

Содержание

Предисловие к русскому изданию	7
Об авторе (<i>из первого издания 1966 г.</i>)	9
Об авторе (<i>из второго издания 2017 г.</i>)	10
Предисловие	11
Предисловие ко второму изданию	14
Введение	18

I. ЧЕЛОВЕК

1. Толпа возведена на престол	23
2. Придворная генеалогия	35
3. Сила слова	44
4. Не пресс-агент, не «разгребатель грязи»	52
5. Антрацитовая стачка	61

II. ТРАНСПОРТНЫЕ И ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

6. Все о железнодорожных авариях	75
7. Кампания за повышение тарифов на перевозки	84
8. Метро с человеческим лицом	93
9. Большая дружная семья	101
10. Связи с общественностью, транспорт и энергетика	109

III. РОКФЕЛЛЕРЫ

11. Бойня в Ладлоу	121
12. Десять центов как символ человечности	132
13. Никаких любимчиков	141

14. Биографы миллиардеров	148
15. На благо народа	158

IV. КАПИТАЛИСТЫ

16. Советник для корпораций	173
17. Сталь: оружие для Bethlehem	184
18. Перенастройка нефтяной, медной и угольной промышленности	192
19. Кооперация в пищевой, хлопковой, сахарной и табачной отраслях	200
20. Как изменить отношение к туризму и авиации	208
21. Индустрия развлечений	216
22. Банки: подъем после падения	224
23. Автомобили: доверие вместо инфляции	234
24. Политика: провал умеренного курса	242
25. Религия: раскол среди протестантов	251
26. Важные персоны: сообщество влиятельных лиц	256

V. МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

27. Красный Крест: Америка с человеческим лицом	269
28. Проблемы международной пропаганды	281
29. Займы Франции, Польши и Румынии	290
30. СССР: колоссальная корысть?	298
31. Германия: провалившийся эксперимент	309

VI. ПОСЛЕДНЕЕ ИСПЫТАНИЕ

32. Суд критики	321
33. Приговор толпы	332
Источники и благодарности	343
Благодарности (из второго издания 2017 г.)	346
Примечания	347

Предисловие к русскому изданию

Впервые я узнал про Айви Ледбеттера Ли, гениального американского консультанта по PR, 14 лет назад. Тогда я прочитал статью профессора Кирка Халлахана из университета Колорадо о том, как на угольной шахте Рокфеллеров охрана застрелила шахтеров, их жен и детей, и владельцы наняли консультанта, чтобы он «повлиял» на мнение о произошедшем прессы и общественности. Этим консультантом был Айви Ли, и следующие 15 лет он создавал новый имидж Рокфеллеров.

Мне хотелось узнать больше о методах работы и подходах этого американца, и я начал искать любую информацию о нем. На русском языке о Ли почти ничего не было издано, на английском — несколько статей и ссылки на бумажные книги, которых в Москве было не найти. Я решил написать письмо профессору Халлахану о том, что я, выпускник Высшей школы экономики из Москвы, с восторгом прочитал его статью и очень хотел бы отыскать как можно больше публикаций про Айви Ли и его работу. На ответ я не рассчитывал, но профессор ответил в тот же день. Он сообщил, что лучше всех о Ли может рассказать Рэй Элдон Хайберт из Колумбийского университета, который написал единственную биографию консультанта — «Придворный для толпы».

На мое письмо профессор Хайберт ответил быстро и уже на следующий день прислал отсканированную главу из своей книги и оглавление. Я помню, что смотрел на оглавление как на справочник по отраслевому PR: железные

дороги, внешняя политика, банки и финансы, сталелитейная промышленность, благотворительность, кинематограф, авиация, автопром. Айви Ли работал с компаниями и структурами из всех (!) перечисленных отраслей.

Надо сказать, что переписка с двумя уважаемыми американскими учеными в далеком 2008 г. значительно повлияла на мои представления о профессиональной коммуникации. Тогда в Москве далеко не у всех профессоров была электронная почта, а те, у кого была, отвечали крайне неохотно. Хайберт с ходу предложил мне совместную публикацию по следам путешествия Айви Ли в СССР в 1920-х гг. и рассказал, что данные для своей книги он собирал в библиотеке Мадда в Принстонском университете. Там хранились в открытом доступе все архивы Ли. Он написал, что если будет такая возможность, то я должен обязательно приехать в Принстон и поработать с архивами самостоятельно.

До архивов в Принстоне я добрался только в 2017-м. Там я нашел оригиналы переписки Айви Ли с известными людьми, клиентами, политиками и бизнесменами. Письма были неотделимой частью его рабочего процесса в консалтинге и PR. Он делился своими мыслями и наблюдениями с самыми разными личностями — от Лоуренса Аравийского и летчика Чарльза Линдберга до президентов США, голливудских продюсеров и большевиков в Кремле. Его список рассылки составляли почти 30 000 человек, которым он отправлял свои заметки, клипинги из интересных публикаций, знаковые интервью. На собственные средства Ли писал и издавал книги, чтобы рассылать их тем, кого интересовал предмет публикации (от проблем железнодорожной отрасли до анализа ситуации в СССР).

Айви Ли с азартом изучал пропаганду и массовые коммуникации в советской России и гитлеровской Германии. Он любил приезжать в страну, которая его интересовала, и лично общаться с ключевыми персонажами. В СССР он встретился со всеми руководителями страны, кроме Сталина. Встреча с ним была назначена, но ее отменили в последний момент.

Я читал истории про Айви Ли в книге Рэя Хайберта, переводил отдельные фрагменты и очень хотел, чтобы «Придворный для толпы» вышел на русском языке. Эта книга вдохновляет и мотивирует, заставляет думать и помогает формировать свое видение.

И вот вы держите ее в руках. Приятного чтения!

Георгий Прокопов,
главный редактор
Moscow Daily News
(«Московские новости»)

Об авторе

(из первого издания 1966 г.)

Рэй Элдон Хайберт — профессор и заведующий кафедрой журналистики, связей с общественностью и радио- и телевидения Американского университета в Вашингтоне, округ Колумбия, директор Вашингтонского центра журналистики. Окончил Стэнфордский университет, Школу журналистики Колумбийского университета и Мэрилендский университет, где получил степень магистра и докторскую степень по американистике. Преподавал в Университете Миннесоты, а в 1958 г. перешел в Американский университет.

Работал в газетах Лос-Анджелеса, Нью-Йорка и Вашингтона, в информационной службе компании NBC, в ряде государственных ведомств в качестве спичрайтера и консультанта. Под его редакцией вышли две книги: «Пресса в Вашингтоне» (The Press in Washington, Dodd Mead & Co., 1966) и «Роль книги в развитии человека» (Books in Human Development, Agency for International Development, 1965). Автор двух монографий и многочисленных публикаций в журналах *Journalism Quarterly*, *Public Relations Quarterly* и *Public Relations Journal*, с которым он также сотрудничает в качестве пишущего редактора. Публикуется и в других периодических изданиях.

