее предоставим слово самой Дороти, воспоминания которой бережно хранятся в архиве фирмы: «Я вывалила целый пакет гороха в миску для выжимания и процеживания, плюхнула ее на колени Даниелу и, стараясь сдерживаться, спросила его, как бы он отнесся к тому, чтобы делать эту работенку самому три раза в день, семь дней в неделю. Неужели консервный завод не может что-нибудь придумать?»

Назавтра состоялся «судьбоносный» разговор послушного мужа со своим отцом Фрэнком Гербером, владевшим с 1901 года как самим заводом, так и основанной на его базе фирмой «Fremont Canning Company». Гербер-старший тут же уловил, что его умная невестка «выдала» перспективную идею. Последовала серия предварительных исследований, контактов с диетологами, посылка тысяч образцов рекламным агентам, и, наконец, осенью 1928 года была запущена первая линия по производству баночек с протертыми овощами и фруктами: морковью, горохом, сливой, шпинатом... Все было необычным в этой продукции — и содержимое, и расфасовка, и, конечно, цена. Всего пятнадцать центов за баночку. Фирма «обрела» себя на успех.

И тут в фанфары всеамериканской известности свой аккорд внес удачный торговый знак. Поначалу на упаковки детского питания «Gerber» наносились изображения алфавитных кубиков. Вскоре художница Дороти (снова это имя!) Смит прислала компании выполненный угольным карандашом рисунок прелестного малыша в надежде, что его используют в очередной рекламе. В сопроводительном письме она отметила, что если возраст и габариты ребенка покажутся приемлемыми, то она готова закончить рисунок в красках. Однако мордашка так понравилась всем, что

черновой набросок тут же был тиражирован в фирменных объявлениях, а в 1932 году он в виде торговой марки появился на баночных наклейках. Возникло у него и общенациональное прозвище — «Gerber Baby» (дитя Гербер). Сам рисунок углем ввиду его хрупкости и «исторической» ценности был помещен под стекло и до сих пор хранится в сейфе фирмы. Впрочем, в анналах сохранилось и имя девочки, чье личико послужило моделью для знаменитого портрета, — Анн Кук, и это еще одно совпадение, поскольку «cook» с английского можно перевести как «повариха».

А что же Дороти №1, мать-основательница? Поскольку родственники-мужчины сняли с нее заботы о «хлебе насущном» для дитяти, да и последнее подросло, снова можно было прийти на помощь родной фирме: с конца 30-х годов Дороти начала вести в газетах колонку «Как растить детей», завладев умами (и карманами) тысяч матерей в стране. А Даниел Гербер, к тому времени уже президент компании, провел ее без крупных потерь через тяжелые годы Великой депрессии, переименовал в 1941 году в «Gerber Products Company», полностью отказавшись от «взрослой» продукции и сосредоточившись на всем «детском»: питании, одежде, мебели и даже... страховании. Сегодня «Gerber» — крупнейший в мире производитель детских продуктов и товаров. Фирма уверенно шагнула на рынки Европы (включая страны бывшего СССР), Южной Америки и Азии. Ее менеджеры считают, что это только начало, поскольку статистика такова: почти 98 процентов детей в мире рождается за пределами США, а внешнеторговый оборот компании составляет пока 10 процентов.

### «HERSHEY FOODS»

В книге рекордов Гиннеса есть примечательная запись: «Самая большая в мире шоколадно-конфетная фабрика находится в городе Херши (Пенсильвания). Она занимает территорию около ста тысяч кв. метров, и на ней работают более шести тысяч человек». Попробуем воссоздать облик автора этого «шоколадного» рекорда.

Милтон Херши /Hershey/ (1857–1945) родился в пенсильванской деревне Derry Church, основанной религиозными ирландскими первопоселенцами. Это местечко еще сыграет роль в нашем рассказе. Когда Милтон стал юношей, родители послали его «в люди» — учиться специальности изготовителя конфет в соседнем городе Ланкастере. Пожалуй, это был знак судьбы. Набравшись ума-разума, через четыре года девятнадцатилетний провинциал решил покорить столицу штата Филадельфию, открыв там свою первую конфетную лавку. Прошло еще шесть лет, торговый бизнес лопнул, и Херши направился



за «сладким» опытом в иные штаты: за Денвером (Колорадо) последовали Чикаго, затем Новый Орлеан и Нью-Йорк... Работая в этих городах на конфектных фабриках, он обратил внимание на одну особенность — если карамель, по сравнению с обычными рецептами, выпускалась с примесью свежего молока, это существенно улучшало ее вкус.

Наконец в 1886 году Милтон вернулся в Ланкастер и основал здесь «Caramel Company» для производства карамели «Hershey's Crystal». Это был первый крупный шаг к успеху. Следует заметить, что в те времена конфеты еще не имели поштучной упаковки («фантиков»), в продмагах их доставали из больших стеклянных банок, взвешивали и вручали покупателю в пакетах. Херши, наряду с другими индустриальными пионерами, решил изменить этот «дедовский» метод торговли: привлекательно и «индивидуально» упакованные сладости, доступно размещенные на полках, стали продаваться в аптеках, табачных лавках, газетных киосках...

Внимательный к новшествам, промышленник Херши, конечно, не пропустил чикагскую международную выставку (1893). Он прибыл на нее в качестве простого посетителя и в павильоне Германии долго смотрел замороженными глазами на действующую автоматическую линию по выпуску шоколада. Европа тогда переживала «шоколадный» бум, хотя сами какао-бобы были известны давно, будучи вывезенными еще испанскими завоевателями земель ацтеков. Милтон приобретает аналогичное оборудование и выпускает в продажу сначала карамель, покрытую шоколадным слоем, а затем и плиточный молочный шоколад, принесший ему общенациональную славу и финансовый успех. Он принимает стратегическое решение: продать карамельное производство и построить высокомеханизированную фабрику по изготовлению массового и дешевого шоколадного продукта.

Но где ее разместить? Разумеется, в деревеньке, где родился! Во-первых, ее окружают многочисленные фермы, известные великолепным свежим молоком. Во-вторых, дома и стены (в данном случае — заводские) помогают. И вот в течение трех лет (1903–1905) на земле Derry Church возникает огромное предприятие, и сегодня не имеющее себе равных в мире. В первое время для упаковки плиток Херши даже закупал специальную металлизированную бумагу в Европе. Наносившийся на упаковку товарный знак первоначально выглядел, как сочетание фирменной надписи с двумя рисунками, символизировавшими главные ингредиенты: молоко (коровья морда в венке) и какао-бобы (мальчуган с личиком херувима восседал в скорлупке, высоко держа маленькую шоколадную плитку). К 1940 году знак изменился: осталась только надпись, выполненная «строгим» шрифтом. Такой она и дошла до наших дней. И еще одну важную деталь оформления торговой марки «консервативный» владелец



компании всегда ограждал от перемен — цветовую гамму. И сегодня она выглядит точно так же, как самая первая шоколадная плитка: на благородном темно-бордовом фоне — серебристые буквы.

Однако один элемент знака претерпел, к сожалению, послевоенные изменения — цена. И в этом нет ни малейшей вины Милтона Херши. Обратите внимание, что в обоих вариантах, разделенных тридцатью непростыми для Америки годами, горделиво указана одна и та же стоимость: «пять центов». Сегодня при покупке такой же по весу плитки (25 г) ее штриховой код высветит на кассовом табло цифру, примерно в десять раз большую.

Вернемся в 1906 год. Он знаменателен тем, что именно тогда город, где работала фабрика Херши, был назван его именем — редкий для США случай прижизненного переименования. Объясняется это не только тем, что новое производство преобразило местность. Энергия и масштабное меценатство Херши изменили жизнь всего «шоколадного королевства». Город украсили построенные на его деньги банки, магазины, поля для гольфа, бейсбольные и теннисные корты, парк отдыха, церкви, ледовая спортивная арена, отель на 150 номеров и даже зоосад. Бездетная семья Херши основала промышленную школу для детей-сирот, которой Милтон, скончавшийся в возрасте 88 лет, завещал 70 процентов акций своей компании. Во все туристические справочники по Пенсильвании включены город Херши и его фабрика. Если вы туда попадете, то вам покажут «живьем» все производство шоколада от поступления сырья до выхода готовой плитки и ее же вручат в качестве сувенира.

### «KRAFT GENERAL FOODS»

Такое сочетание трех слов американцы увидели на упаковках продуктов всего лишь несколько лет назад, однако этому предшествовало целое столетие отдельного существования двух крупнейших продовольственных фирм — «Kraft» и «General Foods». Автором нового торгового названия является корпорация «Philips Morris», приобретшая в конце XX века двух старых соперников за двадцать миллиардов долларов. Рассказ о табачном гиганте впереди, а вот краткую историю двух его «пищевых компонентов» уместно привести в этом разделе.

«Kraft» была создана в 1903 году Джеймсом Крафтом, чикагским оптовым торговцем сыром. С тех самых пор сыры различных видов и вкусовых оттенков стали основным продуктом компании. Запатентовав способ пастеризации (1915), Крафт стал главным поставщиком сырных баночек для армии Соединенных Штатов во время Первой мировой войны. Тра-



диция не была нарушена и тридцать лет спустя: в полевой рацион войск союзников входил армейский фирменный сыр, отправлявшийся морем в Британию с конца 1941 года в количестве двух тонн в неделю. Пожалуй, самым знаменитым детищем компании явился созданный еще в 1928 году сыр-«долгожитель» — «Philadelphia cream cheese», известный сегодня не только в США, но и в 130 странах мира.

«General Foods» формально существует с 1929 года, хотя ее «прародитель» Чарльз Пост открыл свой первый продовольственный бизнес в 1895 году, будучи пациентом уже известного читателю диетологического санатория в «Battle Creek» (см. рассказ о братьях Келлогг). Он поступил сюда на лечение совершенно больным, в инвалидной коляске, однако, поверив в новые методы доктора Келлогга, не только поправил собственное здоровье, но и сам приступил к промышленному производству пшеничных и кукурузных хлопьев. Компания разрасталась, «по дороге» присоединяя менее удачливых конкурентов, причем совсем не обязательно, чтобы их продукт был диетическим, — гораздо важнее была популярность его торговой марки. О трех подобных продуктах, захваченных «General Foods» еще в конце 20-х годов и до сих пор не залеживающихся на полках, — нижеследующие заметки.

### «BAKER'S CHOCOLATE»



Романтика и бизнес — «две вещи несовместные», не правда ли? И тем не менее... 1745 год. Австрия. Вена. В Европе ширится мода на новый тропический напиток — горячий шоколад. В городах появляются прообразы будущих кафе, названные «шоколадными домиками». Молодой наследный принц Дитрихштейн посещает один из таких «домиков», чтобы открыть для себя вкус нового деликатеса. Но его ожидало значительно более важное открытие: принца обслужила обаятельная юная официантка, в которую он влюбился без памяти. Звали ее Анна Балтауф, и была она дочерью разорившегося рыцаря. Сказка француза Перро «Золушка» стала реальностью в австрийской столице. В качестве свадебного подарка невесте принц заказал ее портрет знаменитому в то время швейцарскому художнику Жану Лиотару, оставившему потомкам мастерски исполненные облики пап, кардиналов и членов европейских королевских семей.

Художник пастельными красками изобразил Анну такой, какой ее впервые увидел счастливый жених: длинная юбка, передник, голландский чепец, а в руках поднос с чашками молока и горячего шоколада. Порт-

регу, получившему название «Прекрасная шоколадница», была суждена долгая жизнь. Спустя сто лет он стал украшением дрезденской картинной галереи, где пребывает и поныне (с перерывом на послевоенные годы, когда картина «жила» в московских запасниках).

А теперь от дня встречи австрийского принца и Золушки мысленно перенесемся на двадцать лет вперед и окажемся в Северной Америке, в предреволюционном Массачусетсе, бывшем тогда еще колонией. Осенью 1764 года доктор Джеймс Бейкер познакомился с молодым ирландским иммигрантом Джоном Хэнноном, мелким торговцем, который посетовал на то, что в Новом Свете не используют оборудование мельниц для производства шоколада. Бейкер решил ему помочь и арендовал мельницу на берегу реки Непонсет в Дорчестере, бывшим еще самостоятельным городом, а не частью Бостона, как сегодня. Когда для дробления какао-бобов стали использоваться мельничные камни, бизнес начал процветать, пока в 1779 году не случилось несчастье: Хэннон отправился на острова Вест-Индии за сырьем и погиб во время кораблекрушения. Бейкер, оставшись один, дело не забросил, напротив, — основал фирму «Baker's Chocolate», передал ее «на ходу» сыну, а тот, в свою очередь, — внуку основателя Уолтеру Бейкеру, которому судьба уготовила встречу с «Прекрасной шоколадницей».

Путешествуя по Европе, У. Бейкер оказался в 1862 году в Дрездене и, посетив галерею, замер перед портретом принцессы-официантки. Он тут же понял, что лучшего торгового знака для его шоколадной продукции не придумаешь. Заплатив немалые деньги, Уолтер получил право на тиражирование, и с 1872 года венская красotka появляется на всех фирменных упаковках. Долгие годы это был штриховой рисунок, реалистично повторяющий оригинал, а нынче художник-современник превратил его в выразительный профиль-медальон.

### «LOG CABIN SYRUP»

Кленовый сироп — один из старейших американских деликатесов. Возможность его получения из сока клена была известна еще индейцам, жившим на землях Северной Америки и Канады (распространенность этого дерева на территории последней такова, что кленовый лист, как известно, стал ее национальным символом). Ранней весной они надрезали ствол на точной высоте от уровня земли (2 метра), и сок начинал стекать в прикрепленную емкость, в которую для выпаривания затем опускались раскаленные камни. В итоге после охлаждения получался превосходного вкуса сладкий кленовый сироп с «производи-



тельностью» четыре-пять литров от одного дерева в сезон. Первые колонисты быстро обучились этому нехитрому искусству, и сироп прочно вошел в их рацион.

Шли годы, бурный рост населения и не менее бурная вырубка леса привели к тому, что кленовый сироп, уже требовавший машинной переработки, постепенно превратился в лакомство, к тому же не дешевое. Вечный торговый постулат «спрос рождает предложение» сработал и на сей раз. Патрик Тоул (Towle), бакалейщик из Сент-Пола (Миннесота), проанализировав ситуацию на рынке, пришел к выводу, что она неудовлетворительна. В ходу были дешевые сиропы, изготовленные из кукурузы или сахарного тростника и завозимые с островов Вест-Индии. Их вкус оставлял желать лучшего, да и условия продажи в продовольственных лавках были далеки от гигиеничных: они доставлялись издалека в огромных деревянных бочках и разливались «в тару потребителя». Тоул начал экспериментировать, смешивая дешевые «заморские» сиропы с самыми лучшими вермонтскими и канадскими, пока в 1887 году не нашел идеальное соотношение ароматов.

Теперь дело оставалось за немногим — надежной торговой маркой. Первое, что пришло ему в голову, было имя героя детства — президента Авраама Линкольна, но он тут же отказался от идеи его прямого использования. И тогда Патрик вспомнил о весьма популярном среди американцев словосочетании — «log cabin», что в переводе означает «деревянная хижина». Небольшие домики с простой двухскатной крышей строили себе еще колонисты, изготавливая брусья из стволов окружавших их деревьев. Подобная семейная хижина была и у бедного фермера Томаса Линкольна, здесь родился его сын, будущий президент страны. Сегодня она в качестве реликвии выставлена в национальном Линкольн-парке в штате Кентукки.

«Что если придать маленькому сосуду для продажи сиропа знакомую всем и каждому форму домика Линкольна?» — подумал Тоул. Так он и сделал, да вдобавок и сам продукт назвал «Log cabin syrup». Перед вами фотография металлической банки с сиропом, именно так она выглядела с конца XIX века до 1940 года. Обратите внимание на забавную деталь — винтовую крышечку в виде печной трубы. Необычная упаковка быстро запомнилась, небольшая банка удобно располагалась прямо на обеденном столе, и вскоре сироп стал пикантным дополнением к традиционным утренним оладьям. Вторая мировая война потребовала бережливости в расходовании металла, и с тех пор «ностальгический» домик был заменен на стеклянные фигурные бутылки.

**«BIRDS EYE FROZEN FOODS»**

Человек, о котором пойдет рассказ, снискал прижизненную славу вполне заслуженно: путешественник, искатель приключений, бизнесмен, ученый, имя которого обозначено на более чем 250 национальных и иностранных патентах. Но самое главное дело его жизни таится в прозвище, которым он был наделен современниками, — «отец замороженных продуктов».



Кларенс Бердсай (Birdseye) /1886-1956/ родился в Бруклине (Нью-Йорк) в состоятельной семье члена Верховного суда штата. Карьера отца никогда не влекла его; иные занятия, необычные и опасные, были его уделом. Деньги на образование (технический колледж в Амхерсте, штат Массачусетс) сын высокопоставленного судьи накопил сам, ставя ловушки на черных крыс и продавая их лаборатории Колумбийского университета или охотясь на лягушек для зоосада в Бронксе. Летние каникулы Кларенс использовал для охоты на птиц или мелких млекопитающих в Аризоне и Нью-Мексико или, например, для изучения в Монтане пятнистой лихорадки и коллекционирования клещей. Будучи не чужд коммерции, он скупал у индейцев и перепродавал с немалой выгодой кожу рысей и койотов.

После нескольких лет опасных скитаний по прериям Юго-Запада двадцатилетний Бердсай переезжает на полуостров Лабрадор, окраинную часть северо-восточной канадской провинции Ньюфаундленд, отличающуюся суровым арктическим климатом и, как следствие, малой населенностью. На упряжках с эскимосскими лайками он пересекал полуостров вдоль и поперек, налаживая успешную торговлю мехом пушных зверей и едва избежав смерти от переохлаждения. В своих странствиях Кларенс обратил внимание на то, как местные эскимосы замораживают мясо крабов и рыбы с сохранением его свежего вкуса даже через несколько месяцев. Одиночество в этом безлюдном краю наконец основательно поднадоело молодому американцу. Для женитьбы пришлось вернуться на родину, но уже через год (1916) он снова на Лабрадоре с женой, крошечным сыном и твердым намерением заглянуть в тайны процесса замораживания продуктов.

Сама жизнь подтолкнула поиски. Питались новоселы в основном рыбой и местной дичью, что заставило главу семьи приобрести шхуну и стать профессиональным рыбаком. Хуже обстояло дело с овощами, их крайне редко завозили одиночные суда. И тогда Бердсей приступил к практическим действиям: свежую капусту, например, он укладывал в бочки, заливая слой за слоем морской водой, быстро замерзавшей при

низких арктических температурах. В любое время года в семейном рационе были отличные овощи, достаточно только было вырезать из льда нужное их количество и дать оттаять. Эксперименты распространялись на мясо рыб и дичи, и вскоре стало ясно, что главная проблема — в быстрой скорости замораживания, сохраняющей все питательные вещества. Уверенный, что природный секрет в его руках, честолюбивый исследователь возвращается в США, регистрирует свои первые промышленные патенты и открывает в Нью-Йорке (1923) компанию «Birdseye Seafoods, Inc.».

Впервые в истории рыба в замороженном виде могла транспортироваться на любые расстояния и при любой погоде, без использования льда или консервантов. Однако юная фирма просуществовала всего несколько месяцев и обанкротилась: во-первых, нужны были значительные капиталовложения на оборудование, а во-вторых, и это главное, требовалось время для «психологической адаптации» потребителей к необычной продукции. Неудача не обескуражила Кларенса. Он переселяется в прибрежный городок Глостер (Массачусетс) и решает сосредоточиться на исследованиях: наряду с десятками его изобретений именно в эти годы был создан принципиально новый агрегат для замораживания продуктов — 20-тонный холодильник с движущейся лентой. Ассистент Бердсей позднее вспоминал: «Траулеры привозили к верфи Глостера всевозможный улов — маленьких акул, китов, дельфинов и однажды даже крокодила. У шефа все шло в дело, он экспериментировал с любыми сортами мяса».

Исследования ученого не прошли мимо набиравшей в то время темп компании «General Foods», которая в 1929 году приобрела патенты и торговую марку Бердсея за 22 миллиона долларов, сделав лабораторию во главе с Кларенсом своим отделением. С 1930 года до наших дней на всех упаковках замороженных продуктов этой фирмы застыл в полете силуэт ястреба. А прилетела эта птица, оказывается, из далекого-далекого прошлого. В древние времена предок Кларенса служил при дворе английской королевы, участвуя в ее охотах. Однажды случилось непредвиденное: ловчий ястреб вышел из повиновения, грозно покружил над королевой и «спланировал» прямо на венценосную голову. Мгновение — и стрела, выпущенная из лука меткого слуги, пробила ястребу глаз. Растроганная королева тут же наградила предка героя нашего рассказа именем «Bird's eye» («Птичий глаз»). Столетия поработали над фамилией, спрессовав в одно слово, но ее носитель К. Бердсей, очень любивший это генеалогическое предание, с готовностью разрешил «General Foods» использовать в рекламных целях двухсловный «королевский» вариант на фоне распростертых крыльев виновника исторического инцидента.

