



**К**то же они, те люди, которые без нашего ведома внедряют в наши головы идеи, внушают, кем мы должны восхищаться, а кого должны презирать, что нам нужно думать о праве собственности на предприятия коммунального хозяйства, о тарифах, ценах на резину, плане Дауэса и иммиграции; те, кто рассказывает нам о том, как должны выглядеть наши дома, какой мебелью они должны быть обставлены, что мы должны подавать на стол, какие рубашки носить, какими видами спорта заниматься, какие пьесы смотреть, какие благотворительные организации поддерживать, какими картинами восхищаться, какие разговорные выражения употреблять, над какими анекдотами смеяться?

Если мы попробуем составить список тех, кого в силу занимаемого положения в обществе можно без преувеличений назвать законодателями общественного мнения, то наш список окажется расширенной версией

справочника «Кто есть кто». Естественно, он будет включать президента США и членов его кабинета, сенаторов и конгрессменов, губернаторов сорока восьми штатов, президентов торговых палат сотни крупнейших американских городов, председателей советов директоров сотни с лишним крупнейших промышленных корпораций, президентов множества профсоюзов, входящих в состав Американской федерации труда, президентов всех национальных профессиональных организаций и обществ, президентов всех имеющихся в стране национальных или языковых сообществ, редакторов сотен популярных газет и журналов, полсотни самых популярных писателей, президентов пятидесяти основных благотворительных организаций, два десятка театральных и кинопродюсеров, сотню признанных законодателей моды, самых популярных и влиятельных священников ста крупнейших городов, президентов колледжей и университетов, выдающихся сотрудников этих учебных заведений, крупнейших финансистов с Уолл-стрит, самых выдающихся спортсменов-любителей и т. д.

Подобный список будет содержать несколько тысяч человек. Однако хорошо известно, что многие из этих лидеров сами являются ведомыми, причем иногда управляют ими люди, имена которых знают лишь единицы. Работая над своей избирательной платформой, конгрессмен зачастую руководствуется предложени-

ями босса соответствующего избирательного района, о котором мало кто знает за пределами политической машины. Красноречивые священники могут иметь огромное влияние в своих сообществах, но основные положения своих проповедей они получают от вышестоящего церковного начальства. Президенты торговых палат формируют позицию местных бизнесменов относительно выпуска акций, однако точка зрения, которую они пропагандируют, обычно исходит от каких-либо государственных органов. Кандидат в президенты может быть «выдвинут» в ответ на «требования общественности», однако всем известно, что на самом деле все решает горстка политиков, засевших за круглым столом в гостиничном номере.

Порой невидимые кукловоды обладают ужасающей властью. Власть невидимого кабинета, совещавшегося за покерным столом в одном небольшом зеленом доме в Вашингтоне, стала национальной легендой. Был период, когда стратегию правительства страны диктовал один-единственный человек — Марк Ханна. Кроме того, в течение нескольких лет Симмонс успешно командовал миллионами людей с помощью нетерпимости и насилия.

Подобные люди сформировали в общественном сознании стереотип, ассоциирующийся с фразой «невидимое правительство». Однако мы редко задумываемся о том,

что и в других областях существуют диктаторы, влияние которых ничуть не меньше, чем упомянутых выше политиков. Какая-нибудь Айрин Касл может ввести моду на короткую стрижку, которую сделают девять женщин из десяти, претендующих на звание модниц. Парижские законодатели мод популяризируют короткую юбку, за ношение которой еще пару десятков лет назад нью-йоркская полиция арестовала бы женщину и отправила прямиком в тюрьму, — и вся индустрия женской одежды, в которой вращаются сотни миллионов долларов, подвергнется реорганизации, чтобы подчиниться диктату парижской моды.

Есть невидимые правители, которые вершат судьбы миллионов. Порой мы не до конца осознаем, в какой мере слова и поступки самых влиятельных общественных фигур продиктованы расчетливыми личностями, скрывающимися за кулисами.

Однако еще важнее то, насколько сильно наши собственные мысли и привычки управляются сильными мира сего.