Рэй Элдон Хайберт был региональным обозревателем Комитета по присуждению Пулитцеровской премии, является вице-президентом отдела связей с общественностью Ассоциации по вопросам образования в сфере журналистики и входит в состав Консультационного совета по вопросам образования Американского общества по связям с общественностью.

Об авторе

(из второго издания 2017 г.)

Рэй Элдон Хайберт — основатель, декан и почетный профессор Школы журналистики Мэрилендского университета. Много лет работал в сфере высшего образования. Возглавлял Вашингтонский центр журналистики (1965–1968), был научным консультантом радиостанции «Голос Америки» и директором программы по предоставлению летних стипендий и грантов журналистам из развивающихся стран (1980–1990), а также директором Университетского центра журналистики в Будапеште (1990–1995). Работал по программе Фулбрайта в Либерии (1982). В качестве приглашенного лектора посетил 13 африканских стран и шесть стран Восточной Европы, а также Филиппины, Корею, Японию и Китай. Выступал с лекциями в университетах Нидерландов, Германии, Великобритании и Испании. В 1999 г. был удостоен премии Мэрилендского университета за выдающиеся достижения в области международных связей.

Хайберт консультировал государственные ведомства США, в том числе Государственный департамент, Агентство международного развития, министерства юстиции, труда, жилищного строительства и городского развития, обороны, здравоохранения и социального обеспечения, а также некоммерческие организации, включая Организацию американских бойскаутов и Американский Красный Крест.

Автор, соавтор, редактор или соредактор 20 учебных пособий, в частности популярного учебника «Средства массовой информации» (Mass Media). Автор или соавтор трех биографий и трех книг по истории. Он основал и на протяжении 42 лет возглавлял научный журнал «Обзор связей с общественностью» (*Public Relations Review*), который распространяется по всему миру.

Живет в городе Кармел, штат Калифорния.

Предисловие

Поводом для создания этой книги стал глубокий интерес к письменному слову и его влиянию на американскую культуру. Огромное воздействие печатных изданий на нашу цивилизацию обусловлено важной ролью, которая при демократии отводится общественному мнению, и появлением в США действительно эффективных средств массовой коммуникации. Эффективные коммуникации не только способствовали становлению демократии, но и стали залогом ее сохранения, поскольку обеспечивали баланс сил и возможность выражения различных точек зрения.

В результате промышленной революции в конце XIX в. усложнилась структура общества и повысилась его техническая оснащенность, что ограничило личное самовыражение. Переход от аграрного общества к индустриальному изменил роль общественного мнения и поставил под угрозу сами основы демократии. Казалось, что для массовой культуры промышленной цивилизации с ее массовым производством и массовыми коммуникациями в большей степени подходит не плюралистическая, а однородная социальная структура. В то время, особенно в начале XX в. — вплоть до конца 1930-х гг., — многие передовые умы Америки приходили к выводу о невозможности сохранения демократии в условиях массового общества. В качестве альтернативы они рассматривали политические и экономические концепции с элементами авторитаризма, в том числе в двух его наиболее радикальных проявлениях: коммунизма и фашизма.

Годы жизни Айви Ли (1877–1934) совпали с пиком кризиса, который переживала демократия в массовом обществе. Его деятельность оказала огромное влияние на вопросы связей с общественностью в сложном индустриальном мире. Почти всю свою жизнь он посвятил письменному слову,

действуя при этом чисто по-американски. Будучи человеком прагматичным, он считал слово орудием власти, а не объектом восхищения. Можно сказать, что в этом плане он стал продолжателем американской традиции, заложенной Сэмюэлом Адамсом, Томом Пейном, Александром Гамильтоном, Томасом Джефферсоном и Авраамом Линкольном. Как и его предшественники, он понимал важность слова для того, чтобы донести до окружающих свою точку зрения. Но в те времена слово использовалось не чтобы предотвратить злоупотребление властью, а чтобы узурпировать власть. Перед Америкой встал вопрос: можно ли обеспечить в массовом обществе содержательное выражение различных точек зрения и если да, то как?

Ли ответил утвердительно на первый вопрос и помог найти ответ на второй. Он понимал, что промышленная революция уничтожает личное общение. Его беспокоило ослабление структурных основ демократии. Тщательно изучив коммунизм и фашизм в качестве альтернативных систем общественного устройства, он пришел к выводу, что это не решение проблемы и что, несмотря на трудности XX в., плюралистическое общество и демократия должны быть сохранены. Значительную часть своей жизни он посвятил разработке подходов, которые позволяют различным группам излагать свою позицию в публичном пространстве так, чтобы быть понятыми.

Впоследствии применение таких технологий стали называть связями с общественностью — деятельностью, обеспечивающей донесение идей одной группы до другой, одного сообщества — другому. Ли много сделал для того, чтобы придать работе специалистов в этой области статус профессиональной деятельности, поэтому последователи Ли считают его основателем «современных связей с общественностью».

А главное — методы, разработанные с участием Ли, действительно помогли сохранить демократию в массовом обществе. Сегодня ни у кого нет монополии на коммуникации и все могут довести свои идеи до сведения общественности. Несмотря на всю сложность современных технологий, любая группа может воспользоваться подходами Ли для решения своих проблем или привлечения внимания к своей точке зрения. Так что связи с общественностью позволили сохранить плюралистическое общество.

Во второй половине XIX в. стали возникать монополии — промышленники создавали их для решения своих экономических проблем. К концу века, однако, наметился перелом, связанный с появлением нового вида коммуникаций — желтой прессы с ее сенсационными разоблачениями, которые пришлись по душе массам. Она дала различным антипромышленным группам, таким как сельскохозяйственные рабочие и фермеры, популисты, профсоюзные деятели и прогрессисты, возможность влиять на общественное

мнение и противостоять власти могущественных промышленных магнатов, оспаривая саму идею свободного предпринимательства.

Айви Ли начинал свою карьеру в то время, когда казалось, что капитализм стал уступать свои позиции в борьбе за общественное мнение. В первое десятилетие XX в. внимание Ли было приковано к проблемам промышленников и предпринимателей, которые, не понимая динамики общественных настроений и важности разъяснения своих позиций, крайне нуждались в новых подходах к связям с общественностью. Эти проблемы решали Ли и его единомышленники. Разработанные ими методы сохранили свою актуальность и сегодня, они активно используются в различных коммерческих структурах, в сфере трудовых отношений, в политике и в государственных учреждениях.

Ли критически относился к так называемым разгребателям грязи — журналистам, занимающимся разоблачением злоупотреблений. Он полагал, что такие люди используют индустриальные проблемы в своих целях, искажая информацию. Он считал их демагогами и называл «придворными для толпы». Но точно так же можно было назвать и самого Ли. Он безоговорочно верил в могущество общественного мнения и стремился служить людям, которых считал королями демократии. Чтобы быть понятым, он льстил народу, признавая за ним присутствие интеллекта. Он был тем самым «придворным для толпы» — как и все специалисты по связям с общественностью, которые, снабжая людей информацией, пытаются обеспечить принятие той или иной идеи для ее претворения в жизнь.