## «LAND O'LAKES»

Каждому американцу, будь он даже яростный враг холестерина и пробегает, зажмурив глаза, мимо полок с жирными продуктами, знакома эта яркая упаковка масла, на которой улыбается коленопреклоненная красавица-индианка, держащая в руках точно такую же коробочку, как бы рекламируя ее. История торгового знака переносит нас в начало 20-х годов прошлого столетия, когда 350 фермеров со всех концов штата Миннесота собрались в его столице Сент-Поле, чтобы провозгласить создание довольно необычной для Соединенных Штатов организации — кооператива.



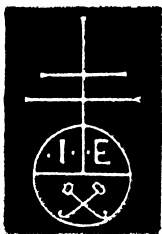
Это случилось в июне 1921 года: тайным голосованием была создана ассоциация с длинным и скучным названием «Minnesota Cooperative Creamery Association». Но дела нового кооператива были отнюдь не «скучными», а наоборот — живыми и энергичными. Он объединил не только производителей молочных продуктов, но и покупателей, поставив доходы тех и других в прямую зависимость от количества проданного и купленного товара. Спустя двадцать пять лет местная газета писала о том времени: «Повсюду была масса скептиков. Они полагали, что никакая сила не может заставить фермеров, этих индивидуалистов по природе, работать совместно. Но они ошиблись, недооценив энергию и самоотверженность людей, возглавивших новое движение».

Одним из пятнадцати директоров, избранных для руководства кооперативом, был фермер Джон Брант, ставший через два года его президентом. Он полагал, что только работая вместе и соревнуясь друг с другом, удешевляя совместную доставку масла, фермеры увеличат личную прибыль и предложат клиентам лучший продукт. Так оно и случилось, вот только имя фирмы следовало срочно поменять и придумать «ходовой» товарный знак. В феврале 1924 года кооператив объявил конкурс на лучшее название с наградой 500 долларов золотом. Почта принесла более ста тысяч предложений. Приз был разделен между двумя победителями, предложившими словосочетание «Land O'Lakes». Следует заметить, что комбинация буквы «О» с апострофом (O') является «придумкой» английского языка для сокращения в ряде случаев предлога родительного падежа «of». Например, ответ на вопрос «который час?» может звучать по-английски: «one o'clock» вместо грамматически безупречного «one of clock». Таким образом, новое имя кооператива переводится как «Страна озер», что как нельзя лучше соотносится с названием штата Миннесота, означающем на языке индейцев «небесно-голубая вода». И действительно, здесь свыше пятнадцати тысяч озер, крупных и небольших, судоходных и туристско-рыболовных...

История не сохранила имени девушки-индианки, послужившей моделью для торгового знака, ясна лишь причина того, почему именно этот образ, по мнению его создателей, должен был принести знаку популярность. В Миннесоте издревле обитали индейские племена. Современные раскопки показывают, что еще 12000 лет назад в этой местности жили люди с признаками индейской расы. По данным переписи 1960 года, в Миннесоте проживало около шестнадцати тысяч индейцев, а к моменту создания торговой марки (1924) их было, конечно, значительно больше. Недаром в поэме Генри Лонгфелло «Песнь о Гайавате» (известной российскому читателю в знаменитом переводе И. Бунина), впитавшей в себя сказания американских индейцев, действие происходит в живописных долинах Миннесоты. Главный герой поэмы, индейский вождь Гайавата — лицо историческое: он жил в XVI веке и известен как создатель союза ирокезских племен, стремившихся установить «вечный мир» между народами.

Почти восемьдесят лет минуло с момента, когда безымянная индианка из «Страны озер» заявила о себе на продовольственных полках. Сегодняшняя перепись населения, возможно, и вовсе не выявила бы ее миннесотских «родственников». Но сам торговый знак жив, как и жив-здоров кооператив «Land O'Lakes», производящий не только высококачественное масло и иные молочные продукты, но и семена, корма и удобрения для полумиллиона фермеров.

### «NABISCO»



Несколько загадочно звучащее название расшифровывается довольно просто. Обратите внимание на выделенные первые буквы трех слов: «*National Biscuit Company*». Соединить их в единое слово пришло в голову руководителям компании только спустя сорок с лишним лет после ее создания.

А возникла она в Чикаго в 1898 году, когда на основе слияния десятков мелких булочных и небольших кондитерских фирм образовался огромный по тем временам конгломерат с капиталом 55 миллионов долларов. Не прошло и года, как он занял лидирующее место на американском рынке бисквитов и печений (сумма продажи составила 70% этого бизнеса в стране). Главным архитектором успеха был первый президент новой фирмы Адольфус

Грин, молодой чикагский адвокат и расчетливый бизнесмен. Он начал с организации линии по выпуску многослойного содового печенья, изготовлявшегося по особому рецепту. Но главная привлекательность нового продукта была даже не в его вкусовых качествах, а в неожиданной для по-



купателей упаковке. Прежде крекеры и печенья продавались в магазинах россыпью, продавцы доставали их из бочек или больших корзин, что никак не способствовало сохранности товара. Грин совершил «революцию» на участке «фабрика-прилавок»: вся продукция начала упаковываться в небольшие картонные коробки, да еще и перекладываться особой бумагой, предохраняющей от загрязнения и проникновения влаги.

И тут же возникла необходимость в торговой марке, могущей завладеть покупательским вниманием. Поисками занялся все тот же неугомонный А. Грин. Он был страстным библиофилом, собравшим значительную коллекцию старых книг. Том за томом Грин стал их просматривать, приняв за отправную точку одно условие: знак его компании должен быть выразительным, абстрактно-визуальным символом. Немало долгих вечеров провел он в библиотеке, пока ему не попался в руки старинный итальянский фолиант XV века, описывающий персональные знаки-надпечатки, которые использовали члены венецианского общества печатников и указывали в выходных данных своих книг на последней странице. Увидев один из них, датируемый 1480-м годом (он перед вами сверху на рисунке), Грин понял, что цель достигнута. Начиная с ранних этапов христианской цивилизации, круг (или овал), завершающийся двойным крестом, символизировал создание жизни, победу духовного над земным, добра над злом.

Так в первый год XX столетия и появился на упаковках кондитерских изделий древнейший символ христианства, истоки которого уходят в тысячелетия. Модернизация свелась к тому, что в центре овала компания разместила аббревиатуру своего названия — N.B.C. Но в 1941 году ее пришлось заменить на знакомое нынче всей Америке (да и другим странам мира) сочетание «Nabisco». И дело не только в благозвучии, но еще и в том, что этом году начала завоевывать слушателей новая радиостанция «National Broadcasting Company», использовавшая, как на грех, то же сокращение NBC (см. в первой части книги очерк о Дэвиде Сарнове). Обошлось без судебного иска. «Nabisco» отступила, поняв, что нет хуже без добра: ее обновленный торговый знак — красный треугольник, расположенный на фронтальной части всех упаковок, — начал приносить дополнительную прибыль. Сегодня «Nabisco» — крупнейшая продовольственная корпорация в Соединенных Штатах, могущая позволить себе культурно-меценатскую деятельность: например, в конце 90-х годов прошлого века в принадлежащей ей в Нью-Джерси картинной галерее открылась выставка работ двадцати художников, эмигрировавших в разные годы из бывшего СССР.

Как водится в мире конкуренции, на пути фирмы к успеху не обошлось без попутных «захватов». О двух из них, произведенных в 60-е годы, есть резон рассказать.

## «CREAM OF WHEAT»



Конец XIX века был не лучшим временем для мелких американских производителей. Особые трудности испытывали владельцы мельниц: понижение спроса на муку и низкие цены на нее больно били по карману. Уныние царило и в маленькой мукомольной компании «Diamond», расположенной в городке Гранд Форкс (Северная Дакота). Однажды (шел 1893 год) главный мельник компании Том Эмидон предстал перед грустными соратниками с идеей: что если изменить традицию и использовать не зерна пшеницы, а отходы производства — высевки из отрубей? Он вспомнил, что часто приносил их домой, и жена готовила из них потрясающе вкусную кашу в качестве утреннего завтрака.

Уговорить владельцев фирмы не составило большого труда, и тут же было решено направить небольшую партию нового продукта нью-йоркским посредникам. Эмидон лично разметил и нарезал заготовки картонных коробок, а кто-то из работников предложил название — «Cream of Wheat» (сливки, или крем из пшеницы) и начертил его вручную на каждой коробке. Захваченный общим энтузиазмом, один из владельцев Эмери Мейпс, который когда-то в прошлом работал в типографии, решительно направился домой, перерыл груды старых фотоклише и вскоре вернулся, неся в руках иллюстрацию: негр в поварском колпаке, держащий в одной руке поднос с чашей, а в другой — черпак с длинной ручкой. Осталось добавить несколько символических колосьев, и товарный знак был готов.

Десять коробок сухого завтрака было направлено в Нью-Йорк в обычном грузовике наряду с постоянной продукцией — мешками с мукой, без всяких инструкций или советов агентам. Никто, даже Том Эмидон, с такой надеждой и тщательностью готовивший новый продукт к отправке, не ожидал столь быстрого и ошеломляющего признания. Через несколько дней по прибытии груза на место в Гранд Форкс пришла телеграмма: «Забудьте про муку, шлите только пшеничный крем». Вскоре фирма перешла целиком на выпуск «Cream of Wheat», а поскольку посевных полей стало не хватать, построила в 1897 году большую фабрику в Миннеаполисе, где открывались лучшие сырьевые перспективы и условия транспортной связи с другими регионами страны.

Первоначальная версия торгового знака просуществовала без изменений до 1925 года, хотя руководители фирмы не были им полностью удовлетворены. Случай послужил его изменению. Как-то, завтракая в чикагском ресторане, Эмери Мейпс обратил внимание на улыбчивого, привлекательного негра-официанта, который выполнял свою работу так мастерски, что завоевывал расположение каждого, кого он обслуживал.

На предложение попозировать в поварском облачении для обновления рисунка торговой марки официант ответил согласием, за что ему и было заплачено пять долларов. С тех пор повар с поварешкой через плечо посылает каждому покупателю «Cream of Wheat» свою неизменную белозубую улыбку, точно такую же, как на этом рекламном плакате, созданном семьдесят лет назад.

### «MR. PEANUT»

Каждому американцу знакома забавная фигурка этого чеповечка, силуэт которого образован формой арахиса (по-английски — peanut). Согласитесь — выглядит он довольно бодро, хотя от роду ему почти сто лет...

В 1889 году из Италии в Нью-Йорк прибыл двенадцатилетний эмигрант Амадео Обици. Он ступил на американскую землю в полном одиночестве, без денег и знания английского языка, однако сумел найти своего единственного родственника в США — дядю, жившего в небольшом городке Скрентон (Пенсильвания). Здесь Амадео поступил в школу, а по вечерам и в выходные дни подрабатывал в дядиной фруктовой лавке. В девятнадцать он открыл собственный ларек, а чтобы отличаться от остальных продавцов, приобрел жаровню для прожаривания арахиса и стал продавать в дополнение к основному ассортименту подсоленные или покрытые шоколадом орехи. «Арахисовый» бизнес настолько разросся, что Обици оставил торговлю фруктами и в 1906 году вместе со своим приятелем Марио Перуччи, тоже итальянским эмигрантом, зарегистрировал фирму, которую они назвали «Planters Nut and Chocolate Company».

Слово «planter» имеет два словарных значения: плантатор и колонист. Ни плантаторами, ни тем более первопоселенцами оба эмигранта не были. Как позднее разъяснил сам Амадео, он выбрал это название только потому, что оно звучало «внушительно и благородно». Прошло всего семь лет, и компании стало тесно в родных местах. Свой новый большой перерабатывающий завод «Planters» открыла в южном штате Вирджиния, в самом сердце района, где издавна произрастали теплолюбивые арахис и какао-бобы, — графстве Саффолк. Оба совладельца проявили себя умелыми и изобретательными бизнесменами: они первыми использовали для «земляного ореха», как иногда называют арахис, пергаментную и целлофановую упаковку, а также позднее — металлические банки с вакуумом внутри. Не забывали они и о рекламе, «двигателе прогресса».



В 1916 году был объявлен конкурс на лучший символ компании. Местный тринадцатилетний школьник Антонио Джентайл стал победителем (приз составил 5 долларов), прислав схематический рисунок человечка с туловищем в виде арахиса. Профессиональный дизайнер добавил ему монокль, цилиндр и трость, — и Mister Peanut появился на свет. С тех пор его фигурка, увеличенная до гигантских размеров или нарисованная на воздушных шарах, участвует в национальных парадах и праздничных шествиях на главных улицах городов, репродуцируется в миллионах игрушек и сувениров, вручается в качестве наград победителям соревнований и... приносит производителям ореховых сладостей миллиардные прибыли.

А знаете ли вы, вдобавок, что одно из значений слова «peanut» на современном английском сленге переводится как «маленький человечек»? Не исключая того, что это результат многолетней «неутомимой деятельности» мистера Арахиса. Как видите, чтобы оставить след в языке страны, вовсе не обязательно знать этот самый язык в момент прибытия на ее территорию.

### «QUAKER OATS»



Овес (oat), как важнейший злак, появился на землях Новой Англии вместе с колонистами в самом начале 1600-х годов, а уже к началу XVIII века рос везде, где они селились. Он был главной пищей для лошадей и быков — единственного транспортного средства ранней Америки. Что же касается последующего распространения овсяной муки, то, по утверждению всезнающих статистиков, она не только радикально изменила традиционное меню завтрака американской семьи (ветчина, сосиски, пирог, жареный картофель), но и увеличила рост среднего американца почти на два дюйма. Революцию в диете совершил иммигрант из Германии Фердинанд Шумахер. К моменту его появления в США (1850 г.) овсянка в Европе уже давно была общепринятой едой, и новый американец, открыв свою булочную в штате Огайо, не замедлил начать пропаганду «европейской» крупы. Он паковал ее в удобные стеклянные банки и сопровождал рекомендациями добавлять к каше сиропы, кремы и сахар. Успех был велик — скоро Фердинанд продавал по двадцать баррелей (2000 литров) крупы в день. На всю жизнь за ним закрепилось газетное прозвище «Овсяный король Америки». Прибыльный бизнес подхватили другие окрестные мельники, а чтобы выстоять в конкурентной борьбе, некоторые из них объединились в фирму «Oats Company».

В 1877 году наступил черед выбора более яркого названия компании и ее торгового знака. Два совладельца, Генри Сеймур и Уиль-

ям Хестон, по-разному повествуют о том, как они пришли к одинаковому решению, но каждый своим путем. Генри погрузился в изучение словарей и энциклопедий, пока его внимание не привлекла история протестантской секты квакеров, основанной в Англии в 1650 году. Впрочем, себя они называли иначе — «Общество Друзей», подчеркивая общность взглядов на скромность поведения в быту, мужественность в преодолении житейских тягот и преследований со стороны господствовавшей англиканской церкви. Название «квакеры», согласно легенде, закрепилось за ними после судебного процесса, на котором глава секты Джордж Фокс обратился к судье с мольбой о необходимости «трепетать перед именем Бога», на что тот в ответ иронично назвал его «quaker» (от глагола «quake» — «трястись, дрожать»).

По словам Уильяма Хестона, он на прогулке по улицам Цинциннати увидел портрет своего тезки и единоверца Уильяма Пенна, основателя «квакерского» штата Пенсильвания, в названии которого увековечено его имя. Ему стало понятно, что облик сурового джентльмена в строгом длинном сюртуке и черной широкополой шляпе, надвинутой на традиционный седой парик, как нельзя лучше подойдет для рекламы высокого качества нового продукта. Так в 1877 году на рынке появилось новое имя — «Quaker Oats Company», а позднее — и торговый знак с «всамделишным» квакером во весь рост, да еще с манускриптом в руке, подтверждающим безупречность и чистоту овсяной крупы («pure»). В истории американского бизнеса зафиксировано несколько судебных процессов (правда, безуспешных), затеянных «Обществом Друзей» против использования в коммерческих целях религиозных институтов, а однажды (1915 г.) подобный иск даже дошел до рассмотрения в Конгрессе и был им отклонен. С годами вид торгового знака менялся, что хорошо видно на иллюстрациях, причем становились иными не только дизайн, но и выражение лица поначалу неулыбчивого квакера.

### «SUN-MAID RAISIN»

Когда основанная в 1912 году фирма «California Associated Raisin Company», занимавшаяся производством и сбытом сухофруктов и, в частности, изюма (raisin), задумалась над усилением привлекательности названия и над созданием торгового знака, первое, что пришло в голову руководителям, — использовать калифорнийское солнце как в графике, так и в тексте («sun»). Тем самым подчеркивалось бы, что нежная продукция высушена не каким-либо искусственным путем, а под природными жаркими лучами.

Так появился первый вариант названия — «sun-made», а за ним и окончательный — «sun-maid», полностью совпа-



дающий по произношению, но означающий вовсе не «солнцем изготовленный», а ...«солнечная девушка». Причем девичье личико было создано не воображением художника, а имело живой прототип. В 1915 году фирма приняла участие в международной выставке в Сан-Франциско. Для этой цели было нанято большое число привлекательных девушек, представлявших продукцию компании. Все они были одеты в униформу: белые юбка и блузка, красный капор с тесемками. В обязанности одной из девиц, 18-летней Лорейн Коллетт из города Фресно, входило распространять бесплатные образцы. Утром она прогуливалась по территории выставки с подносом, полным спелого винограда, а в полдень поднималась на борт небольшого аэроплана, чтобы сбрасывать горсти изюма вниз, к ногам толп экскурсантов.

Однажды художник, создававший новый знак для фирмы, заметил ее и попросил попозировать. На несколько дней утренний проход между павильонами ей разрешили пропустить, но к каждому подъему самолета она была на месте. Прошло всего несколько лет, и улыбающуюся красотку в солнечном ореоле на пакете с сухофруктами знало уже полмира. Всю жизнь Лорейн хранила свой красный капор в платяном шкафу, а в 1976 году подарила его фирме для музея. Взгляните на снимок пожилой Коллетт: ее улыбка, умело схваченная фотографом, почти не изменилась.

## СТОЛОВЫЕ ПРИПРАВЫ

### «HEINZ»

В первый же год нового, XX столетия, нью-йоркцев ожидало невиданное зрелище: с наступлением сумерек посреди Манхэттена, переливаясь огнями, сверкала реклама известной фирмы «Heinz». Во всю высоту брандмауэрной стены шестиэтажного дома 1200 лампочек освещали названия приправ и солений, окружавшие знакомый всей стране символ — гигантский маринованный огурец. Так выглядела первая в истории световая торговая реклама. Замечу, что электролампочка была изобретена Эдисоном всего за двадцать лет до этого события, до обещания повесить «лампочку Ильича» в каждой избе оставалось тоже двадцать лет, а до выражения «всем все до лампочки» — целых семьдесят...

Генри Хейнц (1844–1919), сын немецких эмигрантов, в восьмилетнем возрасте начал продавать своим соседям овощи, выращенные на семейном участке под Питтсбургом (Пенсильвания). В десять лет он уже использовал для этой цели тачку, а в шестнадцать у него «в штате» было четверо рабочих, с помощью которых продукты три раза в неделю доставлялись в питтсбургские магазины. Окончив финансовый колледж, Генри в качестве бухгалтера поступает на кирпичный завод своего отца и вскоре становится его партнером. Через всю жизнь пронес он интерес к кирпичному производству, всегда в дальнейшем сам следил за строительством многочисленных зданий своей процветающей компании, а стол в его офисе часто был загроможден образцами кирпичей, привозимых из поездов.

Продовольственный бизнес продолжал занимать мысли молодого бухгалтера, и в 1869 году он с напарником создает фирму, выпустившую



в продажу бутылочный хрен. В те времена ряд производителей поставлял хрен в темно-зеленых бутылках, маскировавших использование турнепса вместо продукта, заявленного на этикетке. Альтернативой для домашних хозяек оставалось покупать или выращивать корни, а затем приготавливать хрен самим. Хейнц предложил им иное: честность торговли. Три четверти акра земли были возделаны под хрен, который после обработки расфасовывался в прозрачную тару, не оставлявшую у покупателей никаких сомнений в содержимом. Спустя два года уже работали линии по выпуску квашеной капусты, уксуса и маринованных огурцов. К первоначальному участку для выращивания овощей добавились еще 125 акров плодородной земли в речной долине.

Крупнейшая финансовая паника 1873 года, начавшаяся в Европе и перекинувшаяся в США, подорвала все планы, молодая фирма объявила себя банкротом. Наступили трудные времена, но паниковать тридцатилетний Хейнц не привык. Одолжив деньги у родственников и соседей, он снова занялся бизнесом, правда, первым продуктом «Heinz Company» на сей раз стал кетчуп. У этой столь популярной нынче томатной приправы своя история. Европа «открыла» ее для себя в XVII столетии. Английским морякам, чьи корабли бросали якоря в Сингапуре, пришелся по вкусу острый соус, который местные жители употребляли с рыбой и домашней птицей, называя на китайском диалекте «kichap» (в примерном переводе — рыбный рассол). Вернувшись на родину, мореплаватели не забыли экзотическую восточную приправу, начав готовить ее на «местном материале», используя грибы, орехи, огурцы и, позднее, томаты. Соус, преобразованный английским языком в «ketchup», закрепился в Британии, переплыл океан и через Мексику и Вест-Индию попал на североамериканский континент.