Мы воображаем, что в некоторых областях повседневной жизни действуем по собственной воле, однако в реальности нами правят диктаторы, имеющие над нами величайшую власть. Покупая костюм, мужчина считает, что сделал выбор самостоятельно, руководствуясь личным вкусом и предпочтениями, и что он выбрал именно

ту одежду, которую предпочитает сам. На самом же деле он, возможно, выполняет распоряжения безвестного мужского портного из Лондона. Этот персонаж — безмолвный работник скромного ателье по пошиву мужской одежды, которое пользуется покровительством щеголей и принцев крови. Он предлагает британским и прочим аристократам синюю ткань вместо серой, две пуговицы вместо трех, рукава на четверть дюйма уже, чем в прошлом сезоне. Знатный клиент такие идеи одобряет.

Но как этот факт влияет на обычного Джона Смита из провинциального городка?

Лондонский портной заключил контракт с крупной американской фирмой по пошиву мужских костюмов и обязуется своевременно присылать ей эскизы костюмов, выбранных законодателями лондонской моды. Получив эскизы с указаниями относительно цвета, веса и текстуры ткани, фирма сразу же заказывает производителям ткань на сотни тысяч долларов. Затем костюмы, изготовленные в соответствии с этими указаниями, рекламируют как модную новинку. Модники из Нью-Йорка, Чикаго, Бостона и Филадельфии носят эти костюмы. И наш провинциал из маленького городка, признавая превосходство столичных джентльменов, следует их примеру.

Женщины точно так же, как мужчины, подчиняются командам невидимого правительства. Производитель шелка, подыскивая новый рынок для своей продукции, предложил крупному производителю обуви обтягивать женскую обувь шелком так, чтобы она подходила к платью. Эту идею взяли на вооружение и начали систематически пропагандировать. Популярную актрису убедили носить такие туфли. Мода распространилась. Обувная фирма была готова удовлетворить созданный спрос. А компания, производящая шелк, была готова поставить необходимое количество ткани для пошива большего количества туфель.

Тот, кто подал обувной промышленности идею шелковых туфель, управлял женщинами в одной из областей их социальной жизни. Разные люди управляют нами в различных сферах нашей жизни. Один в тени трона управляет политикой, второй манипулирует размерами федеральной учетной ставки, а третий диктует моду на танцы в следующем сезоне. Если бы у нас в стране существовал незримый кабинет по управлению нашей судьбой (а это вполне можно себе представить), то во вторник в нем заседала бы определенная группа правителей, преследующая одну цель, а в среду — совершенно другая и с совершенно другой целью.

Идея невидимого правительства условна. Возможно, существует горстка людей, которые контролируют

образовательные методы в большинстве наших школ. Безусловно, имеется несколько человек, которые контролируют образовательные методы, принятые в большинстве наших школ. Однако, с другой точки зрения, каждый родитель сам является лидером своего небольшого общества и имеет власть над собственными детьми.

Невидимое правительство склонно концентрировать власть в руках лишь нескольких человек из-за дороговизны манипуляций социальной машиной, контролирующей взгляды и привычки народных масс. Реклама, адресованная пятидесяти миллионам человек, стоит дорого. Не дешевле обойдутся переговоры и убеждение лидеров групп, диктующих обществу, что думать и как поступать.

В связи с этим усиливается тенденция делегировать функции пропаганды специалистам в данной области. В настоящее время такой пропагандист занимает все более заметное место и выполняет все более важную функцию в повседневной жизни страны.

Новые виды деятельности требуют появления новой номенклатуры. Пропагандиста, который специализируется на объяснении инициатив и концепций широким массам, а также на объяснении авторам этих инициатив и концепций того, как широкие массы ведут себя и реа-

гируют, сегодня называют консультантом по связям с общественностью.

Новая профессия — специалист по связям с общественностью — появилась из-за усложнения современной жизни и проистекающей из этого необходимости сделать действия одной части общества понятными для остальных его членов. Еще одной причиной стало усиление зависимости организованной власти от разнообразных проявлений общественного мнения.