Став первопроходцем связей с общественностью, Ли оказал огромное влияние на развитие страны, но не получил должного признания. Большинство посвященных ему статей, опубликованных в газетах и журналах при его жизни, носили критический характер и не содержали объективной оценки той роли, которую он сыграл в американском обществе. Со времени его кончины в 1934 г. заметных работ о нем не появилось, хотя он и упоминается во многих современных книгах по журналистике, рекламе, связям с общественностью, пропаганде и общественному мнению как основатель своего направления. Ранние публикации о его жизни и деятельности носили фрагментарный характер, поскольку источники по этой теме стали доступны совсем недавно. Итак, перед вами первая полная биография человека, ставшего первопроходцем в области связей с общественностью.

Рэй Элдон Хайберт
Вашингтон,
округ Колумбия
Январь 1966 г.

Предисловие ко второму изданию

Сегодня я, скорее всего, не стал бы писать эту книгу. На протяжении 50 лет я не соглашался на ее переиздание — а тем временем ее тема вновь приобрела актуальность. Вернулись магнаты и «бароны-разбойники», растет экономическое неравенство, а вольница социальных сетей напоминает о беззаконии американского Дикого Запада XIX в.

В первой трети XX в. Айви Ли помог изменить распространенное среди промышленников XIX в. презрительное отношение к общественности («к черту публику!») и тем самым спас капитализм от левых движений, которые потрясли значительную часть Европы и привели к коммунистической революции в России. Поэтому у Ли было много критиков среди левых. Один из них назвал эту книгу реабилитацией алчного капитализма, воплощением которого некогда были Рокфеллеры. Как-то на сайте крайне левого толка в списке 50 самых опасных книг я обнаружил на 37-м месте «Придворного для толпы» — впрочем, вряд ли к этому стоит относиться всерьез.

Необходимо отметить один существенный момент, касающийся «толпы» Айви Ли. В период его активной профессиональной деятельности не было научных исследований общественного мнения — они появились сразу после его смерти. В середине 1930-х гг. профессор журналистики Северо-Западного университета (а затем Школы журналистики Колумбийского университета) Джордж Гэллуп начал применять статистические методы обработки данных для научного анализа общественного мнения. Теперь это стандарт изучения настроений в обществе и разработки технологий влияния на общественное мнение.

Ли начинал свою профессиональную деятельность как журналист, работая корреспондентом нью-йоркских газет. В частности, он отвечал за освещение

новостей финансового рынка в газете *New York Times*. Общение с огромным количеством людей и журналистское чутье позволяли ему угадывать мысли и чувства толпы. Свои рекомендации он давал исходя из этого понимания, а не из научных исследований.

Много лет назад, отдыхая в Сакраменто, я решил поискать в библиотеке штата Калифорния материалы для диссертации. Именно тогда мне попала книга, в которой говорилось, что Айви Ли был родоначальником пресс-релиза в современном понимании этого слова. Моим научным консультантом был Карл Боде, видный специалист по американской массовой культуре. Он одобрил мое предложение изучить вопрос о роли Айви Ли и пресс-релиза в истории США. Все это происходило в начале 1960-х гг.

Я старался не только читать соответствующую литературу, но и брать интервью у всех, кто мог что-то рассказать о работе Айви Ли. Мне удалось побеседовать с вдовой Ли в ее доме в Уилтоне, штат Коннектикут. Немало времени я провел с его сыновьями: Джеймсом, который когда-то работал в фирме своего отца, затем уволился и теперь управляет гостиницей в Дорсете, штат Вермонт, и Айви-младшим, который открыл свою компанию по связям с общественностью в Сан-Франциско. У меня состоялся обстоятельный разговор с Т. Дж. Россом, начавшим карьеру в фирме Ли и доросшим до должности главного партнера, имя которого стало частью названия фирмы «Айви Ли и Т. Дж. Росс», а впоследствии, после кончины Ли (он умер рано, в возрасте 57 лет), осталось единственным в названии фирмы.

Росс предупредил, что не сможет предоставить все материалы, необходимые для исследований. По взаимной договоренности отношения компании с клиентами носили конфиденциальный характер. Сотрудники Ли занимались подготовкой материалов, которые клиент выпускал под своим именем; суть же работы, проделанной Ли, не раскрывалась. По словам Росса, это ничем не отличалось от отношений между врачом и пациентом или между адвокатом и подзащитным.

В случае с Айви Ли такой подход, возможно, объясняет то недопонимание, которое подрывало его репутацию. В первую очередь это касалось его интереса к советской России и непродолжительной работы на немецкий концерн I. G. Farben.

При этом компания Ли тщательно фиксировала свои взаимоотношения с клиентами. Полная информация содержалась в объемных папках, на которых значилось «Отправленные сообщения», с именами и датами на корешках. Я тогда не мог ими воспользоваться, поскольку они не вошли в число материалов Ли, переданных в библиотеку Принстонского университета.

В середине 1960-х гг. я получил грант на составление каталога архивов Ли, о чем мечтал бы любой ученый. Но в Принстонской библиотеке, где я работал над каталогом, нужных мне папок с отправленными сообщениями не было. Не упоминаются они и в моей книге.

Много лет спустя, когда компания «Т. Дж. Росс» завершала свою деятельность, папки с отправленными сообщениями были переданы в Принстон. Теперь любой исследователь может подробно изучить работу компании Ли. Ведущий историк связей с общественностью Скотт Катлип ознакомился с содержанием упомянутых папок во время работы над вышедшей в 1994 г. книгой «Невидимая власть. История связей с общественностью» (The Unseen Power: Public Relations: A History). Автор пришел к выводу, что материалы не содержат ничего, что могло бы поставить под вопрос мою оценку роли Ли либо подтвердить, что он был секретным агентом нацистской Германии, Советского Союза или имперской Японии. В своей работе Катлип назвал «Придворного для толпы» авторитетной биографией Айви Ли.

* * *

Перечитывая книгу по прошествии 50 лет, я пришел к выводу, что Айви Ли не знал, как охарактеризовать свою работу. Конечно, его компания распространяла рекламно-информационные материалы от лица клиентов, но он делал намного больше, хотя порой не мог объяснить, чем именно занимается. Спустя 50 лет после выхода этой книги стали видны масштабы работы Ли, и сегодня я избрал бы для их оценки иной подход.

Эта книга — переиздание, а не переработанное издание. Это все тот же оригинальный текст, хотя теперь я отношусь к нему иначе. За последние полвека были разработаны по меньшей мере три значимые концепции, о которых не знали ни Ли, ни я, когда писал эту книгу, — концепции социальной ответственности, общественной дипломатии и урегулирования конфликтов. Эти термины лучше объяснили бы, над чем в основном работал Ли.

Консультируя Рокфеллеров или железнодорожные компании, Ли занимался не чем иным, как урегулированием конфликтов. Он полагал, что практически в любой ситуации можно добиться понимания и признания обоснованности своей точки зрения, если обе конфликтующие стороны способны честно, ясно, убедительно и публично изложить свою позицию.