Его приготовление в домашних условиях требовало немалых усилий всей семьи. Во двор выносились старый железный котел и запас дров для поддержания огня в течение всего дня, поскольку варка специй на кухонной плите заполняла едким запахом весь дом. И еще — долгие часы непрерывного перемешивания, дабы каша не приставала к стенкам котла и не подгорала. От всего этого Генри Хейнц избавил домохозяек, выпустив свой первый томатный кетчуп. За ним последовали и иные приправы, но особую славу снискали банки с маринованными огурчиками.

А тут еще подоспела Всемирная промышленная выставка в Чикаго (1893), где «Heinz» занимала отдельный павильон, расположенный, правда, несколько в стороне от основного потока посетителей. Находчивый Хейнц разбросал по территории выставки латунные кружочки, на которых значилось, что каждого нашедшего ждет сувенир в павильоне компании. Это был самоклеящийся значок в виде светло-зеленого пупырчатого огурчика. Миллионы посетителей унесли его с собой вместе с памятью



о фирме. Вскоре вся страна называла Хейнца «pickle king» («огуречный король»).

Биографы отмечают, что Генри был человеком невысокого роста, энергичным и амбициозным, сочетавшим в себе эти качества с изысканными старинными манерами, как и положено «королю». Все, чем он занимался, излучало энтузиазм: работа, семья, путешествия, религия. Вы не забыли, уважаемый читатель, эпизод со световой рекламой в Нью-Йорке? Так вот, истинный христианин, Хейнец распорядился (в ущерб коммерции) выключать ее в день отдыха — воскресенье. Но важнее, пожалуй, другое — его забота о «подданных королевства»: он делал все возможное, чтобы рабочие на его заводах трудились в комфортных условиях.

Сохранились свидетельства, что на предприятиях Хейнца существовали гимнастические залы, плавательные бассейны, госпиталь и даже трехэтажная конюшня. Однажды рабочие в изумлении обнаружили на крыше одного из строений стеклянный аквариум, в котором плескался... живой, полутонный, 150-летний аллигатор. Президент компании пояснил, что ему захотелось дать рабочим испытать то же удовольствие от этой достопримечательности, какое он сам недавно получил, путешествуя по Флориде. «Heinz» по заслугам получала многочисленные награды от национальных профсоюзных объединений Америки. За многолетнюю историю фирмы не зарегистрировано ни единой забастовки.

В начале нашего рассказа мы привели два варианта торгового знака компании: ранний, начала века, и более поздний, относящийся к 20-м годам и дошедший до нас без изменений. Наличие в обоих случаях огурца-символа не требует пояснений, а вот число «57» в таковых нуждается. Случилось так, что в один из дней 1896 года Генри Хейнец ехал в вагоне грохочущей нью-йоркской «надземки» и увидел на стене рекламный листок обувного магазина, анонсирующего «21 стиль» туфель. Далее предоставим слово самому Хейнцу, вспоминаяшему это событие так: «Листок толкнул меня на размышления. Моя продукция, сказал я себе, не имеет «стилей», но у нее есть «разновидности» (varieties). Сколько же их? Я считал: 57... 58... 59... Но я снова и снова возвращался мысленно к числу 57. Семерка! Как много примеров притягательности и психологического воздействия этой цифры на людей разных возрастов. Нет, только «57», решил я, вышел из вагона и сразу направился к литографу заказывать дополнение к торговой марке». А теперь оцените степень популярности новшества Хейнца, если спустя пятьдесят лет, во время Второй мировой войны, 57-й эскадрон военно-воздушных сил США в Европе выбрал своей эмблемой крылатый огурчик с числом 57.

Осталось рассказать о необычной форме знака, напоминающей перевернутый усеченный конус. Взгляните на схему кладки древней арки — архитектурного сооружения романского стиля. В центре — «главный» камень,

замыкающий и сцепляющий всю конструкцию. В английском языке он носит название «keystone» — ключевой камень (в русском тоже есть сходное понятие — краеугольный камень, только относится оно к угловой части фундамента постройки). Хейнц принял для торговой марки контур именно «камня-ключа». Причина? Напомню, что город Питтсбург, с которым у Генри была связана вся жизнь и где, кстати, до сих пор находится штаб-квартира компании, — расположен в штате Пенсильвания, чье прозвище (у каждого штата оно есть) — «keystone». Оно восходит к временам Войны за независимость и объясняется тем, что Пенсильвания географически расположена в центре тринадцати колоний, первыми ратифицировавших Конституцию. Она как бы «скрепляет» их союз. Выходит, что Генри Хейнц таким образом изящно увековечил свой «местный» патриотизм.

Сегодня в ассортименте компании не 57 разновидностей продуктов, а более трех тысяч, ее представительства — на шести континентах земли. И повсюду на этикетках, как свидетельство безупречного качества, видна короткая, но столь значительная надпись: «основана в 1869 году», то есть в том самом году, когда 25-летний Генри выпустил первую бутылочку с хреном.

### «MORTON SALT»



Известный издатель и политический деятель штата Небраска в период Гражданской войны Стерлинг Мортон не мог предположить, что два его сына займутся бизнесом и принесут подлинную известность его фамилии не в законодательных сражениях, а в боях с конкурентами по производству и продаже поваренной соли. Джой Мортон и его брат Марк вступили в «соляное дело» молодыми людьми в 1879 году, вложив в совместную компанию десять тысяч долларов. На грани веков «Morton Salt Company» была уже крупнейшим национальным и мировым производителем соли. Не хватало одного — яркого товарного знака и девиза.

В 1912 году фирма выпустила на рынок свой новый продукт — небольшой круглый контейнер с легко открывающимся «носиком», из которого соль высыпалась без всяких усилий. Для общественной поддержки товара Джой Мортон заказал рекламному агентству двенадцать рисунков для ежемесячного популярного журнала «Домашнее хозяйство». Ни один из рисунков Мортону «не понравился», а вот тот, что художник заготовил «на всякий случай», ожидала счастливая судьба.

Далее — слово самому Мортону. «Я сразу обратил внимание на маленькую девочку, стоявшую на дожде под зонтиком, зажав подмышкой

нашу упаковку с просыпающейся солью. Возможно, что на мой выбор мысленно повлияла моя любимая доченька Сюжетта. Несомненной удачей рисунка была демонстрация качества продукта при любой, даже сырой погоде. А вот девиз был длинным и невыразительным: “Even in rainy weather it flows freely” (“Даже при дождливой погоде она (соль) вытекает свободно”). Вся моя администрация начала размышлять над девизом. И тут вспомнилась старая пословица: “It never rains but in pours” (“Начался дождь — ожидай ливня”). Правда, двойное отрицание (never...but) для рекламы не годилось. Тогда окончательно было придумано: “When it rains it pours” (“Пусть поливает, она все равно вытекает”)).

Вот уже почти сто лет торговый знак «Morton Salt» не претерпел существенных изменений, только у беспечной девочки под зонтом вместо светлого барашка волос появилась темная, короткая стрижка, да «осовременились» платье и туфельки.

## БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ

### «LIPTON TEA»



Лицо этого усамого, благообразного господина знают во всем мире, во всяком случае в тех странах, где любят вкусный чай. Сэр Томас Липтон (1850–1931) родился в шотландском Глазго в бедной семье скромных бакалейщиков. Аристократическая приставка «сэр» перед его фамилией появится значительно позже (почти через пятьдесят лет), как знак признания его заслуг перед отечеством.

Когда Томасу исполнилось пятнадцать лет, семья переселилась в Соединенные Штаты, и юноша сразу нашел работу продавца бакалеи в одном из самых больших универмагов Нью-Йорка. Американский опыт весьма пригодился, когда через пять лет он вернулся в Глазго и вскоре открыл целую сеть продовольственных магазинов по всей Англии. К своему сорокалетию Липтон подошел уже преуспевающим миллионером. Но главное дело жизни было впереди. В 1898 году он приобрел чайные плантации на Цейлоне, основал компанию «Lipton Tea, Ltd.», неизменным рекламным девизом которой стало выражение: «It takes less to give more flavor» («Как мало надо для полноты аромата»). Через

два года липтонский чай уже вышел на рынки Америки, а его создатель удостоился титула баронета, посвящения в рыцари и звания сэра.

Страстным увлечением неженатого бизнесмена был парусный спорт. Вот откуда морская фуражка на портрете владельца фирмы, украшающем торговый знак. Он предпринял пять безуспешных попыток завладеть престижным среди яхтсменов «Кубком Америки». Во время одного из приездов в США Томас был принят в Белом доме президентом Теодором Рузвельтом, а в другой раз посетил Бостон и, разумеется, побывал

в гавани, где когда-то борцы за независимость колоний устроили знаменитое «Бостонское чаепитие», выбросив за борт английский чай. Бизнесмен-яхтсмен заметил при этом: «Конечно, они бы не сделали это с чаем Липтона».

На американском континенте отсутствует традиция заварки чая по примеру «чайных церемоний» Японии и других стран Востока. Здесь предпочитают пакетики с быстрорастворимым чаем, и многие считают Липтона родоначальником этого метода. Справедливости ради заметим, что это заблуждение. Пакетики изобрел в самом начале XX века тезка Липтона, коммивояжер Томас Салливэн. Он как-то расфасовал чай не в коробочки, которых в этот момент не было под рукой, а в шелковые мешочки, встреченные покупателями «на ура». Постепенно на смену дорогостоящему шелку пришла марля, а затем и тонкая прочная бумага. Сегодня в пакетиках расходуется 95 процентов продаваемого в Америке чая, в том числе и «Lipton».

### «MAXWELL HOUSE COFFEE»

Рождению этой марки способствовали два человека: торговый агент из штата Кентукки и... президент Соединенных Штатов. К двадцати годам Джоэлю Чикю наскучило влачиться по проселочным дорогам, предлагая традиционные и не всегда первосортные бакалейные товары. «Вот если бы улучшить качество кофе, я бы заработал состояние», — постоянно размышлял он. Но для этого следовало осесть где-то постоянно и начать эксперименты. Заработав немного денег, Джоэль переехал в штат Теннесси и приступил к исследованиям. Через год новая кофейная смесь стала успешно продаваться.

Среди его клиентов были постояльцы фешенебельного отеля «Maxwell House» в городе Нашвилл. Останавливались здесь, как правило, знатные люди: крупные военные, дипломаты, европейские музыканты. Именно сюда, в гостиничный ресторан, и начал доставлять Чик свой кофе. Администрация не могла нахвалиться, посетители выражали восторг. Успех был закреплен в новом торговом знаке — «Maxwell House Coffee». А девиз компании появился при следующих обстоятельствах, если верить, конечно, сохранившимся фирменным анналам. В 1907 году президент США Теодор Рузвельт приехал в Нашвилл, чтобы посетить старинный дом-музей «Эрмитаж», принадлежавший когда-то его «коллеге»-предшественнику, президенту Эндрю Джексону. Не пропустил Рузвельт и отель «Maxwell», где его попотчевали прославленным кофейным напитком. На предложение



владельца повторить еще одну чашечку президент ответил: «Разумеется, ведь кофе хорош до последней капли!» С тех пор, вот уже почти сто лет, на рисунке торговой марки присутствует перевернутая чашка кофе с последней капелькой, задержавшейся на краю, и надписью, повторяющей исторические (для фирмы) слова президента страны — «Good to the Last Drop».

### «COCA-COLA»



Как часто бывает в истории, изобретения, «обреченные» на всемирную славу, являются делом случая. В 1886 году скромный фармацевт из Атланты, ветеран недавно закончившейся Гражданской войны Джон Пембертон колдовал над составом тонизирующих напитков, стараясь найти замену спиртовым настойкам, поскольку южане в то время, познав горечь поражения, начали активно бороться «за здоровый образ жизни» и объявили войну пьянству. Эксперименты проходили на заднем дворе дома фармацевта, где он разжигал огонь под треногой и смешивал в кастрюле, в основном, два ингредиента: сухие листья южноамериканского куста «соса», содержавших небольшое количество кокаина, и экстракт (с примесью кофеина) из ореха африканского дерева «сола», завезенного когда-то в Новый Свет рабами. Полученный сироп был бурого цвета и смахивал на освежающий лимонад, вот только вкус его был далек от приятного.

Тем не менее новый напиток в бутылках из-под пива начал понемногу поступать в близлежащие аптеки и особого спроса не вызывал, пока... Пока один из покупателей не попросил аптекаря открыть бутылку и развести сироп водой. Тому было лень идти в дальний угол к водопроводному крану, и он добавил содовую, бывшую у него под рукой. Произошло чудо. Покупатель с восклицаниями восторга опустошил бутылку, а на завтра вся Атланта раскупала темно-коричневый шипучий тоник.

Авторство торгового знака принадлежит не Пембертону, а его бухгалтеру Фрэнку Робинсону, который предложил соединить в названии оба компонента, расположив их через дефис: «Coca-Cola». А поскольку Фрэнк был еще каллиграфом-любителем, он собственноручно начертил новое словосочетание, которое было зарегистрировано (вместе с компанией) в 1892 году и практически без изменений существует уже более столетия. За десятилетия, в борьбе с конкурентами, «Coca-Cola» из крошечной фирмы выросла в международную корпорацию с оборотом более 10 миллиардов долларов и штатом сотрудников 40 тысяч человек. На многих языках мира аллитерация из трех «к» в названии звучит запоминающе, что в немалой степени, помимо вкусовых качеств, помогло завоеванию мирового рынка.

И еще один фактор способствовал успеху. В 1915 году напиток начали разливать в бутылки необычной формы. После долгих поисков и рассмотрения множества конкурсных предложений остановились на классическом дизайне — рифленое стекло с расширением в средней части, так что бутылка по форме напоминала орех «кола». Как говорил один из руководителей конкурсной комиссии: «Теперь ее можно опознать даже в темноте, на ощупь, и в разбитом виде, чтобы даже по осколкам можно было узнать, что в ней была “Coca-Cola”». Стекло с маленьким секретом — эффектом утолщения — создавало у покупателей обманчивое впечатление о внутреннем объеме тары. Он невелик — всего 612 унций (184 грамма).

Главный секрет «Coca-Cola» не в толщине стекла, а в точном составе напитка. Он до сих пор неизвестен и бережно охраняется всеми поколениями руководителей компании. Точнее, не сам состав, а комбинация его элементов, к которым, помимо основных, относятся: эфирное масло, кожура зеленых лимонов, масло мускатного ореха, ванилин, цитрусовая кислота, апельсиновый эликсир и кофеин. А листья коки давно уже поставляются «обезвреженными», из них в лабораторных условиях экстрагируется кокаин.

### «PEPSI-COLA»

Более долгой и кровопролитной войны, чем между этими двумя мировыми лидерами по продаже прохладительных напитков, в истории бизнеса не зарегистрировано. А начало у них было схожим: как и в случае с «Coca-Cola», придумал «Pepsi» в 1898 году тоже фармацевт и тоже бывший офицер армии конфедератов Калед Бредхэм, владевший аптекой в городке Нью-Берн (Северная Каролина). Будучи выпускником медицинского училища, он долго экспериментировал с разными эликсирами в поисках рецептуры напитка, облегчающего желудочные недомогания. А когда в очередной раз смесь из масел и специй тропических фруктов и растений, а также сахара и экстракта знакомого нам ореха колы показалась ему удачной, очень кстати пришлось название «Pepsi-Cola» («pepsis» по-гречески означает «пищеварение»).

Бредхэм не слишком тогда задумался над, казалось ему, невинным заимствованием второго слога у «Coca-Cola», которая уже набирала финансовые обороты. Расхлебывать последствия такой неосторожности полной мерой довелось его наследникам. Например, многолетние судебные процессы 30-х годов как в США, так и за рубежом завершились только после



окончания Второй мировой войны, когда подуставшие стороны заключили мирное соглашение, означавшее, что слово «Cola» является обобщающим термином и не находится под защитой патента на торговый знак.

Но война продолжалась на других фронтах: на рынках сбыта и в лоббировании правительственных институтов. У двух фирм были свои партийные предпочтения. «Pepsi» всегда имела связи среди республиканцев, «Coca-Cola» была близка демократам. Известный сенатор Джон Маккарти, прославившийся преследованием «инакомыслия», не погнушался получить ссуду в двадцать тысяч долларов и вместе ней прозвище в газетах «сыночек Pepsi-Cola». Немалая заслуга компании и в успешной предвыборной кампании Ричарда Никсона и его воцарении в Белом доме. Свидетелями рекламных сражений двух фирм-магнатов на телевизионных экранах становились в каждом американском доме. Миллионы, например, напевали песню, исполненную в 1984 году популярнейшим Майклом Джексон, «You're the Pepsi generation» («Вы — поколение Пепси»). Схватки конкурентов продолжаются, а вместе с ними и поток дивидендов.



## СПИРТНЫЕ НАПИТКИ

### BEER — ПИВО

О мере популярности этого напитка в США говорит следующая статистика: на каждого взрослого американца приходится 90 литров выпитого пива в год. А начало этому увлечению положила в середине XIX века огромная волна эмиграции из Германии, когда в течение сорока лет более четырех миллионов немцев, гонимых нестабильностью постреволюционной экономической ситуации и безработицей, прибыло на американские берега в поисках счастья. Помимо надежд многие из них привезли с собой не только традиционную любовь к пиву, но и секреты германского пивоварения, славившегося по всей Европе. Совершенно закономерно, что владельцами первых успешных компаний стали выходцы с берегов Эльбы и Рейна, а наиболее раскупаемым сортом — светлое пиво, или «lager beer» (от немецкого «lagern» — складировать, ибо в процессе ферментации промежуточный продукт хранился несколько месяцев при низких температурах).

### «ANHEUSER-BUSCH»

Среди множества американских производителей пива именно этот с ежегодным денежным оборотом более девяти миллиардов долларов постоянно занимает первое место в мировой продаже. Начало успеху было положено в 1860 году, когда два немца-иммигранта Эберхард Анхойзер и его зять Адольф Буш арендовали полуподвал в г. Сент-Люисе (Миссури), и первые бочки с пивом европейского стандарта показались по дорогам страны.

Ручеек превратился в мощный поток в 1876 году с созданием марки «Budweiser», получившей у восхищенного потребителя прозвище «King of Beers» («Король пива»). До сих пор «Король» — во главе лучших из лучших «пивного» списка, и каждый американец согласен с фирменным девизом: «When



you say Budweiser, you've said it all» («Бадвайзер. Этим все сказано»). Сказано-то сказано, да не все. А откуда происходит само название? В нем, оказывается, основатели увековечили город, в котором родились, — Budweis в южной Богемии, несколько столетий, вплоть до начала XX века, принадлежавшей Габсбургской империи. Уже давно город, славный своими пивоварнями, вновь в составе Чехословакии и называется он Ческе-Будеевице. А поклонники прохладного, золотистого напитка, называющие его ласково и даже интимно — «Bud» (на жаргоне — приятель), — даже не догадываются о подобных географических тонкостях.

Адольф Буш успешно руководил компанией до своей смерти в 1913 году, но его сыну Августу пришлось столкнуться с ситуацией общенационального запрета на алкоголь (1920–1933 гг.), возникшей, в том числе, как патриотическое следствие послевоенных антинемецких настроений. Стараясь удержать фирму на плаву, Буш-младший стал продавать дрожжи, сиропы и газированные напитки. И как только законодательный запрет был снят, Август послал новому президенту Франклину Рузвельту символический подарок — контейнер с «Budweiser». Но тревожные лет «сухого закона» не прошли даром. Через год после его отмены А. Буш покончил с собой.

Торговый знак был создан в 1872 году и дошел до наших дней почти без изменений. Из основательно выписанной, тяжеловесной заглавной буквы фамилии одного из основателей горделиво выглядывает орел, фигура которого уже знакома внимательному читателю по описанию марки авиакомпании «American Airlines». В отличие от своего «воздухоплавательного» собрата «пивной» орел опирается крепкими лапами на американский флаг и пальмовую ветвь. Пятиконечная звезда на самом верху должна, по-видимому, по замыслу художника означать древнейший, ритуально-языческий символ мощи человеческого духа, в котором каждый конец соотносится с Божественным присутствием, Землей, Воздухом, Огнем и Водой.



### «COORS»

Если подъехать на автомашине к городу Голден (штат Колорадо), где расположены завод и штаб-квартира компании «Coors», то можно сразу увидеть длинный, проложенный параллельно шоссе акведук, по которому в трубопроводе доставляется родниковая вода с близлежащих высоких гор. Когда-то это место облюбовал немецкий иммигрант Адольф Курс, чтобы начать реализовывать свой замысел пивоваренного производства.

Случилось это в 1873 году, спустя пять лет после его прибытия к новым берегам. За это время он пересек страну вдоль и поперек, сменяя десятки профессий, пока, в конце концов,

не посчитал, что лучше этого уголка не придумаешь. Особенно его впечатлило соседство с удивительной формы горой, которую местные жители называли «Table Mountain» («Стол-гора»). На сбереженные средства Адольф смог снять полуразрушенное здание кожевенного завода, превратившееся сегодня, через сто тридцать лет, в самое большое в мире предприятие по изготовлению пива, расположенное в одном географическом пункте. Его производительность — полтора миллиарда литров в год, что по заслугам вписано в книгу рекордов Гиннесса.