Успех деятельности любого правительства — монархического, конституционного, демократического или коммунистического — зависит от молчаливого согласия общественного мнения; на самом деле правительство является таковым только благодаря этому согласию общественности. Промышленность, муниципальные службы, образование — практически все области, представляющие любые концепции или товары, вне зависимости от того, принадлежат эти идеи большинству или меньшинству, могут преуспеть только при наличии одобрения общественным мнением. Общественное мнение является незаметным партнером в любом широкомасштабном начинании.

Таким образом, консультант по связям с общественностью — это агент, который, работая с современными средствами коммуникации и группами в обществе,

доводит идею до сведения общественности. Однако на этом его работа не заканчивается. Он имеет дело со стратегиями, доктринами, системами и мнениями и обеспечивает им общественную поддержку. Он работает и с материальными вещами — готовыми товарами и сырьем. Консультант по связям с общественностью имеет тесные контакты с муниципальными службами, крупными торговыми группами и ассоциациями, представляющими целые отрасли промышленности.

Консультант по связям с общественностью является в первую очередь советником клиента, что очень напоминает работу юриста. Юрист имеет дело с правовыми аспектами бизнеса своего клиента. Консультант по связям с общественностью фокусируется на контактах бизнеса своего клиента с общественностью. В сферу его интересов входит любая идея, продукт или деятельность клиента, которые могут повлиять на общественность или к которым общественность может проявить интерес.

Например, работая с конкретными проблемами производителя, консультант по связям с общественностью изучает товар, рынки, реакцию общественности на товар, отношение сотрудников к общественности и к товару, а также сотрудничество с организациями, занимающимися дистрибуцией товара. Изучив эти и другие факто-

ры, консультант по связям с общественностью старается организовать действия клиента таким образом, чтобы они встретили интерес, одобрение и принятие со стороны общественности.

Инструменты, с помощью которых консультант информирует общественность о деятельности своего клиента, так же разнообразны, как и сами средства связи: могут быть задействованы устные беседы, письма, сцена, кино, радио, лекции, журналы, ежедневные газеты. Консультант по связям с общественностью не является специалистом по рекламе, но задействует ее там, где она необходима. Нередко к его услугам обращаются рекламные агентства, которым нужна помощь в работе с клиентом. Деятельность консультанта и работа рекламного агентства не пересекаются и не дублируют друг друга.

Естественно, что первые шаги консультанта включают анализ проблем клиента: необходимо убедиться в том, что у клиента есть нечто такое, что общественность примет, или такое, что можно убедить ее принять. Бессмысленно продавать идею или готовить почву для товара, если они изначально плохого качества.

Например, сиротский приют обеспокоен сокращением притока пожертвований и не может понять причину безразличного или враждебного отношения обще-

ственности к нему. С помощью анализа консультант по связям с общественностью может обнаружить, что общественность подпала под влияние современных социологических тенденций и бессознательно осуждает заведение за то, что оно не устроено в соответствии с новым «коттеджным планом»<sup>1</sup>. В таком случае консультант может предложить клиенту внести необходимые изменения в этот аспект деятельности приюта. Сотрудничая с железнодорожной компанией, он посоветует ей ради улучшения имиджа пустить скорый поезд, который будет называться именем данной компании: это повысит стоимость ее акций и ценных бумаг.

Если же производитель корсетов захочет, чтобы его товар вновь вошел в моду, то консультант, без всяких сомнений, сочтет такой план невозможным, ведь женщины уже успели решительно избавиться от этой старомодной детали одежды. Однако советники консультанта по вопросам моды могут проинформировать его о том, что женщин вполне реально убедить носить эластичную грацию, которая не имеет вредных для здоровья особенностей корсета.

---

<sup>1</sup> Этот план предусматривал строительство для сирот и душевнобольных не огромных больничных корпусов, а коттеджей, которые следовало размещать в обычном поселке среди обычных домов. — *Примеч. ред.*