Он часто говорил, что не знает, как описать суть своей работы, потому что для этого тогда еще не придумали названия. Оглядываясь назад, можно сказать, что Айви Ли руководствовался принципами социальной ответственности, способствовал урегулированию конфликтов и в рамках своей международной деятельности развивал общественную дипломатию — задолго до появления этих терминов.

Надеюсь, что эта книга поможет современному поколению экспертов по связям с общественностью лучше понять не только личность Айви Ли, но и его вклад в историю.

Рэй Элдон Хайберт

Кармел, Калифорния

Июль 2017 г.

Введение

Рэй Элдон Хайберт проделал кропотливую работу, воссоздав по письменным свидетельствам и воспоминаниям жизнь и деятельность человека, которому суждено войти в историю в качестве «отца связей с общественностью». Написанная им биография Айви Ли — важная историческая работа. О других первопроходцах в этой области мы знаем намного меньше: информации, касающейся их деятельности, практически нет, а имеющиеся сведения пока никто не изучил с той тщательностью, с какой профессор Хайберт работал над материалами для этой книги. Хотелось бы выразить признательность сотрудникам компаний и членам семьи Айви Ли, которые предоставили информацию, ставшую основой исследования.

В книге рассказывается о первых годах жизни Ли, родившегося в семье служителя методистской церкви, его учебе в школе, работе в газетах, о первых пробах пера в публицистике, его деятельности в качестве родоначальника новой профессии — специалиста по связям с общественностью, консультировавшего крупнейшие компании мира. Одним из первых он осознал необходимость максимальной открытости в новостях. Он снял завесу тумана с деятельности корпораций и представил факты на суд прессы и общественности.

Айви Ли появился на свет в поворотный момент истории. Вторая половина XIX в. была отмечена промышленной революцией и кризисом капитализма, основанного на эксплуатации труда. Бизнес задыхался от безудержной конкуренции между компаниями и давления со стороны общественности, требовавшей усиления контроля над частным сектором. Ли понимал, что в новых обстоятельствах залогом успеха станут организация и сотрудничество и что для успешной деятельности в условиях демократии необходимо общественное одобрение. Получить такую поддержку можно, только

предоставив общественности полную информацию и обеспечив ее правильное восприятие. Ли удалось убедить корпоративный мир взять на вооружение эти методы взаимодействия с общественностью — так он стал одним из самых влиятельных и противоречивых деятелей своего времени.

Разумеется, как и любой человек, Ли совершал ошибки, и профессор Хайберт подробно описывает эти случаи. Но в целом его промахи несравнимы с его успехами. Ему удалось убедить руководителей компаний и промышленников навести порядок на своих предприятиях и осознать важность общественной составляющей их деятельности. Он содействовал переходу капитализма на принципы сотрудничества и взаимной выгоды, которые помогли Западу сохранить свободу в потоке событий XX в.

В этой книге биография сочетается с исследованием в области истории, экономики, теологии и журналистики. Она содержит ценные рекомендации, которые будут полезны всем, кто занимается связями с общественностью или журналистикой, а также руководителям компаний, предпринимателям, духовенству, политикам, адвокатам, репортерам и издателям.

Реймонд У. Миллер

Почетный лектор
Гарвардская школа бизнеса
Бостон, Массачусетс
Январь 1966 г.

Часть I

ЧЕЛОВЕК

«Тот, кто формирует
общественное
мнение»^{*}

^{*} Публичная дискуссия Авраама Линкольна со Стивеном Дугласом, состоявшаяся 21 августа 1858 г. в Оттаве, штат Иллинойс, из которой взята эта цитата (см. также эпиграф к книге), фактически была одним из первых подлинных медиасобытий в США, получивших широчайшее освещение в СМИ. — *Прим. ред.*

Глава 1

ТОЛПА ВОЗВЕДЕНА НА ПРЕСТОЛ

Июньским вечером 1958 г. в Нью-Йорке давали ужин со стодолларовыми блюдами — республиканцы выбирали кандидата в губернаторы. В зале, заполненном разодетой в пух и прах публикой, на все лады склоняли одно и то же имя: Нельсон Олдрич Рокфеллер.

Для закулисных политиков старой закалки имя Рокфеллера было таким политическим минусом, какой не могла себе позволить ни одна партия, — оно было обречено на проигрыш. Но пока в зале сгущался сигарный дым, к выходу на авансцену готовилось новое поколение политиков. Они по-своему понимали общественные настроения, на руках у них были статистические расчеты, и имя Рокфеллера приобретало для них новое звучание.

Когда звон тарелок и столовых приборов стих, к собравшимся обратился председатель отделения Республиканской партии штата. Он представил десять диаграмм с результатами опросов общественного мнения относительно кандидатуры Нельсона Рокфеллера — претендента на пост губернатора и внука величайшего из «баронов-разбойников»*.

Партийный лидер убеждал собравшихся:

* «Бароны-разбойники» — собирательное название американских предпринимателей конца XIX в. — *Прим. ред.*

— Я верю в него! Посмотрите на диаграммы — у него наилучшие шансы стать самым популярным из всех наших кандидатов. Я считаю, что мы должны выдвинуть Рокфеллера — а если этого не будет, я уйду со своего поста!

Партия решила положиться на результаты опросов. Рокфеллер стал кандидатом, и диаграммы не подвели — массовая явка избирателей подтвердила популярность претендента. Его избрание губернатором самого густонаселенного штата стало кульминацией одной из наиболее захватывающих драм, разыгравшихся в американском общественном мнении. Всего полвека назад Джон Рокфеллер и Джон Рокфеллер — младший были одними из самых ненавидимых граждан США, их не выбрали бы даже на должности окружных ловцов бродячих собак. Но им, в отличие от их потомков, и не приходилось задумываться об опросах и общественных настроениях.

Перемены начались 50 лет назад, в один из хмурых дней 1914 г. Пока Рокфеллер-старший спокойно играл в гольф на своем частном поле в Фар-Хиллз вдали от суетного мира, Рокфеллер-младший не находил себе места в своем каменном особняке в Покантико-Хиллз. Забастовка в принадлежавшей Рокфеллерам угольной компании в штате Колорадо закончилась ужасной бойней в Ладлоу. Вину за очередное чудовищное преступление вскоре возложили на нефтяных королей.

Многие годы газеты и журналы разоблачали нравы клана Рокфеллеров, их скупость, жестокость и безразличие к общественным интересам. Сама их фамилия стала синонимом империализма, его жадности, черствости, беспощадной звериной сущности. Для многих американцев имя Рокфеллеров означало монополизм, нечеловеческие условия труда, трущобы и грязь. Но магнаты, уверенные в своей правоте, чувствовали себя в безопасности и не обращали внимания на обвинения. Газеты неистово потчевали Рокфеллеров пощечинами, но те, как смиренные баптисты, подставляли другую щеку.