Товарный знак, зарегистрированный в 1882 году, — первая буква фамилии на фоне «Стол-горы» — удовлетворил амбиции владельца. А вот наследники посчитали, что им важнее не романтический горный вид, а источник, придающий их пиву неповторимый вкус. С 1948 года и до наших дней он украшает все баночки с пивом «Coors», а для сомневающихся придумана еще и особая надпись, удостоверяющая чистоту горного родника.

### «PABST»

И снова — история немецких иммигрантов. Но на сей раз страсть к пиву замешана на страсти любовной. В 1844 году Якоб Бест с четырьмя сыновьями открыл пивоварню в городе Милуоки (Висконсин). Через десять лет старший сын Филипп решил разместить в соседнем Чикаго оптовый склад, чтобы продукция оказалась поближе к главным торговым путям, к которым, несомненно, в то время относилось и одно из Великих озер — Мичиган. Чикагские жители обожали свое озеро и наслаждались прогулками по его водной глади. Не отличалась от них и дочь Филиппа, прелестная Мэри.

И тут на сцену вступает новый герой — молодцеватый капитан озерного парохода Фредерик Пабст, сразу заприметивший юную пассажирку. Любовь с первого взгляда завершилась свадьбой в 1862 году. Филипп Бест сразу понял, что счастье привалило не только его дочери, но и его бизнесу: в лице зятя он обрел энергичного совладельца. Так и случилось. В момент вступления Пабста «в дело» завод выпускал 200 тысяч литров пива в год. Через девять лет — 12 миллионов. Уже в качестве президента компании Фредерик в 1889 году регистрирует новый торговый знак, в центре которого на фоне листа хмеля, основного ингредиента пива, выделяется крупное «В», что соответствует первой букве не слова «beer», как может показаться на первый взгляд, а фамилии Best. Таким образом благодарный зять отдал долг памяти своему шефу и родителю любимой жены, да к тому же эта немецкая фамилия в переводе на английский столь удачно означала «лучший».



Огромный успех пришел к Пабсту, когда он организовал выпуск нового сорта пива «Select beer» («Особое»), придумав для бутылки пробку, фиксировавшуюся, на манер шампанского, проволокой, да еще обвязывал горлышко ярко-голубой лентой. Пока заполнение бутылок оставалось ручным, эти нововведения были экономически допустимыми. Но уже через несколько лет было подсчитано, что на голубые ленточки уходит около 18 тысяч метров дорогой шелковой ткани в год, а «дедовские» методы упаковки тормозят технологический процесс. Пришлось с начала XX века перейти на печатную версию ярлыка любимого пива миллионов — «Blue Ribbon» («Голубая лента»), существующую и сегодня.

## WHISKEY — ВИСКИ

Американцы потребляют в год полтора миллиарда литров крепких спиртных напитков. Много это или мало? Все относительно. В международном рейтинге выпитого на душу населения США занимают 20-е место. Спектр застольного «горячительного» достаточно разнообразен: виски, бренди, ликеры, джин, ром, водка... Первое место по популярности в этом перечне заслуженно занимает виски.

За право считаться его прародиной до сих пор сражаются Ирландия и Шотландия. Так или иначе, само слово «whiskey» возникло внутри группы древнейших кельтских языков и вначале звучало как «uisque-beathe», что соотносится с латинским «асqua vitae» (в переводе — «живая вода»). Века подсократили длинное выражение, доведя его до «oushki», а отсюда уже было недалеко до современного произношения. Американские индейцы ничего не ведали об алкоголе, пока европейские пришельцы не приступили к энергичному товарообмену: кварта или пинта секретного напитка за оленью или заячью шкуру.

С заселением эмигрантами (в том числе и ирландцами) восточного побережья началось «победное шествие» виски по Новому Свету. Изучая дневники президента Джорджа Вашингтона, историки установили, что он был не только отцом нации, но и успешным винокуром, выращивая в своей усадьбе для перегонки специальные сорта ржи. Собственным виски президент чрезвычайно гордился и щедро угощал им своих высоких гостей. Знаменитый герой Войны за независимость маркиз де Лафайет свидетельствовал, что поначалу был даже немного напуган столь быстрым воздействием на него «домашней новинки», но, распробовав, оценил ее по достоинству.

И нынешние поколения отдают должное виски. Оно выпускается десятками фирм и отличается тонкими особенностями каждого сорта. Упомянем лишь старейшие марки.

## «BOURBON»

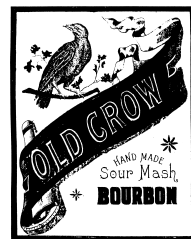
Штат Кентукки издавна считался «землей обетованной» для опытных винокуров. По крайней мере три фактора определяли эту притягательность: изумительное качество воды здешних источников; прекрасные урожаи кукурузы; обожженное дерево из местного белого бука, идеальное для бочонков, где выдерживалось виски. В особенности этими достоинствами славилось графство Бурбон, получившее свое название в честь французской королевской династии, представитель которой, Людовик XVI, оказал помощь колонистам в период их острого противостояния вечному врагу Франции — Англии.

Годом рождения виски «Bourbon» считается 1789-й, когда баптистский священник Элия Крэйг из городка Джорджтаун в упомянутом графстве впервые по собственному рецепту изготовил в простейших условиях партию напитка. В дальнейшем потребителю достаточно было увидеть на этикетке «bourbon», чтобы понять: это — знак качества.

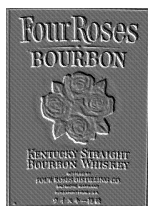
Через 35 лет в том же Джорджтауне появился Джеймс Кроу (Crow), который имел диплом медицинского колледжа в шотландском Эдинбурге. Молодого человека почтительно называли «доктор». Доморощенному винокурению пришлось потесниться под напором методичного и выверенного технологического процесса. Виски доктора Кроу, приготовленное из закисленного кукурузного сусла и дрожжевой закваски, не имело себе равных. Он рассылал свои бутылки в столицу Вашингтон, Нью-Йорк, Бостон и даже... в родную Шотландию. Незадолго до его кончины (1859 г.) был придуман и торговый знак, в котором находчиво использовалась фамилия доктора, означающая в переводе «ворон». Виски-бурбон «Old Crow» («Старина Кроу») переходил от владельца к владельцу, но сохранялось главное — стандарт продукта. Его знала вся страна. Компания гордится именами знаменитостей — поклонников ее продукции: президента Эндрю Джексон, писателей Джека Лондона и Марка Твена, причем последний однажды заказал сразу 25 баррелей — 3000 (!) литров.

Не забыт и такой эпизод. Во время Гражданской войны командующим войсками северян был генерал Грант, большой любитель виски и, в особенности, «Старины Кроу». Когда военная кампания уже шла к успешному завершению, группа трезвенников из окружения Гранта сообщила президенту Линкольну, что генерал частенько прикладывает к «бурбону». Ответ высокого начальства был таков: «Прекрасно! Срочно сообщите, о каком именно «бурбоне» идет речь, и я предложу его другим моим генералам».

В сегодняшнем варианте торгового знака, как вы видите, элегантный ворон достаточно осовременен.



### «FOUR ROSES»

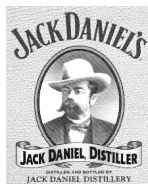


С последним звуком трубы, возвестившим окончание Гражданской войны, молодой офицер войск конфедератов Пол Джонс в 1865 году возвратился в свою родную Атланту и попытался на городских развалинах восстановить разрушенный семейный бизнес — производство виски. С этого момента история популярного торгового знака «Four Roses» («Четыре розы») приобретает черты двух совершенно различных версий.

Первая утверждает, что Пол просто приобрел долю в маленькой компании, которой владело семейство по фамилии Rose в составе супругов и двух детей. Сторонники этой версии полагают, что об этой четверке и вспомнил Пол, создавая в дальнейшем новый сорт виски.

Но нынешних владельцев популярнейшей марки эта примитивная родословная решительно не устраивает, и они через рекламу и публикации продвигают иную, романтическую историю торгового знака. Сохранились свидетельства, что Джонс еще в предвоенное время влюбился без памяти в красавицу-землячку, у которой в лучших традициях испросил руку и сердце.

В ответ ему было сообщено, что если на предстоящем балу она появится в костюме для кадрили с четырьмя розами, приколотыми к корсажу, — дело решено, надо готовиться к свадьбе. Так и произошло. Молодые поженились и вскоре переехали, конечно же, в благословенное «бурбонское царство» — город Луисвилл штата Кентукки. Когда Полу в 1886 году понадобилось придумать имя новому виски, ему ничего не оставалось, как назвать его в честь супруги и их памятного бала. И вот уже почти полтора века эти четыре розы не вянут.



### «JACK DANIEL'S»

Джек Дэниел родился в 1850 году в местечке Линчберг (Теннесси) и был в семье одним из 13 детей. В семилетнем возрасте родители отдали его «в люди» к соседу, лютеранскому священнику Дэну Колу, увлекавшемуся винокурением. Примечательно, что в английском языке слова «душа» и «спирт» однокоренные и даже пишутся одинаково — «spirit». Наступило время, когда Кол решил, что пора ему полностью переключиться на возвышение душ, а изготовление и продажу виски передать поднабившему в этом тринадцатилетнему Джеку.

Через три года тот уже разливал виски в глиняные графины, а позднее и в стеклянные бутылки, на которых по трафарету на-

носились его имя. Этикетка была черно-белой и содержала всю необходимую информацию: место рождения напитка, состав, год регистрации марки... Единственное, что не прояснено до сих пор, так это происхождение цифры «7». Свой секрет Джек унес с собой, и остается только гадать, не была ли она данью повериям разных народов о ее «везучести» («седьмое небо»).

В день, когда ему исполнился 21 год, Джек, который был очень маленького роста (чуть более полутора метров), отправился в главный магазин городка и приобрел там длинный, до колен, скюртук и широкополую фермерскую шляпу, с которыми не расставался до конца жизни. Поговаривали, что Дэниел не сторонник перемен ни в чем, в том числе и в том, что касается его виски. Впрочем, одна перемена, и весьма существенная, все же произошла. В 1895 году знакомый коммивояжер показал ему новую бутылку уникального дизайна — прямоугольной формы с гофрированным горлышком. «Традиционщик» Джек тут же одобрил новшество. И сегодня бутылки с виски Дэниела можно мгновенно узнать на полках винных магазинов.

Он успел порадоваться успеху своей фирмы, когда в 1904 году на международной выставке в Сант-Луисе (Миссури) «Jack Daniel's» завоевал Золотую медаль в соревновании с двадцатью лучшими «вискоделами» мира. Джек скончался в 1911 году от заражения крови. Инфекция возникла, когда, придя как-то в кабинет, он не смог сразу открыть сейф, забыв шифр, в сердцах ударил по нему изо всех сил ногой и сломал палец. Он никогда не был женат и не имел детей. Дело наследовал племянник Лем Мотлоу, энергичный и темпераментный, как дядя, успешно проводивший фирму через перипетии «сухого закона» и иные треволнения XX века.

## ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

### «PHILIP MORRIS — MARLBORO»



Табак когда-то был привезен в Европу испанскими первооткрывателями заокеанских земель. Они «позаимствовали» его у индейцев, включая даже само слово «tobacco», звучавшее на одном из наречий как «taboca» и означавшее легендарные трубки, которые, как мы знаем из классических детских романов, курили вожди племен. К тому времени, когда сигареты завоевали мировой рынок, табак в виде пакетов и мешочков уже давно продавался повсюду, в том числе и в Англии.

В центре Лондона с 1847 года существовала табачная лавка, владелец которой, Филип Моррис, внимательно следил за всеми новшествами. Так, он заметил, что английские солдаты, возвращаясь на родину после Крымской войны с Россией, курят нечто необычное, называемое ими «cigarettes» — маленькие круглые трубочки, набитые турецким табаком, с картонным мундштуком и хлопковым фильтром. Оказалось, что в 1854 году был захвачен железнодорожный вагон с русскими офицерами и большим запасом подобных сигарет. На поле боя глиняные курительные трубочки англичан часто разбивались, а с «русско-турецкими» ничего не делалось. В том же году Филип Моррис начал выпускать свои сигареты, изготавливая их пока вручную.

Марки новой продукции носили традиционные староанглийские названия: «Cambridge», «Marlborough»... Последнее повторяло титулы британской знати — графов и герцогов. После смерти владельца в 1873 году наследники компании «Philip Morris» подготовили вторжение на американскую территорию, где уже был запатентован станок для машинного изготовления сигарет (в 1885 году, например, их выпуск составил миллиард штук). И среди самых первых орудий экспансии стал торговый знак



«Marlborough». Правда, его пришлось немного видоизменить, поскольку на бумаге он выглядел довольно тяжеловесно. Простейшее решение — отказать от трех последних букв, и новая марка сигарет «Marlboro» вступила на рынок США. Произошло это в 1924 году.

Как ни удивительно, поначалу это были дамские сигареты. К тому времени суфражистки добились многого, в том числе равноправия с мужчинами в курении. Энергичная рекламная кампания «Marlboro» упирала на «женственность» своих сигарет: на их концах рядом с фильтром была нанесена красная ленточка, скрывающая след от губной помады. В 50-е годы, когда впервые в истории потребление сигарет в США снизилось под напором антитабачной пропаганды, содержащейся в медицинских исследованиях, было решено, что «Мальборо» должна сменил «пол». Профессиональные художники предложили для рисунка на пачке несколько вариантов: спортсмены-тяжеловесы, морские капитаны, строительные рабочие. Выбор пал на мужественного супермена-ковбоя со стальным взглядом, оседлавшего норовистого коня.

Долгие годы (вплоть до запрещения рекламы курения в 70-е годы) ковбойские сцены с непобедимыми героями в джинсах, с тлеющими сигаретами в уголках губ, были самыми успешными в телерекламе. Была даже использована музыка из известнейшего голливудского фильма «Великолепная семерка» с добавлением к ней слов «Приезжай туда, где истинный аромат Америки, в страну “Мальборо”!» И хотя сегодня ковбоев давно унесли вдаль их кони, в генетической памяти потребителя все равно жива старая «страна Мальборо», и сигаретные пачки «Philip Morris» со спокойным дизайном обеспечивают процветание межнациональной табачной корпорации. Недаром на рисунке торгового знака два царственных льва, поддерживая британскую (ностальгия по родине!) корону с аббревиатурой «РМ», опираются лапами о древний латинский девиз: «Veni, vidi, vici» («Пришел, увидел, победил»), словами которого Юлий Цезарь доносил римскому сенату об очередной победе.

### «LUCKY STRIKE»

При переводе этого названия следует проявлять лингвистическую осторожность. Слово «strike» (в отличие от «lucky» — счастливый) имеет два основных значения: «забастовка» и «находка». Что касается первого, то «счастливая забастовка» — сочетание маловразумительное, а вот находка, да еще счастливая, как вы сейчас убедитесь, является точным переводом названия сигарет.

Впервые «Lucky strike» появилась на рынке в виде этикетки на пачке жевательного табака в 1856 году, в разгар «золотой лихорадки». Десятки



тысяч искателей счастья ринулись на поиски золотых подземных кладов. Курильщики среди них было, разумеется, немало, и «счастливый» табачок в их кисетах не мог не подстегивать надежды на удачу. О популярности старой марки вспомнила в 1916 году «American Tobacco Company», приступив к выпуску сигарет. Она сохранила не только прежнее название, но и оформление торгового знака: на глубоком зеленом фоне ярко-красный круг с двумя словами в центре «Lucky strike».

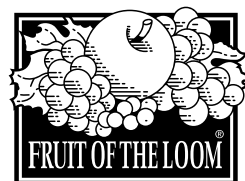
Когда к руководству фирмой пришел молодой и напористый Джордж Хилл, продажа сигарет резко пошла вверх. Его вполне заслуженно называли гением рекламы. Он первым в стране арендовал самолеты, прочерчивавшие высоко в небе огромные буквы «LUCKY STRIKE». При этом Хилл приговаривал: «Увидев этот небесный дымок, покупатели не забудут затянуться дымком моих сигарет». Даже такое грандиозное событие 1928 года, как первый трансатлантический перелет с женщиной на борту, он не упустил, финансировав публикацию в ведущих журналах интервью с Амелией Эрхарт, женщиной-пилотом, которая в этот раз была только пассажиром (и, к слову говоря, никогда не курила): «Сигареты “Lucky strike” были постоянно с нами на протяжении всего перелета. Я не знаю, что бы еще так помогло экипажу преодолеть сильнейшее напряжение».

Хилл выступил спонсором самых популярных джазовых радиопередач, транслировавшихся в самое «дорогое» вечернее время. В результате этого информационного «пресса» к 1930 году «Lucky strike» далеко обошла ведущего в то время производителя сигарет «Camel» (о нем упоминалось в биографическом очерке о цирковых королях братьях Ринглинг). И еще одна рекламная акция Джорджа Хилла достойна упоминания. Осенью 1942 года американская армия подключилась к активным боевым действиям британцев в Северной Африке против дивизий нацистского генерала Роммеля. США ввели строгий контроль за использованием таких важных для вооружения металлов, как медь и хром. А именно их элементы использовались «Lucky strike» в качестве составляющих для красок, которыми печаталась упаковка сигарет: медный порошок — для золотого цвета боковых полосок и ободка центрального круга, а хром — для окрашивания общего зеленого фона. Когда сотрудники доложили президенту компании о ситуации и показали эскиз новой этикетки, выдержанной в черно-белой гамме, Хилл воскликнул: «Что ж, будем считать, что вместе с солдатами наши зеленые пачки ушли на войну». Этот патриотический девиз «Lucky strike green has gone to war» был немедленно внесен в дизайн упаковки, что вызвало бурный рост продаж — на 40% за шесть недель. Кстати, Россия ознакомилась с этим сортом американских сигарет именно во время войны, когда советские и союзнические армии встретились в Европе.

## ОДЕЖДА И ОБУВЬ

### «FRUIT OF THE LOOM»

В самом деле — при чем здесь фрукты? Оказывается, очень даже «при чем». История торгового знака начинается в 1851 году в провинциальном городке на реке Гудзон (штат Нью-Йорк). Дочь владельца магазина, торговавшего всем на свете, любила рисовать и целые дни пропадала в саду при доме, создавая цветные «портреты» фруктов. Среди товаров магазина были и рулоны тканей компании «Братья Найт» из Род-Айленда. Однажды юная художница, движимая понятной жаждой «публичности» своего творчества, прикрепила свой рисунок яблока к ткани на прилавке. Торговля сразу оживилась: «Вот тот, тот, с красным яблоком», — указывали покупатели на рулон. Девушка поспешила с новыми созданиями: груши, вишня...



Братья Найт прослышали о популярности их тканей, заказали профессиональному художнику этикетку с изображением нескольких фруктов и придумали название «Fruit of the Loom». Нельзя не заметить, что это была удачная лингвистическая находка. Термин «loom» происходит от староанглийского слова «ткачество», а «fruit», как, впрочем, и в русском языке, имеет два значения: первое — «фрукт (плод)», а другое — «продукт (плод) труда, некой деятельности». Так и возникла ныне всемирно известная торговая марка «Плод ткачества». Она является, возможно, одной из самых старых в США, поскольку официально зарегистрирована в 1871 году, всего через год после принятия Конгрессом закона об их регистрации. Фирма очень гордится, что порядковый номер ее знака в летописи Патентного бюро — один из первых.

Когда в 1893 году братья Найт готовили свои ткани к демонстрации на Всемирной промышленной выставке в Чикаго, они одобрили такую комбинацию на этикетке: яблоко, виноград, крыжовник и ветка с листьями. Этот натюрморт уже сто с лишним лет остается неизменным, хотя

ассортимент изделий основательно поменялся. Фирма является крупнейшим поставщиком семейного гардероба: нижнего белья для мужчин и женщин, всевозможной детской одежды, причем для последней получена лицензия на использование изображений таких популярных героев, как Винни-Пух и Бэтмэн. Не только продукция компании, но даже ее штаб-квартира находится «на высоте» — в одном из самых высоких зданий мира, чикагском «Sears Tower».

### «JANTZEN»



**jantzen**

В 1910 году Карл Янтцен основал в Портланде (Орегон) фирму, занимающуюся пошивом костюмов для гребцов. Полосатая шерстяная ткань разных расцветок нравилась спортсменам, однако спрос на нее был, естественно, ограниченным. Все решительно изменилось, когда владелец осознал, что эпоха неуклюжей женской купальной одежды XX века миновала, и в 1918 году предложил ей на смену плотно облегающий фигуру плавательный костюм. Для этикетки был придуман рисунок застывшей в полете ныряльщицы в ярко-красном купальнике.

В 1923 году в столице Вашингтоне состоялся общенациональный предвыборный партийный съезд, на который Карл Янтцен отправился с чемоданом, наполненным вырезанными фигурками с клеевой обратной стороной. Десяток из них он прикрепил к окнам своего автомобиля. Стали собираться зеваки, требовавшие наклейки для радиаторов и стекол своих автомашин. Делегаты разнесли весть о симпатичных ярлыках по городам и весям. В то лето компания разослала по почте сотни тысяч «красных ныряющих девиц», как их стали называть (red diving girl). Но возникли неожиданные препятствия. Полиция некоторых городов посчитала, что «девица» стала угрожать нормальному дорожному движению: водители соседних машин слишком пристально заглядывались на нее, отвлекаясь от руля. Пришлось даже установить штраф за вывешивание фигурок.

