

Trong khi đó, Assael đặt đăng một bài quảng cáo dài ở vị trí bắt mắt nhất của các tạp chí. Trên đó là hình ảnh một chuỗi ngọc trai đen Tahiti lấp lánh đặt giữa các loại kim cương, đá hồng ngọc và ngọc lục bảo.

Những viên ngọc trai đen nhanh chóng được những người giàu có nhất Manhattan tiêu thụ. Assael đã khéo léo làm tăng thêm giá trị cho những viên ngọc trai. Như Mark Twain đã viết về Tom Sawyer: “Tom đã phát hiện ra một quy luật vĩ đại về hành động của con người, đó là, để khiến một người thêm thuồng thứ gì đó, chỉ cần làm cho việc đó trở nên khó khăn.”

Làm thế nào mà vua ngọc trai làm được điều đó? Bằng cách nào mà ông thuyết phục được những người danh giá của xã hội say mê những viên ngọc trai đen Tahiti – và sẵn sàng trả rất nhiều tiền để có được nó? Để trả lời câu hỏi này, tôi sẽ giải thích ví dụ về những chú ngỗng con.

Một vài thập kỷ trước, nhà tự nhiên học Konrad Lorenz, khám phá ra rằng những con ngỗng con, khi vừa mới nở, sẽ quần quít với vật chuyển động đầu tiên chúng bắt gặp (thường là mẹ của chúng). Lorenz biết điều này vì trong một thí nghiệm, ông là sinh vật đầu tiên chúng nhìn thấy và chúng nhất quyết theo ông cho đến hết giai đoạn trưởng thành. Lorenz kết luận rằng những chú ngỗng con không chỉ đưa ra các quyết định ban đầu dựa trên những gì sẵn có trong môi trường chúng sống mà còn kiên quyết đeo bám quyết định đó. Ông gọi hiện tượng tự nhiên này là *khắc sâu*.