Бойня в Ладлоу, однако, переполнила чашу терпения. Толпы пикетировали здание Standard Oil на Манхэттене, зачинщики беспорядков добрались до округа Уэстчестер и забросали камнями особняк в Покантико-Хиллз. Тогда-то Рокфеллер-младший, всегда более чуткий, чем его отец, и понял, что нужно что-то делать, — игнорировать общественное мнение больше было нельзя. Он решил посоветоваться со своим другом Артуром Брисбенем, который, будучи редактором в медиаимперии Уильяма Рэндольфа Херста, притом симпатизирующим идеям социализма, должен был разбираться в настроениях народных масс.

— Если вас беспокоит общественное мнение, — сказал Брисбен, — я знаю человека, который может вам помочь.

И он предложил Рокфеллеру обратиться к 36-летнему бывшему репортеру с необычным именем Айви Ледбеттер Ли.

Ли был сыном священника из Джорджии, окончил Принстон и какое-то время работал в нью-йоркских газетах. Умный, проницательный и глубоко знавший экономические и социальные реалии своего времени, он оставил журналистику и перешел на новую в то время должность пресс-агента. В 1904–1914 гг. у него был ряд клиентов, но в основном он сотрудничал с Pennsylvania Railroad. Также он два с половиной года проработал биржевым маклером в Европе. Железные дороги были главной мишенью для критики со стороны общественности, но Ли преуспевал. Он работал непосредственно с президентом компании и был его главным советником, когда за помощью к нему обратился Джон Рокфеллер — младший.

— Говорите правду, — сказал Ли Рокфеллеру, — потому что рано или поздно она все равно станет достоянием гласности. Если общественности не нравится то, что вы делаете, измените методы работы и приведите их в соответствие с ожиданиями людей¹.

В этом состояла суть подхода. Он был обезоруживающе простым и продуктивным. Он был настолько бесхитростным и при этом результативным, что циничные критики подозревали Айви Ли в грубых махинациях и манипуляциях. Джон Рокфеллер — младший, однако, согласился с мнением Ли и последовал его совету.

Рокфеллеры раскрыли данные отчетности, изложили собственную точку зрения на случившееся и изменили многие из своих правил, особенно в сфере отношений между руководством и сотрудниками. До забастовки в Колорадо они полагали, что хозяевам и рабочим разговаривать не о чем. Хранящий свое пуританское достоинство руководитель должен быть молчаливым и невозмутимым, рабочий же обязан быть трудолюбивым, честным и знать свое место. И все же человек в белых перчатках, не знавший невзгод Джон Рокфеллер — младший по совету Ли поехал в Колорадо, поговорил с шахтерами, потанцевал с их женами, поинтересовался их проблемами и поделился своими, завоевал доверие — и наладил отношения. С тех пор он требовал, чтобы принадлежащие Рокфеллерам компании уделяли повышенное внимание отношениям между руководством и подчиненными. Свои взгляды он изложил в брошюре «Личные отношения в промышленности»*, в которой призывал к созданию на предприятиях благожелательной атмосферы.

* *The Personal Relation In Industry* by John D. Rockefeller, Jr, New York, 1917. — Прим. ред.

По мере того как Рокфеллеры приводили методы своей работы в соответствие с ожиданиями общественности, менялось и отношение к ним. Нельсон Рокфеллер, следуя по стопам своего отца, в 1958–1962 гг. стал любимцем всей страны и главным претендентом на выдвижение на президентские выборы 1964 г. от Республиканской партии. Однако в 1963 г. его популярность резко упала после развода и повторного брака, и стало ясно, что никакие трюки, технологии и манипуляции в работе с общественным мнением не в силах остановить снижение популярности политика, который перестал слушать голос народа. Это подтвердило основной посыл Айви Ли о том, что одна лишь работа с общественным мнением не может противостоять публичному порицанию тех или иных методов работы или поступков — они должны говорить сами за себя.

Тот факт, что состоятельные и влиятельные Рокфеллеры согласились с принципами Айви Ли, открыл новую эпоху для бизнеса и связей с общественностью. Еще до работы с Рокфеллерами — и, уж конечно, впоследствии — Ли не раз показывал крупному американскому бизнесу, что нужно делать для того, чтобы добиваться понимания широкой публики. Он был советником по связям с общественностью у Джорджа Вестингауза, Томаса Форчуна Райана, Чарльза Шваба, Уолтера Крайслера, Гарри Гуггенхайма, Элтона Паркера, Джона Дэвиса, Генри Дэвисона, Дуайта Морроу, Отто Кана, Уинтропа Олдрича, Бенджамина Джавитса, Чарльза Линдберга и Джорджа Вашингтона Хилла. Он оказывал услуги крупнейшим корпорациям, в том числе Pennsylvania Railroad, компаниям Standard Oil, Bethlehem Steel, Interborough Rapid Transit (ITR), Chrysler Corporation, American Tobacco, Armor and Company, General Mills и United States Rubber. Он консультировал угольный трест, транспортные компании, сахарные картели, банки, судоходные компании, инвестиционные дома и правительства зарубежных стран. Он бесплатно работал с университетами, фондами, благотворительными организациями и церквями.

Айви Ли не знал, как в точности называется его профессия, и в конце жизни признавался, что даже его дети не знают этого. Он не был пресс-атташе, промоутером или рекламным агентом, но он выполнял основную часть их работы — и многое сверх того. Чем больше он работал и оттачивал свою концепцию, тем меньше времени он уделял публичности и пресс-релизам — он размышлял, анализировал влияние общественного мнения и занимался социальными проблемами.

Для людей, с которыми он работал, он служил катализатором. Он генерировал идеи, создавал инновационные методы работы, с его легкой руки появлялись новые виды деятельности. Он участвовал в создании таких

влиятельных организаций, как Фонд содействия авиации Дэниела Гугенхайма и Ассоциация по исследованию меди и латуни. Он разрабатывал программы для Фонда Рокфеллера и Американского Красного Креста. Он общался с народными массами и с мировыми лидерами. Он разговаривал с Черчиллем, Муссолини и Гитлером — и со всеми президентами США от Гровера Кливленда до Франклина Рузвельта.

Спустя несколько месяцев после смерти Ли в 1934 г. британский писатель Теренс О'Брайен задал своим читателям вопрос: «В какой мере правительства демократических стран должны будут принять методы, разработанные Айви Ли и его последователями?» Прошло 30 лет*, и все стало ясно — эти методы, без сомнения, стали неотъемлемой частью любой деятельности в условиях демократии. Если бы не связи с общественностью, у демократии не было бы шансов на успех в сознании масс. Сегодня любое демократическое правительство выделяет существенную часть бюджета на связи с общественностью. В США существует отдельное федеральное учреждение — Информационное агентство США (*United States Information Agency, USIA*), которое занимается совершенствованием связей с общественностью зарубежных стран**.

К концу жизни Ли в его профессии работало не так много специалистов. Но в 1960 г., согласно данным американской переписи населения, их число достигло уже 30 000, а по другим оценкам — 100 000. Ежегодно на услуги по связям с общественностью расходуется более \$2 млрд. Вся американская цивилизация сегодня во многом опирается на методы работы, существующие именно благодаря связям с общественностью.