Между тем продукция «Jantzen» (причем не только женские купальники, но и мужские плавки) уже шагала по планете. Она вызывала одобрение и рядовых пользователей, и знаменитостей. Например, пловец из США Джонни Вайсмюллер, будущий Тарзан в 18 голливудских фильмах, сообщил прессе, что на Олимпийских играх в Париже (1924 г.) он завоевал пять золотых медалей, будучи одет в плавки «Jantzen». Лучшей рекламы трудно было придумать.

С годами облик ныряльщицы на торговой марке изменился только один раз: после 1930 года она, следуя за модой, «потеряла» полоски, носки, помпончик на шапочке и бретельки.

**«LEVI'S JEANS»**

Прежде всего — о самом слове «джинсы», входящем сегодня во все языки мира, в том числе и русский, на равных с основным словарным запасом. Чтобы проследить его происхождение, следует переместиться из Америки во времени и пространстве. Плотная хлопчатобумажная ткань «jean» появилась в Англии в XVI веке и называлась так потому, что была изготовлена в итальянском городе Генуя, а он на старофранцузском звучал как «Jappe». Отсюда недалеко до английской модификации, а вслед за ней и до джинсов, то есть мужских штанов, изготовленных из ткани «jean».

Теперь перенесемся в США середины XIX века. В 1847 году семнадцатилетний баварец Лейб Страусс (Strauss) с матерью и двумя сестрами, гонимые антисемитизмом и безработицей, прибыли в Нью-Йорк. К тому времени два его старших сводных брата уже открыли там торговлю мануфактурой. Поднабравшись торгового опыта и сменив имя на американизированное «Ливай» (Levi), Страусс решил направиться в самый эпицентр событий — Калифорнию, где тогда начался бум, названный «золотой лихорадкой» (см. эпизод об этом в рассказе о сигаретах “Lucky strike”). Он был намерен не просеивать песок, а добывать свое золотишко умелой торговлей.

Погрузив на зафрахтованный корабль товары семейного бизнеса, в том числе и рулоны брезента для палаток и повозок золотоискателей, Ливай в 1853 году отправился в пятимесячное морское путешествие на Запад вокруг мыса Горн. В Сан-Франциско корабль встретили на ура, раскупили решительно все, кроме... рулонов парусины. «Лучше бы ты привез нам прочные штаны из нее. Когда ползаешь целыми днями на коленях, никакая другая ткань не выдерживает», — говорили ему. Страусс был проницательным малым. Он тут же заказал у портного две пары свободных по покрою штанов бурого цвета. А за ними еще и еще. Так родилась мировая знаменитость — джинсы.

Не мешкая, он скупил паруса на брошенных в гавани кораблях, команды которых исчезли в буре золотодобычи. Нью-йоркским братьям заказал дополнительные партии рулонов, основал в центре Сан-Франциско фирму «Levi Strauss and Co.», а при ней открыл галантерейный магазин с единственным товаром — новым видом штанов. От ослепленных старателей поступили жалобы: грубая парусина сильно натирала кожу (большинство рабочих не носили нижнего белья). Бизнесмен отреагировал мгновенно — в дело пошел прочный, но более мягкий хлопчатобумажный материал под названием «деним». Его прародителем была французская ткань «Serge de Nîmes», что переводится как «саржа из горо-



да Ним». Грубоватое население приисков сократило название до «де-ним». Цвет индиго Страусс выбрал потому, что так грязь на джинсах была менее заметна.

Возможно, ничего бы не менялось в процветающем бизнесе, если бы не революционный случай. Однажды Ливай получил письмо от своего постоянного клиента из соседней Невады, портного Джэкоба Девиса, иммигранта из Латвии. Тот сообщал, что получил заказ от жены одного рудокопа на пошив джинсов с просьбой сделать что-то, чтобы мужнины карманы, в которых он таскал инструмент и куски руды, не рвались так быстро. «Я нашел выход, — писал портной. — Укрепил карманы металлическими заклепками. И представьте, за полтора года продал двести пар подобных штанов. А теперь подумал: не пора ли запатентовать идею? Но вот беда — жена не разрешает заплатить 68 долларов за патент. Не согласны ли вы взять расходы на себя, а общее дело будем вести вдвоем?»

Страусс согласился немедленно. Патент был выдан в 1873 году, и вскоре открыта новая фабрика, выпустившая в первый же год 21 тысячу пар голубых джинсов на заклепках. Их покупателями стали теперь не только старатели, но и ковбои и фермеры всего Запада. Тогда же была зарегистрирована торговая марка, на которой были изображены две лошади, тянущие пару штанов в разные стороны. Сохранилась даже легенда, что как-то машинист паровоза использовал джинсы вместо лопнувшей сцепки и довел состав до станции назначения...

Ливай Страусс умер холостяком в 1902 году, оставив племянникам мировую корпорацию, которая и в наши дни является лидером в своей отрасли: количество работников — 38 тысяч, годовой финансовый оборот — 60 миллиардов долларов.

### «BUSTER BROWN»



На грани XIX–XX веков любимейшим занятием американцев стало рассматривание газетных комиксов, то есть серий юмористических рисунков, повествующих о приключениях каких-либо постоянных персонажей. Одним из самых известных карикатуристов того времени был Ричард Оутколт из газеты *New York Herald*, а его прославленным героем — Buster Brown, что в переводе означает «парнишка по фамилии Браун». Этот озорной десятилетний мальчик, наследник большого состояния, вместе со своим веселым бульдогом Тайджем устраивал такие немислимые проказы, что доводил окружающих до иступления.

А в это время, довольно далеко от Нью-Йорка, в городе Сант-Луис (Миссури), действовала фабрика по производству

детской обуви «Brown Shoe Company», которую еще в 1878 году основал молодой коммивояжер Джордж Браун (совпадение с фамилией мальчишки из комикса абсолютно случайное, но, как вы сейчас убедитесь, весьма симптоматичное). Случилось так, что в 1904 году на международной торговой выставке в Сант-Луисе фирма Брауна имела собственный стенд, на котором рекламировала свою продукцию. А недалеко восседал на подиуме карикатурист Оутколт, предлагая своего газетного героя за немалые деньги любой фирме для включения в торговый знак. Нашлось более пятидесяти изготовителей мыла, носок, муки, соды... Их продукция очень скоро канула в Лету. И лишь «Brown Shoe Company» осталась на плаву: ей помог тезка — «парнишка по имени Браун». Клерку фирмы Джону Бушу (будущему главному администратору) очень нравились комиксы. Завидев Оутколта и получив согласие начальства, он тут же, на выставке, договорился с ним о покупке права на использование рисунка. Дальнейшее было делом техники рекламного отдела, который, наняв «бригаду» из двадцати карликов, переодетых в костюм и шляпу популярного персонажа, вместе со щенками послал ее по городам и весям. Труппа выступала с представлениями не только в обувных магазинах, но и в местных театриках и просто на площадях. Детской радости не было предела. До наших дней детворе и их родителям с этикетки процветающей обувной фирмы задорно подмигивает шалунишка Браун и ухмыляется во всю пасть бульдожья физиономия с выпученными глазами и с загадочной цифрой «5» на ошейнике.

### «NIKE»

Эта фирма, выпускающая всемирно известную спортивную обувь и одежду, весьма молода. Она возникла на памяти нынешнего поколения. А вот кроссовки с пористыми подошвами и надувной стелькой были запатентованы еще в 80-е годы XIX века, однако промышленного успеха тогда не имели. Им пришлось ждать своего часа, который наступил вместе с эпидемией бега трусцой.

В 1958 году в университете штата Орегон встретились тренер команды легкоатлетов Билл Броверман и студент экономического факультета и бегун-стайер Филл Найт. Сразу стало ясно, что они — единомышленники: качество выпускаемых до сих пор кроссовок их не устраивало. Причем Билл даже начал изготавливать их кустарно, в мастерской, оборудованной в собственном доме, и обувать в них своих учеников. Результатом были рекорды в беге. Дело шло к созданию новой компании по производству современной спортивной обуви, что и произошло в 1964 году. Компаньо-



ны вложили в «Blue Ribbon Sport Co.» по пятьсот долларов каждый и для начала решили покупать первые партии кроссовок в Японии. Небольшая ежегодная прибыль не удовлетворила честолюбивую пару, да и полагаться только на импорт было неперспективно. В 1971 году партнеры купили первый «кроссовочный» завод, придумав компании новое имя — «Nike». Разумеется, такое название выбрали неслучайно. Древнегреческая крылатая богиня Ника персонифицировала победу греков в военных делах и спорте. По легенде, упомянутой выше в разделе о марках бензина, гонец из Марафона в Афины с сообщением о полном успехе греков в сражении с персами упал, обессиленный, на финише с благодарственной молитвой в честь Ники на устах. Не суть, что он бежал не в кроссовках, а в сандалиях или, скорее всего, босиком. Важно, что Ника, Победа и Бег неразрывны.

В том же году Филл Найт предложил студентке школы художественного дизайна Керолайн Давидсон поработать над торговым знаком фирмы, высказав только одно пожелание: рисунок должен передавать движение. Из десятка вариантов Найт выбрал лаконичный абстрактный силуэт-символ застывшего скоростного полета. Забавно, что за этот рисунок будущая фирма-миллиардер заплатила художнице 35 долларов.

Самый крупный рекламный успех принес «Nike» многомиллионный контракт с блистательным игроком Национальной баскетбольной ассоциации Майклом Джорданом. Начиная с 1984 года он должен был являться на игру только в кроссовках фирмы, остановившейся на черно-красной гамме цветов для спортсмена. Она оказалась настолько броской, что руководство НБА даже решило оштрафовать Джордана за ношение обуви, нарушающей униформу команды. Одна из газет писала: «Самым ярким и запоминающимся в матче был не Майкл, а его кроссовки». Найт без промедления заплатил штраф за Джордана. Всплеск популярности кроссовок среди болельщиков обернулся для «Nike» только за первый год более ста миллионами долларов.



## ПРОМТОВАРЫ ВНЕ РУБРИК

### «HALLMARK CARDS»

Поздравительные открытки... Может ли такой «несерьезный» товар стать предметом большого бизнеса? Может, ответил сам себе Джойс Холл (Hall), основатель «открыточной» империи «Hallmark», будущий миллионер, друг нескольких президентов и премьер-министров.



Он родился в 1891 году в крошечном городке штата Небраска в беднейшей семье, в которой, кроме него, младшего, было еще два брата. Ему дали имя Джойс (Joyce) по фамилии методистского епископа Исаака Джойса, посетившего городок именно в день рождения мальчика. Над ним долго издевались в школе, поскольку имя-то оказалось женским. Чтобы поддержать семью, маленький Джойс бегал по соседним домам, перепродавая духи. И еще он помогал старшим братьям в торговле почтовыми открытками, импортированными из Германии. К 1910 году Холл понял, что подобное семейное дело не имеет перспективы. Он оставил колледж, набил открытками две коробки из-под обуви и, несмотря на возражения близких, направился в Канзас-Сити соседнего штата Миссури.

По всему Среднему Западу почта рассылала комплекты его открыток, а адресатами были посредники: аптекари, владельцы книжных и сувенирных магазинов. Вскоре Холл положил на свой счет в местном банке первые 200 долларов и вызвал братьев на поддержку. Фирма, начавшая торговать не только открытками, но также книгами и канцелярскими принадлежностями, была названа без особой изобретательности — «Hall brothers». Успех расширился вместе с ассортиментом: к рождественским добавились поздравления с иными праздниками и семейными событиями, отправлять сами открытки предлагалось теперь в конвертах, что

позволило разнообразить формат и оформление. И все бы складывалось замечательно, если бы не опустошающий пожар, возникший в 1915 году на складе готовой продукции. Братья остались при металлическом сейфе и долге в 17 тысяч долларов.

Джойс Холл верил в себя и начал все сначала, но только иначе: открытки будут отныне собственного изготовления, а не покупные, тем более, что германский источник из-за начавшейся мировой войны иссяк. И главное — характер самой продукции: ведь поводом для поздравлений могут быть не только сезонные праздники, но и простые людские радости, дружеские пожелания, домашние юбилеи... Большой удачей было появление первого юмористического рисунка. К 1925 году в фирме работало уже 125 человек, в том числе двенадцать художников. И вот тогда, на пике подъема, Холл задумал изменить название компании, хотя сотрудники и даже братья недоуменно пожимали плечами — зачем, мол?

А он твердо знал, что значит броская торговая марка. Ею стало придуманное им сочетание «Hallmark». Первая часть, понятное дело, — фамилия Джойса. Но не только. Еще одно значение слова «hall» — зал, большая комната. «Mark» с давних времен на английском означает клеймо, знак качества (не отсюда ли и само русское слово «марка», столь часто используемое в этой книге?). Этимологические словари утверждают, что словосочетание «hallmark» возникло в Англии еще в XIV веке. Тогда ремесленники работали в больших помещениях (hall) и ставили на своей продукции личное клеймо, подтверждающее высокий стандарт товара. Спустя столетия это понятие легло в основу названия компании, известного нынче повсюду. Шрифт, похожий на личную ручную роспись, пришел позднее, в 1949 году, одновременно с изображением короны, как бы парящей над словом.

В 30-е годы Холл стал лидером самой передовой кадровой политики. Его компания первой в стране ввела обеденные перерывы, оплачиваемый отпуск, пенсию за выслугу лет. В эти же годы он заключил (тоже впервые) соглашение с Уолтером Диснеем на право тиражирования его киноперсонажей. Практика эта продолжается и сегодня. Близким приятелем Джойса был Уинстон Черчилль, не только премьер-министр, но и любитель-художник, несколько работ которого были воспроизведены на рождественских открытках в 1950 году. Спустя несколько лет королева Елизавета II наградила Холла званием почетного командора ордена Британской империи. Он был дружен с двумя президентами США — Г. Труменом и Д. Эйзенхауэром, часто конфликтовавших между собой. Их он даже однажды примирил.

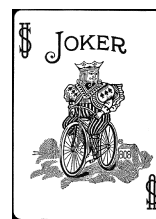
Скончался Джойс Холл в 1982 году, передав свое детище в руки сына и внука. Наследие, надо сказать, немалое: 44% рынка открыток (более

12 миллионов в день в 13 тысячах вариантов). В автобиографической книге Джойс писал: «Если у человека, входящего в бизнес, только одна цель — наращивать денежный запас, он вряд ли разбогатеет. Деньги сами придут к нему, если он будет служить людям и удерживать высокое качество продукции и услуг. Выпускать нужные людям первоклассные товары — более крепкий залог успеха, чем стремление стать богатым».

### «BICYCLE PLAYING CARDS»

Карточные игры, родом с Востока, известны человечеству уже по крайней мере сотни лет. Двухколесный велосипед — изобретение относительно недавнее и европейское (Франция, 1818 год). Пересечение этих далеких друг от друга предметов произошло в США в последней четверти XIX века. Незаметная типография «Russell & Morgan» в Цинциннати (Огайо) задумала в 1885 году приступить к выпуску игровых карт, и ее руководители размышляли над тем, какой быть торговой марке. Идея пришла в голову печатнику Огасту Беренсу. Он явился к «начальству» и сказал: «А почему бы не назвать нашу карточную колоду по имени всеобщего увлечения во всем мире, чуда техники — bicycle?» Это английское слово (в точном переводе — «двойное колесо») является синонимом русского «велосипед», которое, в свою очередь, происходит от латинских «velox» — быстрый и «pedis» — нога.

Так появилась старейшая торговая марка игровых карт Америки, используемых любителями виста, покера и бриджа. На лицевой стороне колоды — уникальный король-джокер на велосипеде, царственно держащий равновесие. Обратная сторона карты, или, говоря по-русски, «рубашка», представляет собой двойную (зеркальную) композицию орнамента в викторианском стиле с двумя мифологическими херувимами в центре, так же, как и король, посаженными на велосипеды. Прошло более ста двадцати лет, а карточные велосипедисты все едут и едут...



### «KODAK»

Джордж Истман (1854–1932) совершил подлинную революцию в фотографии, по значению близкую к той, что связана с гутенберговским книгопечатанием. До изобретения им портативной камеры фотосъемка была уделом лишь профессионалов, таскавших на себе тяжелейший аппарат на треноге, сменные стеклянные пластины с влажным эмульси-



онным слоем и неизменную черную накидку, непроницаемую для света. Собственно, и сам Джордж был одним из этих магов-«носильщиков», пока экспериментировал с составом эмульсий на материнской кухне городского Rochester в штате Нью-Йорк.

Успех пришел в 1880 году, когда Истман начал промышленное изготовление «сухих желатиновых пластин», а упомянутая «революция» случилась в 1888 году: рынку была предложена легкая любительская фотокамера, заряженная рулоном целлулоидной пленки (сто кадров) в кассете, которую можно было заряжать при дневном свете. Вначале отснятая пленка возвращалась на завод фирмы для перезарядки, проявки кадров и печати. А через два года и этого уже не нужно было делать — в продаже появилось оборудование для домашней печати с негативов.

Пора было подумать о торговом знаке. Этим занялся лично президент компании Истман. Вот его собственное описание того, как появилось слово «Kodak». «Я выбрал это сочетание, поскольку знал, что название торговой марки должно быть кратким, выразительным, не допускающим ошибок в его написании и, лучше всего, абсолютно нейтральным по смыслу, то есть ничего не означать. Из всего алфавита мне более всего нравилась буква «К», она звучала сильно, остро. Она должна была быть первой и последней в названии. Оставалось лишь перебрать остальные буквы, чтобы их звуковая комбинация была удовлетворительной. Так и родился *Kodak*». Утверждают, что известное значение имело и то, что в названии новой марки имелся своеобразный звукоподражательный эффект, напоминающий щелчок при нажмении на спуск фотокамеры.

Не забыл Истман и о девизе фирмы, он был тоже выразительным и кратким: «You push the button — we do the rest» («Нажмите на кнопку — все остальное сделаем мы»). Еще при жизни изобретателя «Kodak» вошел не только в каждый дом, но почти в каждый словарь мировых языков. Поразительно, что своих собственных фотографий Джордж оставил совсем немного. Он был чрезвычайно скромным и молчаливым человеком. Прохожие на улице его чаще всего не узнавали. Будучи миллионером, Истман дарил огромные деньги анонимно, подписываясь просто «мистер Смит». Его щедрую финансовую поддержку получили знаменитый Массачусетский технологический институт в Бостоне, университет и музыкальная школа в его родном Рочестере. Неизлечимая болезнь спинного мозга привела к тому, что в 1932 году в возрасте 78 лет он покончил с собой выстрелом из пистолета.

**«SCOTCH TAPE»**

Горнодобывающая и перерабатывающая компания «Minnesota Mining and Manufacturing Company» заявила о себе в 1902 году, занимаясь скромной добычей корунда в районе Великих озер и изготовлением из него наждачной бумаги. Единственное, что не устраивало руководство, — длинное и труднопроизносимое название. Простое решение пришло два года спустя: использовать аббревиатуру из первых букв трех слов, но не «МММ», а несколько неожиданным образом — «3М».



А далее в дело вступил счастливый случай. В начале 20-х годов прошлого века в моду вошли автомобили с кузовами, покрашенными в два цвета. Быстросохнущие лаки и пневмораспылители уже были в распоряжении автозаводов, однако возникла иная проблема. Как добиться ровной, острой кромки, где на поверхности кузова сходятся две разных краски? Об этом прослышала фирма «3М», которая в это время экспериментировала с клеящими составами. Незамедлительно произвели пленку шириной пять сантиметров с липким слоем на обратной стороне, которая одним своим краем должна была приклеиваться к защитной бумаге вдоль границы цветов, а другим — к кузову. На завод в Детройте послали сотрудника «3М» с образцами.

Едва пленка была закреплена и началось напыление, как она тут же на глазах рабочих-красильщиков обрушилась. Секрет был прост. Клеящий состав довольно дорог в производстве, и фирма, недолго думая, решила сэкономить — покрыть им только края пленки, а середину оставить чистой. Сотрудник вернулся с краткой рабочей «резолюцией»: «Take this tape back to those *Scotch* bosses of yours and tell them to put adhesive over the tape, not just on the edges». Перевод этой фразы достаточно прост, если знать все значения слова «scotch» в английском языке. Помимо главного — «шотландцы», то есть народ, населяющий северную часть Великобритании, в американском жаргоне за этим словом закрепилось еще определение «скупой, прижимистый», как бытовая характеристика суровых пуритан Шотландии. Именно это и имели в виду детройтские рабочие, снабдив представителя «3М» напутствием: «Верните эту пленку своим прижимистым хозяевам, и пусть они проклеивают ее всю, а не только края».