Разумеется, Ли не был первым в мире специалистом по связям с общественностью. Многие успешные исторические личности в свое время действовали, исходя из принципов, которые использовал Ли. Но он, пожалуй, был первым, кто в качестве независимого агента начал предоставлять профессиональные услуги. Он сформулировал основные принципы, которые теперь приняты всеми, кто пошел по его стопам и работает в этой области. Историк Мерл Керти назвал его «первой великой фигурой в своей области... прототипом будущих консультантов по связям с общественностью»².

История Айви Ли — лучшая наглядная демонстрация эволюции службы по связям с общественностью. Он играл настолько важную роль и был архетипом столь многих работавших вместе с ним, что история его жизни перерастает масштабы его личности. Это история перехода Америки от Реконструкции к Великой депрессии. Его короткая жизнь совпала с этим

* Первое издание книги вышло в 1966 г. — *Прим. ред.*

** Эта организация существовала в 1953–1999 гг., ее функции были переданы агентству Broadcasting Board of Governors и Государственному департаменту США. — *Прим. ред.*

судьбоносным периодом в американской истории. При этом он не просто стал мостом между викторианским XIX в. и революционным XX в., но и сыграл ключевую роль в этой метаморфозе.

Внимание Ли к общественному мнению тесно связано с американской традицией. Авраам Линкольн определил существо связей с общественностью, когда сказал, что ни одно дело в Америке не может преуспеть вопреки желанию общества. Первые американские поселенцы, оставившие позади старые порядки и обосновавшиеся на новых территориях, действовали сами по себе. В этом смысле они стали важными персонами — теперь их мнение что-то значило. Объединяясь в группы и формируя общее мнение, они приобретали власть. Ли писал, что общество есть источник всей власти: «В современном мире правит народ. Вместо божественного права королей теперь — божественное право толпы. Толпа возведена на престол»³.

К этому же выводу пришел Сэмюэл Адамс, когда с помощью газет и брошюр он и его «Сыны свободы» и корреспондентские комитеты пытались заручиться поддержкой американских колонистов и призывали к восстанию. Это осознал и Томас Джефферсон, призывавший колонии к борьбе за свободу в своей Декларации независимости. Том Пейн понимал это, поднимая народ на борьбу в своем «Здравом смысле» и поддерживая дух уставшей армии в цикле брошюр «Американский кризис», которые он направлял в колониальные газеты. Авторы «Записок федералиста» также старались объединить народ, распространяя через прессу свои идеи. Точно выбирая время для публикации, используя зажигательную риторику и продуманную логику, Гамильтон, Мэдисон и Джей разъясняли положения новой конституции разношерстной толпе консерваторов, федералистов, республиканцев, торговцев, фермеров и жителей отдаленных районов, убеждая их согласиться с провозглашением невиданного доселе демократического правления. По мнению историка Аллана Невинса, «Записки федералиста» были «величайшим произведением в области связей с общественностью, когда-либо созданным в Америке»⁴.

В XIX в. пресс-агент стал привычной фигурой в жизни Америки. Его работа состояла в том, чтобы завоевывать публику печатным словом в бульварной прессе, охватывавшей наибольшее число читателей в кратчайшие сроки. Как правило, эта работа не выходила за рамки политики и развлечений. Благодаря Эймосу Кендаллу и Фрэнсису Блэру, двум журналистам из рабочей группы Эндрю Джексона «Кухонный шкаф», и ввиду возросшей роли масс в управлении и политической жизни в Белом доме появились пресс-секретарь, специалист по связям с прессой и копирайтер. Действующие в сфере развлечений пресс-агенты зачастую прибегали к мошенничеству

и обману. Так, Вашингтон Ирвинг подстегнул интерес публики к своему дебютному роману, создав бутафорского персонажа по имени Дидрих Никербокер для рекламы в газетах, а шоумен Ф. Т. Барнум создавал новости, пользуясь хитрыми и зачастую нечистоплотными приемами, характерными для пресс-агентов XIX в.

С другой стороны, бизнес XIX в. почти не обращал внимания на прессу и общественность. Ведущие предприниматели держались в стороне от толпы и избегали общения с массами. «К черту публику!» — такова была позиция большинства. Если пресс-агентов и брали на работу, то только для того, чтобы скрыть факты или дать людям понять, что не надо лезть в чужие дела. Взросление Айви Ли совпало с периодом, когда свободное предпринимательство в Америке достигло своего пика, но одновременно росло общественное недовольство, причиной которого было отсутствие связи между бизнесом и обществом.

По иронии судьбы рост грамотности в XIX в. и технологические успехи в сфере коммуникации не только повысили роль общественного мнения, но ограничили возможности выбора для отдельного человека. Массовые движения конца века, такие как гранж, популизм, прогрессивизм и др., показали, что массы подвержены влиянию и, манипулируя общественностью, можно воздействовать на законодательные органы, направлять действия правительства и влиять на общественную жизнь. Источниками власти, однако, были массовые коммуникации и массовые движения, а не отдельные люди. Эти обстоятельства ограничивали свободу личности и создавали угрозу формирования более авторитарного режима, такого как, например, коммунизм или фашизм. К концу XIX в. над свободным и открытым обществом нависла угроза.

В этой среде вызревали идеи связей с общественностью. Айви Ли не создал их единолично. Отправной точкой можно считать пресс-агента XIX в., а в зрелом виде их представляет современный специалист по связям с общественностью. От мошенничества, обмана, искажения фактов и трюкачества Ли перевел их в русло использования фактической информации, достижения взаимопонимания и разумной политики, сыграв тем самым ключевую роль в их эволюции. Его собственная концепция, имевшая важнейшее значение в развитии связей с общественностью, может быть изложена в пяти пунктах.

1. Ли верил в личную свободу и считал, что экономическая свобода, выраженная в той или иной форме капитализма, в наибольшей степени способствует росту и прогрессу.
2. Он верил в демократию, где власть принадлежит народу, а общественное мнение — высший закон.

3. Он точно определил нарастающий конфликт между свободой личности, необходимой для производственного успеха, и силой общественного мнения в массовом обществе.
4. Он понял, что человек, деятельность которого имеет общественные последствия, в частности предприниматель, должен действовать осмотрительно, чтобы сохранить свободу в массовом обществе.
5. Он полагал, что при конфликте отдельных лиц, групп и массовых движений каналы коммуникации должны быть открыты для обмена информацией, необходимой для взаимопонимания и поиска решений.

Ни одна из этих идей сама по себе не оригинальна. Последний аргумент — это всего лишь парафраз мысли Томаса Джефферсона о том, что свобода прессы означает представленность всех точек зрения. Обнародование всех существующих точек зрения может помочь обществу избежать избыточного сосредоточения власти — политической, государственной, частной или промышленной — в руках небольшой группы людей. Сложному, специализированному и технологичному веку массовых коммуникаций и массового производства потребовался консультант по взаимодействию с общественностью и разъяснению мероприятий понятным языком. Именно эту роль взяли на себя Айви Ли и его коллеги.

Предоставляя рекомендации по взаимодействию с общественностью, Ли в полной мере осознавал, что в обществе происходят революционные, как он говорил, изменения. Протестантская этика XIX в. уступила место социальной этике XX в. Замкнутый в себе человек становился открытым. На смену жесткой борьбе и индивидуализму предшествующих поколений должны были прийти сотрудничество и организация.

Вот как Ли описывал образ изменившегося промышленника: «Сила доминирующей личности, которая имела первостепенное значение в первые годы индустриального века, гораздо менее эффективна в современной крупномасштабной организации. Сочувствие, бескорыстие и умение играть в интересах всей команды — все те вещи, которые позволяют человеку эффективно взаимодействовать с окружающими, теперь приобретают все большее значение», и это прекрасно подходит и к портрету современного функционера середины XX в. Ли утверждал, что бизнес должен отказаться от политики закрытого, индивидуалистического и конкурентного капитализма и разработать новые принципы предпринимательства, открытого к сотрудничеству и доброжелательного⁵.

Но если бизнес должен учитывать интересы общества, то общество должно учитывать интересы бизнеса. Касаясь случая с железными дорогами,

когда «демагоги» и «разоблачители» настаивали на реформах, которые могли привести к несправедливым ограничениям для компаний, Ли подчеркивал, что людям нужно понимать, что железная дорога «может сделать не более чем то, за что она рассчитывает получить справедливую оплату. Все остальные соображения должны рассматриваться в рамках этих жестких экономических законов»⁶.

Когда общественное мнение и свобода действий в рамках указанных экономических законов вступили в конфликт в ходе забастовки в Колорадо в 1914 г., единственным выходом было «правильное понимание упомянутых законов и надлежащая корректировка отношений, возникающих в связи с этим пониманием, на ближайший период и в долгосрочной перспективе». Это было необходимо, чтобы достичь компромисса, или, по словам Ли, добиться «соответствующей корректировки взаимоотношений» общества и бизнеса, поскольку только так «можно обеспечить упорядоченное и здоровое развитие американского бизнеса в будущем»⁷. Он постепенно взял на себя функции по корректировке отношений между обществом и бизнесом. Он часто думал о себе как об адвокате нового типа, представляющем своего клиента в суде общественного мнения, который в демократическом обществе выносит такие же определенные и окончательные решения, как и обычный суд.

Ли интересовался всем спектром человеческих отношений: в торговле, в наемном труде, на производстве, в управлении, в обществе и даже на международном уровне. Сначала он называл свою работу «работой с общественным мнением» (publicity) — термином, используемым в настоящее время для описания способов коммуникации, которые он помог усовершенствовать, а не взаимоотношений, представлявших для него главный интерес. Более точно весь спектр отношений, подлежащих регулированию, описывает термин «связи с общественностью», который Ли стал активно использовать в своей работе в 1920-х гг.

Под работой с общественным мнением Ли понимал «все способы выражения идеи или самовыражения организации» не только в газетах, но и при помощи «радио, кино, статей в журналах, речи, книг, массовых собраний, духовых оркестров». Тем не менее он всегда утверждал, что эта работа должна быть составной частью связей с общественностью.

Управление общественным мнением — это «все, что связано с выражением идеи или самовыражением организации, включая сформулированные правила и идеи». Он полагал, что по сути это «реальная связь компании с людьми и эта связь включает намного больше, чем просто слова, — в нее входят и действия»⁸.

Он говорил, что общественное мнение в его понимании не терпит цензуры и искажений и требует правдивого изложения фактов. «Человек, занимающийся общественным мнением, должен абсолютно верить в то, что он прав, способен обосновать свои действия, исходя из принципа “правда любит открытость”, и может полностью положиться на изысканно чистую ценность истины». Компания, которая ставит своей целью говорить правду, должна иметь достойную правду, чтобы сохранить доброжелательное отношение со стороны общества. По словам Ли, «обязательным элементом любой здоровой информационной политики должно быть оказание максимально качественных услуг»⁹.

Ли часто подвергался нападкам, особенно со стороны левых политических деятелей, борцов за права рабочих и представителей профсоюзов. Они справедливо отмечали, что его методы, основанные на принципах правдивости и оказания качественных услуг, использовались только потому, что были эффективны для стирания индивидуальных различий, объединения личностей в толпу и сохранения власти его клиентов. Действительно, рекламные агентства, населяющие Мэдисон-авеню и формирующие общественное мнение, можно обвинить в манипулировании массами.

Ли признавал, что общество XX в. — это массовое общество. Поскольку времена освоения новых земель остались позади и жизнь стала более сложной, на смену индивидуальной инициативе должны были прийти групповые действия. Методы организации масс в свободном и демократическом обществе зависели от того, какие голоса слышит общество. Природа толпы такова, говорил он, что она нуждается в лидере, но важно, чтобы у трона нового «короля» были «придворные», ответственные за представленность каждой точки зрения, — иначе толпа не сможет прийти к четким и разумным выводам. Люди умны, говорил он, и, если им будут предоставлены все факты, их не удастся обмануть или обвести вокруг пальца.

Правые политические силы критиковали Ли за излишнюю наивность, слишком большое доверие к массам и исполнение невыполнимых требований тупой и грубой толпы. Они видели предательство в его идее о том, что общественное мнение — это обоюдоострое оружие и, «если человек не намерен быть кристально честным, ему лучше не работать в этой области». Он говорил своим клиентам из мира бизнеса, что «компания не может трубить о процветании, обращаясь к акционерам, и одновременно жаловаться на бедность, разговаривая со своими сотрудниками и налоговыми органами»¹⁰.

Он полагал, что большая часть критических замечаний в отношении его идей — как со стороны рабочих, так и со стороны управляющих — была обусловлена неверием в человека и демократический процесс. Одна сторона

считала, что публику *можно* ввести в заблуждение, а другая — что ее *нужно* вводить в заблуждение. Когда группа руководителей железных дорог подвергла критике его веру в людей, он ответил:

— Если мы не можем доверять людям, то, боюсь, придется пересмотреть вопрос о демократическом правлении. Недоверие к людям означает, что демократическое правление находится в опасности, а я, например, не готов это признать¹¹.

Возможно, главной чертой Ли была его способность противостоять нападкам слева и справа и придерживаться умеренного демократического курса. Он выступал против государственной собственности, несправедливых требований профсоюзов и налоговых ставок, не позволяющих компаниям получать достаточную для развития прибыль. Он также мог смело осуждать изоляционизм Торговой палаты США, открыто критиковать бездействие Герберта Гувера и обоснованно развенчивать непродуманную политику Джона Рокфеллера. Ли работал в интересах своей корпорации и работодателей-миллионеров, но, консультируя своих клиентов по общественным вопросам, он, зачастую вопреки их личным интересам и коммерческой выгоде, открыто выражал свое мнение и не отступал от него, временами балансируя на грани дерзости и высокомерия.