Дальше произошло то, что и следовало ожидать. Фирма прислушалась к деловому совету. Но не только. Ей показался очень удачным и броским сам термин, и с тех пор тип прозрачной, самоклеящейся пленки носит название «scotch tape». Чтобы усилить эффект торговой марки, фоном для

букв сделали хлопчатобумажную ткань с рисунком в клетку из цветных нитей, как на килтах, знаменитых коротких юбках в складку — национальной одежде горных шотландцев-воинов. Сегодня липкая лента (как, впрочем, и множество иной продукции) выпускается «ЗМ» в трехстах вариантах. По утверждению фирмы, если закрепить все рулоны пленки, выпущенные за один год, концами друг к другу, то эта воображаемая лента несколько раз покроет расстояние от Земли до Луны и обратно.

Луна упоминается не случайно: продукция «ЗМ» побывала там всерьез 21 июля 1969 года — в виде синтетических подошв на ботинках американского астронавта Нила Армстронга.

## КОСМЕТИКА

### «PROCTER AND GAMBLE»

На сей раз Луна — составная часть истории торговой марки, возможно, самой старой на территории Северной Америки. Уильям Проктер, изготовитель свечей, и Джеймс Гэмбл, мыловар, скорее всего, никогда бы в жизни не встретились, тем более, что оба приплыли в США с традиционно недружественных берегов: первый — из Англии, а второй — из Ирландии. Они поселились в Цинциннати (Огайо) и здесь повстречали своих будущих жен, дочерей торговца москательными товарами. Последний был человеком энергичным и быстро сообразил, что двум его зятьям надобно начать общее дело. Это и случилось в 1837 году, когда компания «Procter and Gamble» выпустила на рынок свечи, столь важный продукт в те времена, когда еще отсутствовало электроосвещение.

Продукция укладывалась в деревянные ящики и в них путешествовала на пароходах вниз по рекам Огайо и Миссисипи, вплоть до Нового Орлеана. Фирма назвала свои свечи просто, но романтично: «Star» («Звезда»). Неграмотные портовые грузчики придумали простейший отличительный знак: они рисовали на боковой стенке ящиков грубую пятиконечную звезду, заключив ее в столь же небрежный круг. К моменту регистрации торговой марки в Патентном бюро (1872 г.) «Procter and Gamble» уже была известным изготовителем нескольких сортов мыла и свечей. Уровень годовой продажи составил миллион долларов, количество работников на заводе в Цинциннати достигло ста. Фирма, например, владела исключительным правом снабжать армию северян во время Гражданской войны, а вернувшиеся по домам солдаты стали ее бесплатными «рекламными агентами».



**P&G**

Преобразился и рисунок знака. Прежде всего, появился небесный свод с патриотическим символом — тринадцатью звездами, по числу колоний, первыми получивших независимость, а в круг был вписан лунный полумесяц с человеческим профилем — декоративная причуда того времени. Через несколько лет решили заменить очертание малосимпатичного лица с некой дьявольщиной в полуулыбке на более мужественный профиль. За образец был взят классический облик Нептуна. Даже архивы компании не раскрывают причины этого выбора. Осмелюсь предложить свой вариант. В римской мифологии Нептун первоначально был богом источников и рек, и лишь позднее, отождествленный с греческим Посейдоном, стал «куратором» морей и океанов. А вдруг создатели торгового знака вспомнили, что в самом начале свечи «Star» благополучно плыли по американским рекам и Нептун покровительствовал их торговому успеху? Так или иначе, мифологический бог на фоне звездного неба почти полтора века спустя продолжает удостоверять качество товаров крупнейшей мировой химико-фармацевтической фирмы «Procter and Gamble», выпускающей не только мыло, но и стиральные порошки, моющие составы, средства личной гигиены (зубную пасту, дезодоранты, шампуни) и даже одноразовые подгузники. Их покупают в 140 странах мира, в том числе и в России.

### «GILLETTE»

**Gillette®**



С незапамятных времен человечество, точнее, его сильная половина встречалась с проблемой бритья бород. В захоронениях древних египтян находят бронзовые бритвы. Американские индейцы расправлялись с бородами с помощью раковин, используя их в качестве щипчиков. Петр Великий тащил свое дворянство «в цивилизацию» в буквальном смысле за бороды, насильно заставляя их сбривать. А сам инструмент очищения мужских физиономий от растительности вплоть до XX века оставался неизменным и довольно рискованным — однолезвийная стальная бритва, названная в народе «опасной». Революцию в мужской косметике совершил скромный американский коммивояжер Кинг Жилетт (1855–1932).

К королевскому происхождению он не имел ровно никакого отношения. Фамилия King весьма распространена в Америке, в том числе и среди простолудинов. Ее носил добрый сосед и друг владельца скобяной лавки Жилетта, в честь которого тот и нарек сына. Королем же он станет позднее, через сорок лет, да не совсем традиционным, а «бритвенным». Когда чудовищный чикагский пожар 1871 года развеял в дым отцовский бизнес, семнадцатилетний Кинг становится разъездным агентом нескольких



фирм. Большую часть дорожного времени он посвящал любимейшему занятию — придумыванию всяких «штучек». Он даже запатентовал два изобретения: комплект из втулки и поршня для водопроводного крана и новый тип электрического проводника. Новшества не принесли ему богатства, но дух поиска нестандартных решений подогрели.

Хозяин очередной фирмы, где работал Жилетт, Уильям Пейнтер, был человеком богатым, составившим свое немалое состояние на незамысловатом изобретении, которым во всем мире пользуются до сих пор при укупорке бутылок с пивом или другими напитками: металлической корончатой пробке с прокладкой внутри. Однажды Пейнтер, давно обративший внимание на тягу своего сотрудника к техническим новинкам, сказал ему: «Послушай, Кинг, почему бы тебе не подумать о чем-то таком, вроде моей пробки, что покупатель после использования выбрасывал бы и возвращался снова за покупкой?» С этого момента идея предмета одноразового применения не оставляла Жилетта ни на минуту.

Озарение пришло в один из дней 1895 года в ванной гостиничного номера бостонского отеля. Вот как сам изобретатель позднее описывал это событие. «В то утро я начал бриться и обнаружил, что бритва моя затупилась, причем настолько, что ее следовало отнести парикмахеру или точильщику, дабы направить. И тут я подумал, что конструкция бритвы не менялась столетиями. Что если заменить ее тонким лезвием, которое не жалко будет заменить новым и просто выбросить? И как вспышка света, перед моим взором возникла полная картинка новой бритвы: лезвие с двухсторонней заточкой, две зажимных пластинки и резьбовой держатель-рукоятка посередине».

Потребовалось целых шесть лет, чтобы воплотить этот гениально-простой замысел. Даже близкие друзья не верили в успех его дела, посмеиваясь над ним. А Кинг без устали экспериментировал, покупая в хозяйственных магазинах куски бронзы, стальную ленту для часовых пружин и груды различных напильников. Только когда он подключил к поискам нужного состава стали сотрудников лаборатории Массачусетского технологического института, появился первый оснаждающий результат. В 1901 году была создана фирма «Gillette Safety Razor» («Безопасная бритва Жилетта»), и через год на рынке появились первые 168 лезвий и 51 сборный станочек. А уже в следующем году объем продаж составил соответственно 123 и 91 тысячи штук, достигнув в наше время миллиардных показателей.

Все бритвенные упаковки сопровождалась собственноручной подписью и портретом президента компании с гладко выбритыми щеками и горделивым взглядом. Это лицо стало, возможно, самым тиражированным в мире. Выразительный ромбовидный торговый знак со стрелкой,

пронзающей все буквы фамилии, появился в 1908 году и печатался не только на каждом лезвии, но и на бритвенной щетке, которой фирма, разумеется, пополнила свой ассортимент. Был придуман и рекламный лозунг — «В послании к грекам Соломон сказал: “Человек, познай самого себя”. В послании Жилетта ко всему миру говорится: “Человек, побрей себя сам”».

У Кинга Жилетта было еще одно жизненное увлечение, которое даже можно назвать страстью. Он с юных лет размышлял о социально-экономическом переустройстве мира и месте человека в нем. По его мнению, конкуренция должна уступить интеграции мировой промышленности в гигантскую корпорацию. Своим утопическим идеям Кинг посвятил несколько книг, в том числе «Будущее человеческого сообщества». Став обладателем не только благих идей, но и больших денег, он в 1909 году предложил бывшему президенту США Теодору Рузвельту миллион долларов на то, чтобы тот возглавил Всемирную Корпорацию на территории Аризоны. Спасти человечество Жилетту не удалось, а вот мужчин во всем мире он действительно облагодетельствовал.

#### «KLEENEX»



Компания «Kimberly-Clark» не была изобретателем бумажных салфеток. Их «придумали» за много веков до нее на Востоке, как, впрочем, и саму бумагу. Англичанин, путешествовавший по Японии в XVI веке, писал: «Они сморкаются в мягкую и плотную бумагу, которую носят с собой в виде листочков, а после использования выбрасывают, как мусор». Но именно одна американская фирма вспомнила об этой эфемерной продукции, поскольку никто другой так не знал технологические особенности производства бумаги, как она, занимаясь этим в штате Висконсин с 1870 года.

Во время Первой мировой войны сопresident фирмы Джон Кимберли оказался в Германии и там впервые увидел целлюлозную вату, впитывающую жидкость эффективнее хлопковой. Вернувшись в Соединенные Штаты, он провел лабораторные исследования нескольких сортов бумажной массы и понял, что местные хвойные деревья дают более длинные абсорбирующие волокна. Последовал выпуск нового товара — целлюкоттона (cellucotton), пришедшегося как нельзя кстати для армейских нужд Америки, только что вступившей в войну. Он применялся для повязок, противогазных фильтров и даже для набивки спасательных жилетов. Поступили сведения, что сестры милосердия в подразделениях Антанты использовали тампоны целлюкоттона в качестве гигиенических прокладок.

Однако США основательно запоздали со вступлением в европейские военные действия. Война вскоре закончилась, и на складах компании скопилось огромное количество невостребованного товара. Что было с ним делать? Часть, разумеется, направили на «мирные цели» — производство гигиенических прокладок для американских женщин. А судьба немалого остатка требовала своего решения. И оно пришло в 1924 году в виде тонких листиков туалетных салфеток.

Название продукта родилось в недрах рекламного отдела фирмы — «KLEENEX». Окончание «EX» был просто данью новомодному поветрию в наименованиях товаров в 20-е годы. Первая же часть слова была подлинной находкой. Конечно же, она должна была выглядеть как «clean» (чистый), но транскрипция этого английского слова такова: «kli:n». Ее то специалисты по рекламе и передали буквально, намеренно привлекая покупательское внимание как бы к двум грамматическим ошибкам. Нелишним оказалось и то, что начальная литера торговой марки совпадала с первой буквой названия компании.

Первоначальный замысел был весьма скромным. На коробочке с клинексом значилось: «Туалетные салфетки для снятия косметического крема и грима». Предполагалось, что потребительницами станут театральные актрисы, звезды Голливуда и их гримеры. Маркетинговые опросы показали, что популярность «гримерных» салфеток невысока. В ответ фирма придумала новшество: салфетки складывали в картонные коробки таким образом, что при вытаскивании одной появлялся конец следующей. И это не помогло. Лишь тогда агенты были посланы «на места». Из их сообщений стало ясно, что более двух третей покупателей используют товар не по назначению, а... в качестве носового платка. Немедленно появились новые девизы: «Не прячьте насморк в карман!», «При простуде чихайте в “Клинекс!”», «Всморкался — и выбросил!» Так древний японский опыт аукнулся в современной Америке.

## ЛЕКАРСТВА

### «SMITH BROTHERS»



Джеймс Смит с двумя сыновьями Уильямом и Эндрю переехал в 1847 году из канадского Квебека в городок Roughkeepsie (Покипси) штата Нью-Йорк на реке Гудзон — место ничем не примечательное, кроме, разве, того, что шестьдесят лет назад здесь была ратифицирована Конституция США. Смит держал ресторан и поддерживал его имидж,

изготавливая сласти, которыми сыновья торговали вразнос на городских улочках. Однажды никому неизвестный посетитель, смахивавший на бродягу, предложил в уплату за еду рецепт вкусных конфет, помогающих при кашле. Джеймс подумал, что такое лекарство найдет сбыт в долине Гудзона с ее холодным и ветреным климатом, и поэтому, не мешкая, изготовил на ресторанной кухне первую пачку конфет-таблеток. Успех был лавиноподобным. Местные газеты опубликовали рекламное объявление: «Всем, всем, страдающим от простуд и кашля! Без всякого риска вы можете испытать достоинства нового лекарства!» Вскоре производство расширилось, переехав из ресторана в отдельное строение. Джеймс не дождался всеобщей известности своего создания. Дело наследовали сыновья, так и назвавшие новую фирму — «Братья Смит» («Smith Brothers»).

Соперники не дремали. Они выбросили на рынок «антипростудные» таблетки под именами «Schmitt Brothtrs», «Smythe Sisters» и тех же «Smith Brothers», но с имитацией содержимого. Братьям стало ясно, что товар нужно четко идентифицировать, чтобы избежать подделок со стороны конкурентов. А что может быть надежнее собственных физиономий на этикетке? Так в 1877 году на каждой пачке с лекарством появились два бородатых лица, ставших вскоре чуть ли не самыми узнаваемыми в стране. Благодаря типографской случайности словосочетание «trade-mark»

(«торговая марка») было разделено и размещено прямо под портретами братьев: «Trade» — под Уильямом, «Mark» — под Эндрю.

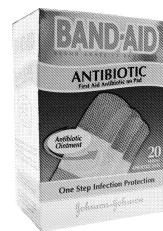
В народной памяти за владельцами так и закрепились эти «имена», тем более что «Mark» — обычное мужское английское имя. И еще одну степень защиты своей продукции предусмотрели братья. Поскольку производство со временем выросло до масштаба фабрики (до пяти тонн в день), на каждой таблетке с помощью специального станка штемпелевалась аббревиатура «SB» (Smith Brothers), о чем не забыли упомянуть в самой этикетке — «S. B. — Stamped on each drop».

### «JOHNSON AND JOHNSON»

Если уж соблюдать точность, то фамилия Johnson должна была упоминаться в названии фирмы не два, а три раза, ибо существовало три брата, Роберт, Джеймс и Эдвард, и жили они в городе Нью-Брансуик штата Нью-Джерси. В 1875 году, совершая свое американское турне, в этих местах выступал с лекцией знаменитый английский хирург и ученый в области антисептики Джозеф Листер. Трудно вообразить, что творилось в те времена в простых больничных палатах и в операционных госпиталей. Нестиранные халаты, бинты повторного использования, дезинфекция инструмента от случая к случаю... В результате — послеоперационная смертность до 90 процентов! Доктор Листер назвал главным врагом человечества бактерии и объявил им войну.

Старший из братьев, Роберт, присутствовал на выступлении ученого и так вдохновился, что убедил младших без промедления организовать производство стерильных перевязочных материалов, за которыми, по его мнению, было будущее. Молодая фирма стала весьма популярной в среде медиков, которые с готовностью приобретали ее повязки из ваты и марли, обработанные сухим жаром и бережно упакованные. На каждом пакете красной краской была исполнена ручной вязью надпись — «Johnson & Johnson», в этом виде дошедшая до наших дней. Изменения коснулись лишь перечня изделий мощнейшей химико-фармацевтической компании мира с миллиардными оборотами: всем известный обезболивающий тайленол (tylenol), хирургические материалы, парфюмерно-косметические товары, продукты детского питания...

Забавная история приключилась с одним из «ветеранов» промышленного ассортимента — лейкопластырем, представленным в любой аптеке и сегодня. В начале 20-х годов, когда компанию возглавлял Джеймс Джонсон, к нему явился рядовой клерк по имени Эрл Диксон с рядовым, как



**Johnson & Johnson**  
CONSUMER PRODUCTS COMPANY  
Division of Johnson & Johnson Consumer Companies, Inc.

оказалось, сообщением. Его молодая жена Жозефина, женщина выдающихся достоинств, обладала одним-единственным недостатком: была неумехой. Она постоянно резала пальцы кухонным ножом или обжигалась о раскаленную сковородку. Терпеливый муж забинтовывал ей ранки и заклеивал хирургической лентой, прихватываемой с работы. То ли эти хлопоты ему поднадоели, то ли помощь соседей во время его частых отлучек была ненадежной, но в один прекрасный день он задумался: нужна повязка, которая бы легко и удобно накладывалась и держалась на месте, сохраняя стерильность.

«Эврика!» — воскликнул Эрл, положил на стол хирургическую ленту липкой стороной вверх, а кусочек марли приклеил в середине. Чтобы клей не сох и не испачкалась повязка, он прикрыл ленту тонкой тканью. Теперь, когда супруга снова поранится, ей достаточно просто снять защитный слой — и поврежденное место закрыто! Своей идеей он и решил поделиться с шефом. Уговаривать Джонсона не пришлось. Бактерицидному лейкопластырю был открыт зеленый свет. Дело осталось за малым — как назвать? Логичное предложение последовало тут же: «Band-Aid», то есть «лента-помощь». Успех был настолько всеобщим, что название вошло вскоре в словари сленга, означая паллиативное, поверхностное решение какой-либо проблемы («band-aid solution»).

### «UPJOHN»



История этой крупнейшей фармацевтической компании, выпускающей большой ассортимент лекарственных препаратов и предметов личной гигиены, началась век с четвертью назад в городе Каламазу (Мичиган). Местный врач Уильям Апджон после многих лет практики пришел к твердому выводу: нужны перемены не столько в самих лекарствах, сколько в их форме. Большинство из них выпускалось в те времена либо в растворах, что создавало трудности с дозировкой, либо в таблетках такой твердости, что пациентам приходилось для их измельчения работать молотком, причем не всегда успешно. Не было у них и уверенности, что растворение мелких «останков» в их бедных желудках будет надежным.

Долго доктор Апджон колдовал в своей лаборатории, пока в 1885 году не придумал «friable pill» (крошащуюся таблетку), которая простым нажимом пальца раздавливалась в порошок. В преимуществах нововведения следовало прежде всего убедить не больных, а коллег-докторов. По тысячам адресов Уильям направил пакеты с одинаковым содержимым: маленькая сосновая дощечка и образцы таблеток,

своих и конкурентов, а также предложение сравнить их достоинства с помощью молотка и пальца. Ответом был всплеск продаж «удобных» лекарств, а на торговой марке появился рисунок сжатой мужской ладони с пальцем, прижимающим шарик таблетки к столу. Чтобы ни у кого не оставалось сомнений, по нижнему кругу шла надпись «Reduced to a powder under the thumb» («Превращается в порошок под большим пальцем»).

Уже давно технологический прогресс обеспечил прием лекарств без помощи молотка или ручного раздавливания, но символ, заложивший вековой успех бизнеса, до сих пор остается на торговом знаке, претерпевшем лишь модернизацию в соответствии с современным дизайном. А руку в белом манжете можно рассматривать и так: дело находится под надежным контролем владельца.

### «SQUIBB»

В середине XIX века Эдвард Скуибб был директором исследовательской лаборатории при морском госпитале в Нью-Йорке. Занимался он созданием оборудования для получения медикаментозных экстрактов и перегонки эфира — важнейшего средства операционной анестезии в те времена. Военное начальство предложило ему возглавить собственную фирму по изготовлению, как было сказано, «надежных» лекарств для армии. Эдвард решил, что бизнес должен быть семейным, привлек к нему двоих сыновей и основал в 1895 году компанию «E. Squibb & Sons».

Вплоть до своей смерти (1900 г.) Скуибб зорко следил за тем, чтобы каждое лекарство было идеально чистым и имело стандартный состав. Наследники не удержали этот высокий уровень и спустя всего пять лет продали уже довольно известную фирму более энергичным владельцам, которые сообщили, что традиции, заложенные основателем, сами по себе неплохой капитал. Тем более что подоспел знаменитый Закон Конгресса 1906 года «О контроле над производством пищевых продуктов и медикаментов» («Pure Food and Drug Act»), запретивший продажу и транспортировку товаров, не прошедших апробацию и контроль правительственной санитарной инспекции. Принятию этого Закона предшествовал огромный скандал, связанный с поставкой для армии во время испано-американской войны недоброкачественных мясных консервов с чикагских боен. Эта же ситуация подсказала Эптону Синклеру сюжет его знаменитого романа «Джунгли».



Вполне закономерно, что родившийся на фоне этих событий торговый знак представляет собой круглую печать с волнистыми линиями, имитирующими чеканку золотой основы, и полным названием фирмы, как дань историческому прошлому. Три колонны и фриз, в подражание древнегреческому ордеру, символизировали прочность структуры самой фирмы. И чтобы не оставалось сомнений в ее надежности, все четыре составляющие несли названия: «Reliability» (надежность); «Uniformity» (единообразие); «Purity» (чистота) и «Efficacy» (эффективность). Ничего лучшего не мог бы желать Эдвард Скуибб.

Прошли годы, и наступило время осовременить торговую марку, придав ей лаконичный облик. Сделано это было уже в 60-е годы, когда компания завоевала дальние зарубежные рынки, где надписи, пусть даже с латинской основой, были неудобны для «простого» покупателя. Новый знак теперь «работал» без лишних слов.