Он не считал себя чьим-либо инструментом или рупором. Напротив, он полагал, что необходимо сохранять независимость, которая позволяет честно и откровенно консультировать клиентов. В 1916 г., проработав немногим более года у Рокфеллеров, он уволился и после этого сотрудничал с ними только по договору — в основном чтобы сохранить независимость и тем самым приносить наибольшую пользу в качестве консультанта по связям с общественностью. Сегодня немногие в этой профессии, за исключением независимых консультантов, могут похвастаться тем, что сохраняют уровень объективности, необходимый, по мнению Ли, для выполнения этой работы.

Регламент в области связей с общественностью все еще находится в стадии разработки, но при жизни Ли его не было вообще. Поскольку он действовал на неизведанной территории, то по ходу дела формулировал свои собственные правила. Он не всегда был прав, но, оглядываясь назад, нельзя не удивиться, как часто ему удавалось выбрать верный путь. Он допускал ошибки, но в контексте того беспорядочного времени кажется невероятным, как мало правил он нарушил. Эти нарушения были грехами веры, оптимизма и энтузиазма. Возможно, трагизм ситуации состоит в том, что он безоговорочно разделял традиционную демократическую веру во врожденное нравственное совершенство человека и такие американские добродетели, как трудолюбие, проницательность и стремление к успеху.

Однажды он сказал в интервью:

— Я обнаружил, что преуспевшие в жизни люди самые простые, скромные и доверчивые¹².

Его собственная доверчивость несколько раз приводила к тому, что он принимал полуправду за правду и слишком доверял отдельным людям или группам людей. Одно дело верить Рокфеллеру, который в первую очередь был человеком с благими намерениями. Но Ли поверил и его подчиненному, который злоупотребил доверием Ли и обманом заставил обнародовать полуправду, которая вышла наружу, дала повод врагам для критики Ли и наградила его прозвищем Ядовитый Айви*, которое сопровождало его до конца жизни. Ли совершил трагическую ошибку, которая, возможно, приблизила его безвременный конец, когда он, поверив в немецкий народ, решил, что тот готов принять его политику открытости, что информация будет использована для разоблачения Гитлера как маньяка и Германия сможет вернуться к разумной политике. Эта неудача не развенчала действенность принципов Ли, но подчеркнула сложность проблемы донесения правды до человека в массовом обществе.

Несмотря на свою искреннюю веру, Ли не был прост. Это была сложная натура, движимая различными мотивами. Он стремился служить обществу, но также он служил собственному «я». Он был предан своим идеалам, но на пике карьеры, когда золотой век американского бизнеса клонился к закату и приближалась черная пятница 1929 г., Ли начал сомневаться в жизнеспособности системы и ценности своего вклада, так что даже подумывал совсем уйти из этой сферы. Несмотря на присущие любому человеку сомнения и эго, Ли как никто другой понимал проблематику революционного XX в., и решения, к которым он пришел, оказались исключительно эффективными. Это позволило ему выйти за рамки обычного пресс-агента и стать чем-то новым — «придворным для толпы».

* В английском языке игра слов: poison ivy — ядовитый плющ. — *Прим. пер.*

Глава 2

ПРИДВОРНАЯ ГЕНЕАЛОГИЯ

Разбогатов и достигнув определенного статуса в обществе, типичный предприниматель XIX в. переставал общаться с обычным народом. Корреспондент газеты, напротив, нередко подозрительно напоминал человека из толпы: как правило, был он нечесаным, с грязными ногтями, в неряшливом облачении и с запахом перегара. Чем дальше человек продвигался вверх по социальной лестнице, тем больше он избегал контактов с представителями прессы. Рассказывают, что Джон Пирпонт Морган, сам того не ведая, дал себя проинтервьюировать — что случилось с ним крайне редко, — разговорившись с хорошо одетым мужчиной в белых перчатках и с правильной речью. Через несколько минут Морган с удивлением обнаружил, что его собеседник — газетный репортер, но решил не прерывать интервью и продолжил приятную беседу с джентльменом. Так журналист получил эксклюзивный материал.

Окончив Принстонский университет, Айви Ли начал работать в нью-йоркской газете. Выглядел он вполне по-джентльменски и впечатлял финансовых воротил с Уолл-стрит своими обходительными манерами, присущей южанам галантностью, умением задавать четко поставленные вопросы и грамотной речью. В редакции нью-йоркских газет он привнес чуждый им лоск. Ли был красив и обаятелен: чуть выше среднего роста, стройный,

с хорошей выправкой. Он производил впечатление прямого и целеустремленного человека — хорошо очерченный рот, прямой нос, голубые глаза, открытый взгляд, острый волевой подбородок, высокий лоб, мягкие русые волосы. После перелома в детстве одна нога у него осталась короче другой, но хромота была заметна, только когда он уставал.

Оставив газетный мир и начав работать пресс-агентом, он был все так же галантен и обходителен. Диан Мэлотт, работавший на Айви Ли в 1920-е гг. и ставший впоследствии президентом Корнеллского университета, говорил, что Ли излучал достоинство, обладал хорошими манерами, был невозмутим и хорошо одет. Он резко выделялся на фоне пресс-агентов того времени, носивших клетчатые костюмы и коричневые туфли.

При этом Ли отличался коммуникабельностью и обходился без лишних формальностей. Когда он приобрел известность, то открыл офис в роскошном небоскребе с видом на Нью-Йорк, но продолжал поддерживать тесные связи с малообеспеченными родственниками из Джорджии и чувствовал себя с ними легко и непринужденно. На пике своей карьеры, знакомясь перед началом интервью с журналистом с Юга, Ли улыбнулся и раскланялся. «Редакционное задание оказалось нетрудным, — писал впоследствии корреспондент, — сразу стало понятно, что передо мной простой парень». Ли обладал редким даром сходиться с простыми людьми и непринужденно общаться с Рокфеллерами, Крайслерами и Швабами. Ему удавалось найти общий язык с любым собеседником и вести разговор на его языке, преодолевая разделявшие людей барьеры.

Айви Ли было на роду написано стать посредником между людьми. По отцу его род восходил к Ричарду Ли I из штата Виргиния, а по матери — к отцу Джорджа Вашингтона и Маргарет Батлер и ее знатным родичам, среди которых были почти все европейские короли, включая короля Артура и Карла Великого¹³. Его дед, Закари Ли, владел фермой и зерновой мельницей в штате Джорджия; его бабушка, Эмма Уайдман, была потомком немецкого солдата, принимавшего участие в Американской революции.

Отец Айви Ли, Джеймс Уайдман Ли, родился в 1849 г. в небольшой деревне под названием Рокбридж. Принадлежащая семье Ли мельница приносила достаточный доход, чтобы отправить Джеймса учиться в академию Боусвиля. Это было еще до Гражданской войны, во время которой продвигавшиеся к морю войска генерала Шермана сожгли мельницу, лишив семью источника дохода. Через два месяца после окончания войны во время пожара погибла жена Закари, пытавшаяся спасти дом от огня. Семья оказалась в бедственном положении, и Джеймс был вынужден уехать из Боусвиля и завершить обучение в государственной школе