## УСЛУГИ

### ПОЧТА

С тех пор как человечество осознало себя таковым, появилась нужда в обмене корреспонденцией между людьми. Эту функцию взяла на себя почта. Древние Ассирия и Персия, Египет и Китай имели хорошо организованные почтовые системы. Шли столетия, становились иными и способы сообщения. На смену пешеходам-почтальонам появлялись всадники, за ними — возницы телег, кибиток и карет; а дальше, дальше — корабли, поезда, автомашины, самолеты... Сегодня в мире самая крупная и оснащенная почтовая служба — американская. Она обрабатывает в год около двухсот миллиардов почтовых единиц, почти половину мирового количества. Опорой этого трудновообразимого потока являются «три кита»: USPS — United States Postal Service; UPS — United Parcel Service; Federal Express Corp. Важное обстоятельство: из трех упомянутых «млекопитающих» (почтопитающих!) только первое является государственной компанией, два остальных — частные.

#### «UNITED STATES POSTAL SERVICE»

Английская корона не оставляла в покое колонистов. В 1672 году в Бостоне впервые была налажена примитивная, но, разумеется, королевская почтовая связь с Нью-Йорком. Всадник-почтальон, перекрывая в день не более тринадцати миль, завершал свой небезопасный путь за две недели. Официальная почтовая служба в США была создана на Втором Континентальном конгрессе, а первым генеральным почтмейстером страны стал в 1775 году Бенджамин Франклин.

Скорости доставки корреспонденции росли вместе со скоростями новых транспортных средств. Почтовыми ста-



новились не только железнодорожные вагоны (в них обработка почты производилась прямо на ходу), но и пароходы. Любопытный эпизод, получивший в истории название «Pony express», произошел именно в тот период, когда, казалось, новая техника оставила позади старые методы перемещения писем. В 1860 году небогатый бизнесмен из города Сент-Джозеф (Миссурри) Уильям Рассел задумался над тем, что перемещение огромных масс золотоискателей на Дальний Запад требует адекватного почтово-транспортного сопровождения. В то время железнодорожный путь по стране заканчивался именно у Сент-Джозефа, корабли с восточного побережья на западное плыли только вокруг мыса Горн, а медленные дилижансы тянулись через весь континент месяцами. У Рассела родилась идея нанять конных всадников, но не совсем обычных. В объявлении о найме говорилось, что требуются «отважные молодые люди, небольшого роста и веса, умеющие постоять за себя, предпочтительнее — сироты». «Транспортным средством» становились перекладные лошади и индийские пони. Расстояние между крайними точками, Сент-Джозефом и калифорнийским Сакраменто, составляло 3200 километров. На этом пути было построено 160 промежуточных станций, где производилась смена лошадей и почтальонов, занимавшая не более двух минут, поскольку почтовая сумка держалась на кожаном седле весом самого всадника. На случай встречи с индейцами почтальон был вооружен парой пистолетов и ножом. Круглосуточная служба отличалась большой точностью, общее время доставки не превышало десяти дней. А однажды был даже установлен рекорд: копия послания президента Линкольна Конгрессу была доставлена за семь дней и 17 часов.

«Pony express» просуществовала полтора года. На последнем этапе ее взял под свою опеку правительственный департамент почт. Тогда и появилась выразительная печать с почтальоном-всадником, который усекал в легенду, ибо в конце 1861 года открылась проводная трансконтинентальная телеграфная связь, и Уильям Рассел был разорен.



Минуло сто пятьдесят лет. Компания «United States Postal Service» держит первенство в мире по главным почтовым показателям, за что и включена в книгу рекордов Гиннеса: 40 тысяч офисов, 800 тысяч служащих, 200 тысяч автомашин и грузовиков, среднегодовое число отправок «на душу населения» — 680. И на знаке-символе сегодня красуется «государственная» птица страны — орел, каждые

несколько лет с удручающим однообразием несущий в своем клюве отнюдь не среднестатистическому, а реальному жителю подорожание почтовой марки.

### «UNITED PARCEL SERVICE — UPS»

Джиму Касею было девятнадцать лет, когда он, взяв взаймы у знакомого сто долларов, решил создать собственную компанию. Случилось это в 1907 году в Сиэтле (штат Вашингтон). В то время в быстрорастущем городе ощущалась нужда в связных-посыльных. Основой нового дела стали громкое название «American Messenger» («Американский курьер») и шесть школьных друзей Джима с велосипедами, развозивших по разным адресам телеграммы и горячие завтраки. К 1913 году педальную технику заменили мотоциклы, а заказчиками стали крупные универмаги, желавшие, чтобы их товары были доставлены покупателям на дом в день продажи.

Касей возглавлял свою посылочную компанию почти пятьдесят лет, проведя ее через годы жесточайших схваток с конкурентами, в том числе и с государственной почтой, через годы Великой депрессии... Неизменными оставались только название — «United Parcel Service», принятое в 20-е годы, и главные принципы, декларируемые с первых шагов: вежливость по отношению к клиентуре, надежность, круглосуточное обслуживание и низкие цены. И еще один фактор не менялся никогда — цвет грузовиков-фургонов, для которых в стране уже не было недоступных мест. Из утилитарных соображений (менее заметна дорожная соль) был выбран коричневый, за что «в народе» UPS получила прозвище «Big Brown». Водители, которых сегодня у фирмы десятки тысяч, одеты в коричневую униформу, и их маршруты, как правило, постоянны, чтобы поддерживать персональный контакт с потребителем.

Владея собственным авиационным парком, фирма доставляет грузы в двести стран мира, где хорошо известен ее лаконичный и выразительный торговый знак.



### «FEDERAL EXPRESS»

Каждый американец знает: если ему нужно срочно отправить письмо или небольшую бандероль так, чтобы они назавтра прибыли по адресу, следует обратиться к помощи «Federal Express» (или сокращенно «FedEx»), и только к ней. Недаром рекламный лозунг компании — «Why fool around with anyone else?» («И охота вам связываться с кем-то еще?»).

Будучи студентом Йельского университета, Фредерик Смит в 1965 году в семестровой работе по экономике изложил идею о том, что традиционное фрахтование пассажирских авиарейсов для перевозки грузов неэффективно. Он утверждал, что для



воздушной транспортировки таких, например, зависимых от времени товаров, как лекарства или тонкая электроника, нужна специализированная схема. Примечательно, что эта студенческая работа была оценена на «С» (посредственно). Вернувшись после службы в морской авиации во Вьетнаме в город детства Мемфис (Теннесси), 28-летний Смит не оставил мыслей о своем университетском исследовании. «Скорость гораздо важнее стоимости, — утверждал он. — И в особенности это относится к небольшим городам».

Отцовское наследство в виде нескольких миллионов да смелость двух спонсоров позволили создать в 1971 году «Federal Express». Слово «express» в этом сочетании не требует пояснений, а вот «federal» можно считать заявкой на общенациональное будущее фирмы. Началась же она весьма локально. Поскольку сердцевиной успеха была скорость самолетов, то весьма существенным стал выбор города с мощным аэропортом. Поразмыслив, партнеры выбрали родной Мемфис, являвшийся географическим центром оживленного региона. Кроме того, здесь, как правило, была устойчивая погода, и аэропорт редко закрывался по климатическим условиям. 14 легких самолетов связали в единую цепочку аэровокзалы 25 ближайших городов, откуда почта забиралась каждый вечер и направлялась в Мемфис для немедленной ночной сортировки. На следующее утро уже из аэропортов назначения экспресс-послания доставлялись грузовиками к дверям адресатов. Сегодня, спустя тридцать лет, «Federal Express» со штаб-квартирой в Мемфисе ежедневно перевозит 1,8 миллиона писем и бандеролей не только в США, но и в 190 странах мира, используя транспортный парк из 470 самолетов и 30 тысяч грузовиков. Во главе компании по-прежнему стоит тот самый Фредерик Смит, получивший когда-то «тройку» за проект-идею скоростной доставки почты.

## ТЕЛЕФОН

Это изобретение, означавшее мировую техническую революцию, запатентовал в 1876 году 29-летний эмигрант из Шотландии Александр Белл (Bell). Жил он тогда на американской земле всего четыре года и преподавал в специальной бостонской школе для глухих, обучая их говорить и используя при этом исследования в области акустики. А параллельно шли испытания аппаратуры для передачи речи по проводам, в чем решающую помощь Беллу оказывал его друг Томас Уотсон. Главное событие произошло 10 марта 1876 года, три дня спустя после оформления патента (где, кстати говоря, упоминались фамилии обоих друзей). Новшество было смонтировано в двух разных комнатах, где находились изобрета-

тели, и в присутствии свидетелей Белл передал Томасу первое в мире телефонное сообщение, ставшее легендой: «Mr. Watson, come here: I want you» («Мистер Уотсон, идите сюда, вы мне нужны»). Взволнованный помощник опрокинул на пиджак кислоту для электробатарей и помчался на исторический зов...

На следующий год Белл с несколькими партнерами создал «Bell Telephone Co.», но бизнес не был его стихией, и вскоре он продал свои акции и патент деловым людям, которые и возвели фундамент крупнейшей на сегодня мировой суперкорпорации, называющейся с 1885 года —

### «AMERICAN TELEPHONE AND TELEGRAPH Co. — AT&T»

История графического символа компании любопытна, так как наглядно демонстрирует этапы, которые за столетний период прошли художественные приемы создания торговых знаков. Уже первый генеральный менеджер задумался над тем, каким быть этому символу. По его собственным воспоминаниям, он перебрал немало вариантов: крест, треугольник, круг... И вдруг — озарение! Фамилия изобретателя Bell означает колокол, причем именно церковный. Как он мог забыть об этом? И довольный менеджер тут же набросал на листке бумаги контур колокола с надписью внутри «Long Distance Telephone», поскольку к этому времени главной задачей было налаживание дальней связи между городами, а первая линия Нью-Йорк — Филадельфия уже работала. Художнику оставалось оформить идею, заключить рисунок в квадратную рамку, и в 1889 году появился первый символ «AT&T».

Через тридцать лет были внесены некоторые изменения: вместо квадрата появилась двойная окружность с полным названием фирмы внутри, а на поверхности колокола добавилось имя изобретателя, который к тому времени давно скончался. Еще пятьдесят лет — и современный дизайн заявил о себе, трансформировав знакомый знак в мгновенно узнаваемый и понятный без слов универсальный контур. И сегодня фирма идет в ногу со временем, обеспечивая не только всемирные телефонные, но также телевизионные, интернетовские и иные скоростные коммуникации. Поэтому нынешний торговый знак (условный земной шар) обозначает эту глобальную экспансию. Но все-таки некоторые отделения фирмы, в особенности на восточном побережье и, конечно, в родимом Бостоне, сохраняют на своих «знаменах» ностальгический bell-колокол.



## ЗАКУСОЧНЫЕ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Их возникновение на американской земле относится к концу 40-х годов прошлого века. Послевоенная эпоха определила небывалые скорости во всем: строительстве новых магистралей, мегаполисов и провинциальных городов, супермаркетов... Темп, темп, темп! Коснулось это и питания занятого населения, предпочитавшего вместо домашних завтраков быстро приготовленную еду и напитки с их традиционными составляющими. Ответом стало создание особой сети небольших кафетериев и закусочных с ограниченным ассортиментом стандартных блюд. Каждая сеть принадлежала одной компании с одинаково оформленными зданиями, рекламой и символами. Важной особенностью было то, что право на обслуживание передавалось компаниями в виде лицензии (franchise — франшиз) множеству мелких фирм или семейных предприятий, но с непременным соблюдением вышеперечисленных единообразных условий. Достаточно привести только две цифры в доказательство взрывного успеха сервисного новшества: в 1945 году в стране было 3500 закусочных быстрого питания, а в 1975 — 450 тысяч. Рассмотрим «биографии» самых знаменитых компаний, расположив их для удобства «по старшинству».

### «DUNKIN' DONUTS»



Сначала о названии. «Donut» — сленговый вариант слова «doughnut», что означает пончик или пышку в виде бублика, посыпанные сахарной пудрой. Этимология «пончика» восходит к временам первых колонистов, которые еще в начале XVII века делали его из подслащенного теста (dough) кусочками размером с орех (nut). Что же касается слова «dunkin'», то это принятое в рекламе сокращение ing-формы глагола dunk, означающего «макать, окунать». Таким образом, с некоторой долей языковой вольности «Dunkin' Donuts» можно перевести как «Подаем пончики к чаю или кофе». Торговый знак говорит об этом же, но языком рисунка: в большую чашку с кофе наполовину погружен пончик в виде согнутого в кружок фирменного названия.

Основал компанию, придумал ее название и оформление торговой марки Уильям Розенберг (1916–2002). Случилось это в 1950 году в городе Куинси (Массачусетс), родине двух президентов США Адамсов. Через четыре года количество закусочных достигло пяти, а сегодня сеть «Dunkin' Donuts» перешагнула цифру пять тысяч и охватила 32 страны мира. Ежегодные показатели характеризуются числами с шестью нулями: обслуживается два миллиона посетителей и продается шесть с половиной милли-

онов знаменитых пончиков. Миллионером стал и сам мистер Розенберг, прославившийся не только своими деловыми талантами, но и филантропическими заслугами: своими достижениями многие бостонские медицинские учреждения обязаны его финансовой поддержке. Журнал *Nation's Restaurant News* недавно назвал Уильяма Розенберга самой влиятельной и новаторской личностью, которую когда-либо знала индустрия питания.

### «KENTUCKY FRIED CHICKEN — KFC»

В штате Кентукки с давних времен существует обычай: Врешением губернатора лицам, отличившимся в той или иной области и принесшим пользу штату, присваивается почетное звание «полковника» («colonel»). Среди носителей этого отнюдь не воинского, а скорее неофициального титула немало известных актеров, спортсменов, священнослужителей... И все же одно награждение отличается своей уникальностью. В 1935 году «кентуккийским полковником» стал Харланд Сандерс (1890–1980) «за вклад в развитие системы питания».

Когда ему исполнилось семь лет, умер отец, владелец крошечной фермы, и мать должна была наняться на поденную работу, не оставлявшую времени для дома. На маленького Харланда легли заботы о трехлетнем брате и малютке-сестре. С этого и начался его долгий путь к «развитию систем питания». Через год он уже мог приготовить несколько превосходных местных блюд. Покинув школу досрочно, Сандерс долго странствовал, сменяя десятки профессий: от пожарника и кондуктора трамвая до страхового агента и паромщика. Наконец в 1929 году перешел к «оседлому» образу жизни, приобретя заправочную станцию в городе Кобрин штата Кентукки. И здесь он припомнил, что когда-то на кухне у него получалось кое-что путное.

Для проголодавшихся клиентов станции стали ежедневно накрывать обеденный стол и подавать блюда, приготовленные Харландом по материнским рецептам, — цыплят, зажаренных на сковороде (fried chicken), ветчину в деревенском стиле, домашние пресные лепешки. Водители разносили (развозили) весть о необычных вкусах на бензоколонке, и слава ее владельца росла. Через несколько лет он переехал в здание через улицу, объединив под одной крышей мотель, заправочную станцию и ресторан на 140 мест. На ресторанной кухне и был впервые освоен метод быстрого приготовления под гнетом жареных кур в сухарях с добавлением особых специй, составивших «секрет фирмы». На этом поприще Сандерс и заслужил губернаторскую награду, которой он очень дорожил,



никогда не расставаясь с традиционным «полковничьим имиджем»: борода и усы, белый костюм, узкий тесемочный галстук и стек. В 1939 году успех провинциального ресторана был поддержан общенациональным престижным журналом *Adventures in Good Eating* («Приключения правильного питания»).

Когда стало известно, что новое скоростное шоссе не пройдет через Кобрин, а обойдет его стороной, Сандерс решил изменить стратегию. Первая закусочная «KFC» была основана им в 1952 году довольно далеко от родных пенатов — в оживленнейшей столице штата Юта, городе Солт-Лейк-Сити. Через десять лет сеть «KFC», формировавшаяся по принципу лицензий-франшиз, составляла 600 заведений в США и Канаде. Полковник Сандерс «личным примером» вдохновлял менеджера и штат каждой новой закусочной, проезжая в год на автомашине не менее 200 тысяч миль и демонстрируя, как правильно и быстро следует готовить блюда по его рецептам. И хотя у корпорации «KFC» давным-давно уже иные владельцы, добродушная физиономия основателя с веселым прищуром глаз из-под очков остается неизменной на торговых знаках всех тридцати трех тысяч закусочных в 100 странах. Проведенный недавно опрос показал, что полковник Харланд Сандерс — один из самых узнаваемых людей в мире.

### «BURGER KING»



«Burger» — так разговорный английский расправился со словом «hamburger», приплывшим в Новый Свет из Европы еще в 80-е годы XIX столетия и означавшим первоначально «гамбургский бифштекс», в названии которого увековечен известный немецкий город. Довольно скоро заморский гость ассимилировался и стал национальным американским блюдом — говяжьей рубленой котлетой. Ее обычно подают внутри круглой мягкой булочки, между половинками которой и кладется гамбургер «в сопровождении» ломтиков помидора, маринованного огурца, салата и лука, сдобренных острым соусом.

Когда в 1954 году два бизнесмена, Джеймс Макламор и Дэвид Эдгертон, решили открыть в Майами (Флорида) свою закусочную быстрого обслуживания, они руководствовались двумя пионерскими идеями: технической и сервисной. Во-первых, успешным оказалось изобретение жаровни для гамбургеров с цепным перемещением полуфабриката над открытым пламенем. Во-вторых, впервые в стране было предложено новшество «drive-thru window» — окошко обслуживания автомобилиста. Очередной водитель, не выходя из машины, мог объявить



в микрофон свой заказ и получить его в окошке на подносе. Сейчас большинство скоростных кафетериев оборудованы для этой цели отдельным подъездом.

И все же самыми удачными были название новой сети питания и его товарный знак. «Burger King», то есть «Король гамбургеров» — красовалось на фасаде здания, ставшего затем типовым. И чтобы ни у кого не оставалось сомнений в королевском качестве продукции, на аппетитную булочку-котлету был усажен презабавный король. Много лет продержался он на троне своего бургер-королевства, радуя взрослых доступной ценой (гамбургер стоил 18 центов), а детей — ощущением сказки (многие куклы стали выпускаться похожими на него).

С каждым годом «Король гамбургеров» завоевывал все большие территории как на родине, так и за рубежом. В 1967 году компания обрела нового владельца, который решил расстаться со старым символом. Не исключая, что одним из соображений было расширение иностранных рынков (сегодня у «Burger King» 11 тысяч закусочных в 58 странах). Ведь в мире оставалось еще немало королевств, а шуточный облик главы государства, пусть мифического, мог не понравиться реальным подданным. Современный рисунок эмблемы имитирует гамбургер «в разрезе», где вместо мясной середины — название фирмы. Оставляя читателю возможность решить, какой из знаков удачнее, прежний или сегодняшний.

### «MCDONALD'S»

Сегодня это признанный лидер индустрии быстрого питания, радикально изменивший традиционные американские привычки в еде. Всего две цифры: в отдельно взятый день 7% населения страны пользуется закусочными «Макдоналдс», а число посетителей за один год равно 96% (!). Начало же не предвещало столь блистательного будущего.

Два брата, Ричард и Мариус Макдоналд, еще в 40-х годах держали в калифорнийском городке Сан-Бернадино ресторанчик, отличавшийся от остальных только одной особенностью: темпом обслуживания. Предельно ограниченный ассортимент блюд — дешевые гамбургеры, жареный картофель и молочные коктейли — подавался посетителям в ритме налаженной конвейерной линии. Каждый кухонный рабочий выполнял строго закрепленную за ним операцию. В итоге цена одного гамбургера могла соблазнить любого — 15 центов.



1954 год связан с появлением фигуры пока никому неизвестного чикагского предпринимателя и инженера Рэя Крока. К тому времени ему было пятьдесят два года, и к числу его главных достижений принадлежало изобретение многоскоростного миксера для молочных коктейлей. Он знал, что ресторан братьев Макдоналд использует восемь его смесителей, и решил провести инспекцию на месте. Под влиянием увиденного на него буквально снизошло озарение. Какие там миксеры? Будущее за быстрым питанием, решил Крок — и тут же предложил владельцам приобрести у них лицензию на подобное предприятие у себя в родном штате. И хотя с этого момента сами братья постепенно отойдут в тень, по традициям американского бизнеса имя основателей «McDonald's» будет сохранено на долгие десятилетия.

Свою первую закусочную Рэй открыл в 1955 году под Чикаго в городке Дес-Плейнес. В этом историческом здании сегодня открыт музей, где собраны экспонаты, демонстрирующие первые шаги компании, в том числе и заветные миксеры, с которых, собственно, все и началось. Через пять лет число закусочных «McDonald's» достигло уже ста. И всюду соблюдалось жесткое требование Рэя: покупателя нужно обслужить за пятьдесят секунд. В 1961 году по инициативе Крока был принят известный всему миру символ компании — две желтые светящиеся неоновые арки, образующие огромную букву «М», первую в названии. Все сотрудники облачились в униформу, любой предмет в закусочной, от чашки до бумажной салфетки, отличался все тем же сочетанием двух желтых дуг на ярко-красном фоне. Входящих встречал сделанный из папье-маше забавный клоун в человеческий рост и с улыбкой до ушей, прозванный Рональдом и ставший вскоре любимым персонажем детворы, вторым после Санта Клауса.

Но главным, разумеется, оставалась сама «быстрая еда». Долгие годы Крок не хотел вносить никаких изменений в стандартное меню. Следствием стало снижение доходов. Один из менеджеров, Джим Делигатти, управлявший несколькими «McDonald's» в Питтсбурге, на свой страх и риск решился в 1967 году на эксперимент: он изготовил «двухэтажный» гамбургер с особым соусом и специями, получивший вскоре прозвище «Big Mac» («Биг-Мак»). Недовольство Крока новшеством сменилось признанием удачи подчиненного, когда через два месяца объем продаж увеличился на 12%, а уже через год «Биг-Мак» вышел на всеамериканский уровень.

Блюстители строжайших диет и низкокалорийного питания были повержены. И стар и млад заказывали многослойный экзотический сэндвич, хотя далеко не каждый мог точно перечислить его ingredi-

енты. И действительно — двойной гамбургер был начинен прослойками из нарезанного репчатого лука, зеленого салата латука, ломтиков маринованного огурца и помидора... И вся эта начинка подавалась в большой разрезанной булочке, посыпанной семечками кунжута. Находчивые рекламные агенты в Бирмингеме (Алабама) организовали радиопередачу, в которой школьникам предложили соревнование: кто в течение четырех секунд правильно назовет все составляющие «Биг-Мака», получит один бесплатно. В городских школах возник настоящий бум. Ученики дома и на переменах заучивали список, бормоча одни и те же слова. «McDonald's» был у всех на устах, а его кассиры работали не покладая рук.

Рэю Кроку принадлежит еще одно, воистину уникальное достижение. В 1961 году он открыл в своем родном Иллинойсе учебное заведение, названное «Hamburger University». Этот университет стал тренировочным центром для сотрудников закусочных со всего мира. Более шести тысяч студентов из ста двадцати стран проходят каждый год курс подготовки, который ведется на 27 языках.

Крок скончался в 1984 году, передав свою всемирную сеть подготовленным наследникам. Подсчитано, что за тридцать лет его бессменного руководства было продано столько гамбургеров, что печочка, составленная из них, могла обернуться вокруг экватора 103 раза.

### «PIZZA HUT»

Казалось, заполнены все ниши в обслуживании быстрым питанием вечно спешащегося населения. Ничто не предвещало серьезной конкуренции половодью гамбургеров и их производных. Однако так не думали два брата-студента из университета города Вичита (Канзас), Фрэнк и Дэн Карней.

Им весьма приглянулась новинка из Италии — пицца, только-только пересекшая границу США. Слово «pizza» на итальянском означает «пирог», но пирог этот «ни по форме, ни по содержанию» не соответствовал американской кухонной традиции, а посему и вызвал всеобщее любопытство. Тем более что выпекалась пицца в нескольких вариантах: простая или с добавками в виде шампиньонов, острых колбасок (пепперони), анчоусов.

В 1958 году братья, взяв займы у матери 600 долларов, приобрели изношенное оборудование и открыли свою первую закусочную, расположив ее на оживленном перекрестке родного города в старом скромном



здании. И сразу встал вопрос о выборе названия. Размер вывески оказался маловат, на ней могло разместиться не более восьми-деяти букв. Понятно, что «pizza» должна быть на первом месте. Оставалось найти какое-либо совсем короткое второе слово. Тогда кто-то из домашних и предложил «hut» (хижина, домик). Так родилось ныне всемирно известное — «Pizza Hut», то есть домик, где продается пицца, что, естественно, воспринимается американцем как нечто более привычное, чем европейское «пиццерия».

Сама стандартная конфигурация этого «домика» пришла через десять лет, когда количество закусочных уже исчислялось сотнями, а количество посетителей составляло более миллиона в неделю. Ярко-красная островерхая крыша со скошенными краями, напоминающая ковбойскую шляпу, стала мгновенно узнаваемым символом фирмы.

Умелая реклама — это всегда ключ к успеху. Вот несколько примеров. В 1989 году впервые в истории горячая пицца была доставлена в Белый дом по заказу Первой Леди страны Барбары Буш для устроенного ею приема двухсот детей в рамках телевизионной программы «Чтение — базисный принцип». Через два года иной Белый дом в далекой стране стал объектом внимания фирмы. В августе 1991 года во время подавления путча в Москве у защитников здания парламента возникли проблемы с продуктами питания, и по указанию Б. Ельцина его помощники сделали срочный заказ у московской закусочной «Pizza Hut». Когда в крупнейшем городе Бразилии Сан-Паулу в 1994 году открывалась десятитысячная по счету закусочная (сегодня их в мире более 12 тысяч в 90 странах), легенда бразильского футбола Пеле совершил под вспышки кино- и фотокамер символический удар мячом в двери.

Фирма не упустила возможности дважды оказаться в космическом пространстве. В июле 2000 года она заплатила два с половиной миллиона долларов за то, чтобы на корпусе российской ракеты-носителя «Протон», стартовавшей с Байконура, красовалась десятиметровая надпись «Pizza Hut». Телевизионную трансляцию запуска видели миллионы зрителей. Результатом годового сотрудничества между фирмой и русскими учеными в области питания явилось то, что в следующем году на борт международной космической станции с очередным «челноком» была доставлена должным образом приготовленная пицца.

На земле тоже устанавливаются воистину астрономические рекорды. В течение одного года закусочные «Pizza Hut» во всем мире используют: 350 миллионов килограммов муки, что соответствует урожаю пшеницы с 250 тысяч гектаров; 260 миллионов килограммов помидоров; 350 миллионов килограммов пепперони...

## БАНКОВСКИЙ СЕРВИС И СТРАХОВАНИЕ

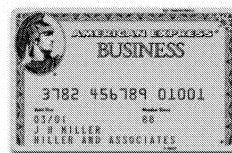
### «AMERICAN EXPRESS»

Эта кредитная карточка столь популярна, что наравне с долларом повсюду ассоциируется с обликом американца. Недаром ее рекламный девиз — «Don't leave home without it» («Из дома без нее не выходи»).

«American Express» была основана в середине XIX столетия как почтовая компания, сыгравшая значительную роль в освоении Запада. Позднее она все более сосредоточивалась на банковских и страховых услугах, пока в конце века не предложила потребителю два совершенно новых финансовых инструмента: «Money Order» (денежный перевод) и «Travelers Cheque» (дорожный чек). Первый позволял частному лицу без хлопот произвести безналичную пересылку адресату некой суммы путем покупки в банке или почтовом отделении специального чека. Второй представлял собой удобное платежное средство, используемое в поездках, которое могло быть обмено на наличные.

Новшествам сопутствовал огромный успех, особенно заметный в период после Второй мировой войны, когда постепенно начал нарастать бум путешествий. И в этот-то момент «American Express» поджидала крупная неприятность. Дорожные чеки печатались тогда общепринятым литографским способом и стали сравнительно легкой добычей фальшивомонетчиков. Только за один год потери от подделки чеков составили пять миллионов долларов, что в десять раз превысило ущерб за предвоенное десятилетие. По совету специалистов по борьбе с подпольной денежной мафией руководство компании решило перейти к гравированию тонких стальных печатных форм для чеков, а с целью создания дополнительных трудностей для фальшивомонетчиков — добавить к общему рисунку чека чей-либо портрет. Но чей?

Мнения разделились. Старые сотрудники настаивали на морде бульдога, давнего талисмана компании еще со времен «почтового» прошлого. Предлагалась голова американского индейца и даже физиономия первого президента фирмы Генри Уэллса. Но от всех этих идей были вынуждены отказаться, когда всеамериканское управление, ответственное за выпуск банкнот, сообщило, что на подготовку гравюры-оригинала потребуется не менее года. Его же сотрудники и подсказали: стоит поинтересоваться у художника-гравера Алонсо Форингера, нет ли у него в запасниках чего-либо «готовенького». Во время Первой мировой войны он был очень



известен как создатель впечатляющего постера, посвященного американскому Красному Кресту.

Готовая гравюра впечатлила представителей компании. На ней была изображена голова вооруженного древнеримского legionera в шлеме с гребнем в виде конского хвоста — знакомый американским кинозрителям имидж голливудских костюмированных эпопей. В 1951 году «American Express» выпустила первые дорожные чеки, защищенные от преступников грозным взглядом из глубин истории. И на сегодняшних пластиковых кредитных карточках сохраняется облик воина, появившийся там полвека тому назад.

### «CHASE MANHATTAN BANK»



CHASE

Этому финансовому гиганту от рода более двухсот лет. Его появление почти совпало с рождением американского государства. Некоторые из его основателей были крупными политическими фигурами молодой страны.

В 1799 году в Нью-Йорке прошла волна нескольких опустошительных эпидемий тропической лихорадки, завезенной на судах из жарких стран. Обычные городские водоемы оказались зараженными. Мэрию завалили мольбами о помощи, и она решила, что выходом из положения будет передача права на строительство новой системы «чистого» водоснабжения муниципальной компании. Ей возражала группа видных гражданских лидеров города, полагавших, что с этой задачей успешнее справится частная фирма. Среди последних выделялись Аарон Бэрр, член нью-йоркской легислатуры, и Александр Гамильтон, личный секретарь Джорджа Вашингтона, а позднее министр финансов его кабинета. В тот момент этих двух людей объединял общий финансовый интерес, поскольку они были уверены, что денег, отпущенных на устройство мощной помпы, резервуаров и трубопроводов, хватит еще и на реализацию их мечты — основание крупного банка.

Так и случилось. В конце 1799 года в дома жителей Манхэттена стала поступать обеззараженная вода, а в центре Уолл-стрит возник успешный «Bank of Manhatten». Правда, союзники поссорились в борьбе за влияние в Вашингтоне, что привело в 1804 году к первой политической дуэли, на которой Бэрр, который тогда уже был вице-президентом США, смертельно ранил Гамильтона. После этого звезда Бэрра закатилась, он даже обвинялся в государственной измене за попытку отделения части западных территорий. А имя Гамильтона посмертно было занесено в национальную Галерею славы, его портрет и сегодня украшает десятидолларовую банкноту.

Банк, детище сподвижников-врагов, продолжал процветать, становясь все более серьезной финансовой силой в стране. Он ссужал деньгами тор-

говцев, спекулянтов земель (особенно на Диком Западе), заводчиков, а также правительство страны. Вплоть до 1860 года частные банки могли выпускать собственные ассигнации. Любопытно, что на купюрах манхэттенского банка неизменно оставалась фигура мифологического Нептуна, покровителя вод, в память о его содействии (и не только мэрии) при проведении операции водоочистки.

Значительно позже, в 1877 году, после окончания Гражданской войны был основан другой уолл-стритовский зубр «Chase National Bank», получивший название по имени Сэлмона Чейза — незадолго до этого скончавшегося министра финансов в администрации Линкольна. Главную роль в функционировании банка всегда играло всесильное семейство Рокфеллеров. Исторически конкуренция двух финансовых гигантов должна была привести либо к исчезновению одного из них, либо к слиянию. Последнее и произошло в 1955 году, когда объединились два банка и слились названия, образовав «Chase Manhattan Bank». В течение долгих десятилетий его возглавлял Дэвид Рокфеллер, внук нефтяного короля, филантроп и спонсор серии неофициальных Дартмутских встреч деловых и политических кругов США и СССР.

В 1960 году банк выбрал своим символом четкий восьмиугольник абстрактного стиля, воплощающий простоту, непрерывность и ощущение движения. Художник был вдохновлен восточным орнаментом древних монет Востока, включенным в архитектурный облик главных дверей старого здания «Chase National Bank» в Шанхае.

### «JOHN HANCOCK INSURANCE COMPANY»

Любой американский школьник знает имя этого человека. Джон Хэнкок, богатый бостонский купец и политический деятель, был одним из лидеров движения колонистов Северной Америки за освобождение от английской короны. Будучи председателем Континентального конгресса (1766 г.), он первым поставил свою подпись под Декларацией независимости, положившей начало США. Причем подпись эта была выполнена крупным, с нажимом гусиного пера, каллиграфическим почерком. Как утверждает историческая летопись, Хэнкок при церемонии подписания произнес: «Думаю, что король Георг сможет разобрать это без очков». Со временем сочетание «John Hancock» стало идиоматическим, вошедшим в словари и означающим собственноручную подпись кого-либо. Родилось даже обиходное выражение «put you John Hancock here» — «распишитесь здесь».



Действие переносится на сто лет вперед. Гражданская война в разгаре. Необходимость финансового страхования жизни становится реальной

потребностью. В 1861 году губернатор Массачусетса получает петицию от группы бостонских купцов и банкиров с просьбой зарегистрировать устав новой страховой компании «Benjamin Franklin Life Insurance». Конечно же, губернатор не имел ничего против одного из основоположников государства и авторов его Конституции, тем более что Б. Франклин родом из Бостона. Но его не удовлетворило содержание некоторых пунктов устава, и он вернул его на переработку. Когда через год измененный текст был готов, название фирмы стало звучать как «John Hancock Life Insurance Company».

Почему так произошло, остается неясным. Может быть, из-за перестраховки составителей — менять, так уж все. Во всяком случае, замена эта оказалась весьма удачной, так как компания получала сразу не только узнаваемый титул, но и готовый графический символ: знакомая всей Америке подпись воспроизводилась непосредственно со свитка Декларации.

Главный офис компании и сегодня находится в Бостоне, где она была создана 140 с лишним лет назад, занимая здание 62-этажного небоскреба в центре города. Финансовые активы — 35 миллиардов долларов. Число полисов (то есть застрахованных жизней) — 20 миллионов. Предмет особого рекламного интереса — спорт. «John Hancock Life Insurance Company» является спонсором таких мировых событий, как ежегодный бостонский марафон, Олимпийские игры 1994 и 1996 годов.

### «HARTFORD FIRE INSURANCE»



**HARTFORD**

С незапамятных времен недалеко от Лондона существует скромный городок Хартфорд. В его древнем названии соединились два слова: «hart» (олень-самец) и «ford» (переходить вброд). Когда в XVII столетии жители выбирали рисунок для городской печати, они без колебаний остановились на олене, бредущем вдоль ручья. В первой группе колонистов, прибывших на земли будущего Коннектикута, были выходцы именно из этого места, захватившие с собой в океанское плавание копию старой печати. Они-то и назвали столицу колонии в память о покинутом поселении.

Самую страшную угрозу для деревянной Америки на первом этапе ее государственности представляли пожары. И вот в 1810 году несколько прозорливых бизнесменов создали первую страховую компанию «Hartford Fire Insurance». Тут же вспомнили о старинной ностальгической печати, и незамысловатый рисунок украсил новый торговый знак. Прошло шестьдесят лет, и владельцы фирмы, не ослаблявшие интереса к событиям на родине, узнали,



что известный художник-анималист Эдвин Ландсир закончил большое полотно, которое он назвал «Monarch of the Glen» (Царь горной долины). В центре величественно взирал на зрителя матерый олень, заслонявший ветвистыми рогами соседние скалы. Картина предназначалась Вестминстерскому дворцу, но Палата общин запротестовала, оскорбившись, что автор предварительно не согласовал с нею гонорар. Тут же некий предприимчивый британец приобрел ее и стал тиражировать репродукции. Одна из них на страницах иллюстрированного журнала и попала на глаза хартфордским страхователям. С 1871 года в течение ста лет лесной «монарх», не претерпевая никаких изменений, стоял на защите интересов компании, пока уже в наши дни его образ не был оформлен средствами современного дизайна.

Летопись «Hartford Fire Insurance» хранит немало впечатляющих историй участия фирмы в поддержке клиентов в периоды общенациональных катаклизмов. Когда в 1835 году произошел огромный пожар на нью-йоркском Манхэттене, причинивший ущерб в 26 миллионов долларов (сегодня он был бы оценен в 350 миллионов), первым, кто прибыл на место для оценки последствий и выплаты компенсаций, был президент компании, проделавший 100-мильный путь от Хартфорда до Нью-Йорка на санной упряжке. Еще более крупный пожар случился в 1871 году в Чикаго. Он унес жизни 250 человек, а стоимость уничтоженной собственности достигла 200 тысяч долларов (ныне — 2,3 миллиарда). Большинство страхователей не выполнили своих обязательств, испугавшись собственного банкротства. Только не «Hartford Insurance». Потерпев немалые убытки, компания выплатила долг по каждому полису.

Подобное произошло и после чудовищного землетрясения в Сан-Франциско (1906 г.). Силам природы потребовалось 48 секунд, чтобы уничтожить сотни городских кварталов; под обломками домов и в пожарах погибло 700 жителей, а ущерб приблизился к 400 миллионам. Компания без промедления выплатила заявителям почти 12 миллионов долларов, причем даже тем из них, чьи страховые документы погибли, и они не могли предъявить ничего, кроме словесных доказательств.

Забавная историческая подробность. Когда в 1861 году Авраам Линкольн, избранный президентом, собирался переехать в Белый дом, он обратился к «Hartford Insurance» с поручением застраховать его собственный дом в Иллинойсе. Одновременно другая знаменитость — генерал Роберт Ли, будущий руководитель конфедератов-южан в борьбе с армиями Линкольна, попросил о подобном же в отношении поместья в Вирджинии (нынче это часть знаменитого Арлингтонского национального кладбища). Оба страховых полиса двух непримиримых врагов бережно хранятся рядом в архиве компании в качестве раритетов.

## «TRAVELERS»

**TheTravelers** 

В современных туристических справочниках город Хартфорд, упомянутый в предыдущей главке, описывается не только как главный центр Коннектикута или место, где долгие годы жили Бичер-Стоу и Марк Твен. Непременно будет сказано, что он еще и «мировая (!) столица страхового бизнеса». При всей амбициозности такое определение во многом справедливо. Бизнес этот, как было показано, не только здесь родился, но и цветет пышным цветом в XXI веке. Яркий тому пример — компания «Travelers».

Жил в этом городе весьма необычный человек по имени Джеймс Баттерсон. Был он превосходным резчиком по камню и в этом качестве известен стране. Мрамор и гранит под его руками превращались в образцы высокого искусства, они украшали дома богачей на 5-й авеню и Бродвее в Нью-Йорке, дворцы миллионеров на океанском берегу Ньюпорта, библиотеку Конгресса в Вашингтоне... И это еще не все. Он интересовался геологией, историей, был крупнейшим египтологом своего времени. Джеймс коллекционировал классическую живопись и в поисках предметов своей страсти много путешествовал по Европе. И вот однажды в 1863 году, будучи в Англии, он, как человек наблюдательный, обратил внимание на явление, ранее им невиданное.

В железнодорожных вагонах продавались особые билеты, страхующие пассажиров от всяких неожиданностей в пути. Едва вернувшись в Хартфорд, он собрал группу деловых людей города и предложил зарегистрировать фирму, страхующую от несчастных случаев не только в поездах, но и на пароходах. Десять горожан, хорошо знавших доброе имя и энергичность Баттерсона, объединили свои капиталы (на каждого пришлось по 200 долларов), и петиция ушла в мэрию. Первый полис был оформлен на следующий день. На почте Джеймс повстречал местного банкира, до которого уже дошли сведения о фирме, намерившейся защищать любителей странствовать. Последний задал иронический вопрос: «Сколько же будет стоить полис, страхующий меня, например, по дороге домой на ланч, — я живу в четырех блоках отсюда?» «Два цента», — не задумываясь, отреагировал Баттерсон, положил в карман банковскую мелочь и выписал квитанцию еще незарегистрированной компании. А «застрахованный», между прочим, дошел до дома благополучно.

Без долгих размышлений компаньоны во главе с Джеймсом придумали короткое и четкое название «Travelers» («Путешественники»). Сам символ — красный зонтик — появился почти через сто лет, означая предельно понятную каждому идею, — надежную защиту не от непогоды, нет, а от всяческих неприятностей «на земле, в небесах и на море».

И действительно, еще при жизни Баттерсона (он скончался в 1901 году) «Travelers» впервые выпустила страховой полис для случаев автомобильных столкновений. Небеса были завоеваны в 1919 году, когда пилоты, а затем и пассажиры первых самолетов впервые оказались «под зонтом». А впереди еще ждала своей очереди такая стихия, как космос. Когда 16 июля 1969 года американские астронавты корабля «Аполло-11» ступили на лунную поверхность, их жизни были защищены не только скафандрами, но и полисами «Travelers». Ясно, что их примеру последовала и американская часть международного экипажа «Аполло/Союз» (1975).

**Иосиф Богуславский**  
**АМЕРИКАНСКИЙ УСПЕХ**  
**Люди и символы**

Технический редактор *А. Бохенек*  
Корректор *П. Суворова*  
Компьютерная верстка *В. Куценко, А. Фоминов, С. Соколов*  
Художник обложки *М. Соколова*

Подписано в печать 22.06.2004. Формат 70×90<sup>1/16</sup>.  
Бумага офсетная № 1. Печать офсетная.  
Объем 16 п. л. Тираж 5000 экз. Заказ № .

Альпина Бизнес Букс  
123060 Москва, а/я 28  
Тел. (095) 105-77-16  
[www.alpina.ru](http://www.alpina.ru)  
e-mail: [info@alpina.ru](mailto:info@alpina.ru)