

До питання періодизації історії науки про зв'язки з громадськістю

Стаття присвячена дослідженню проблем періодизації нової наукової дисципліни — історії науки про зв'язки з громадськістю. Зокрема, йдеться про те, чи слід починати відлік науки про зв'язки з громадськістю від робіт У. Ліппмана (1922) та Е. Бернейза (1923), чи треба дивитися на предмет цієї дисципліни ширше і залучати до нього спостереження та міркування стосовно впливу на громадську думку, які супроводжували цю діяльність від самого її початку в давніх китайських, шумерських та персидських царствах.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, наука про зв'язки з громадськістю, історія науки про зв'язки з громадськістю, вплив на громадську думку.

Vladymyrov Volodymyr. To the question of periodization of the history of science on public relations.

This article is devoted to the problems of periodization of the new scientific discipline — the history of science on public relations. In particular, the question is whether to start considering the science on public relations since the works of W. Lippman (1922) and E. Bernays (1923) or to look wider at the subject of this discipline and to include to its observation thoughts and suggestions concerning the impact on public opinion which accompanied this activity from its very beginning in the ancient Chinese, Sumerian and Persian kingdoms.

Keywords: public relations, science on public relations, history of science on public relations, impact on public opinion.

Владимиров В. М. К вопросу о периодизации истории науки о связях с общественностью.

Статья посвящена исследованию проблем периодизации новой научной дисциплины — истории науки о связях с общественностью. В частности, речь идет о том, следует ли начинать отсчет науки о связях с общественностью от работ У. Липпмана (1922) и Э. Бернейза (1923), или же следует смотреть на предмет этой дисциплины шире и включать в него наблюдения и соображения относительно влияния на общественное мнение, которые сопровождали эту деятельность с самого ее начала в древних китайских, шумерских и персидских царствах.

Ключевые слова: связи с общественностью, наука о связях с общественностью, история науки о связях с общественностью, влияние на общественное мнение.

Питання періодизації історії науки про зв'язки з громадськістю стало актуальним для українського наукового контексту на початку XXI ст. Саме тоді в Києві було вперше виявлено увагу до цього напрямку наукового пошуку на теренах соціальної комунікації, що швидко почала розвиватися в Україні. Історія зв'язків з громадськістю давно, системно й плідно досліджується як за кордоном, так і в Україні. Але інший рівень заглиблення у цей предмет — до вивчення того, як досліджували “паблік рилейшнз” наші наукові попередники — лишався недоступним і в нашій країні, і за її межами. Тепер в цьому напрямі зроблено перші кроки. Так, в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка від 2010 р. введено навчальну дисципліну “Історія науки про зв'язки з громадськістю” для магістрів другого року навчання.

Історія як наука вимагає, серед іншого, власного предмета та періодизації. Питання предмета ставить перед дослідником дилему. Одне з можливих рішень — включати до аналізу тільки власне “зв'язки з громадськістю” як діяльність, що з'явилася у другій половині XIX ст., почала набувати сталих організаційних форм наприкінці XIX — на початку XX ст. та стала однією з найпоширеніших напрямів соціальної комунікації у середині XX ст. Друге — починати дослідження історії цього явища як такого, що від-

бувалося і навіть було досить поширеним за багато століть до того, як з'явився термін “зв'язки з громадськістю” і перші наукові праці про цю діяльність.

Інакше кажучи, якщо ставитися до питання вузько, треба брати до розгляду матеріал від останніх років XIX ст. та першої чверті XX ст. й від них починати розгляд історії саме науки про зв'язки з громадськістю, адже до перших робіт У. Ліппмана [1; 2], Е. Бернейза [3] та А. Лі [4] годі казати про історію цієї науки як таку. Відповідно, якщо не було науки — немає й предмета дослідження. До появи перших наукових праць цих авторів щодо перших результатів перших установ “паблік рилейшнз” немає об'єкта науки, а отже, немає і самої науки і вже напевно її історії.

Однак чи буде достатньо глибоким, гідним класичного університетського курсу такий підхід? Чи здобудуть студенти магістратури другого року навчання достатньо знань, щоб самим орієнтуватися в історії мистецтва впливу на громадську думку і вміти брати для розв'язання своїх актуальних проблем увесь історичний досвід, до якого ми маємо доступ?

Вирішувати таке питання було би методологічно хибно без участі самих студентів магістратури, за них. Чого вони бажали б вивчати? Тому в одній з академгруп було зроблено опитування, яке показало: всі студенти вважають правильним поширити предмет навчальної дисципліни, включити до нього й

явища, що передували появі власне цієї науки. І вже від цього починати періодизацію історії науки про зв'язки з громадськістю. По закінченні навчання нове опитування показало: всі студенти визнали прийняте раніше рішення правильним.

Не можна нині відкидати від предмета наукового дослідження історії зв'язків з громадськістю та історії науки про це тисячолітню історію налагодження, підтримання і розвитку таких зв'язків лише з тієї причини, що перші наукові (у сучасному розумінні) згадування про таку діяльність з'явилися лише на межі XIX та XX ст. в працях У. Ліппмана та Е. Бернейза.

Визнання існування питання про періодизацію історії науки про зв'язки з громадськістю відразу викликає суперечності. Сама ця історія починається від перших спроб запровадити з допомогою комунікації контроль над поведінкою людей, підкорити цю поведінку своїй волі.

Мета статті — поставити як наукове питання про необхідність уточнення предмета історії науки про зв'язки з громадськістю та про періодизацію цієї історії.

У передмові до нового видання Е. Бернейза можна знайти певний матеріал для розв'язання цієї проблеми. Коли "Кристалізація громадської думки" була написана 1923 р., вона стала першою книжкою з цього питання, і донині має значення для пояснення питання про межі та функції професійних зв'язків з громадськістю.

Тут є багато ще нез'ясованих питань, наприклад, навіть у тому, що деякі українські (та й російські) автори пишуть прізвище автора Бернайз, а інші Бернейз. Це є відображенням неусталеності традиції як ознаки невеликого інтересу. Річ у тім, що англійською це прізвище пишеться Bernaуs, тобто Бернайз. Фонетично ж вимовляється саме як Бернейз. Надалі будемо вживати все ж другий варіант — у протилежному випадку мусили б писати українською Гуї де Маупассант замість Гі де Мопассан.

Отже, у знаменитій книжці Едварда Бернейза "Кристалізація громадської думки" ("Crystallizing Public Opinion"), виданій 1961 р., є передмова саме до цього видання, здійсненого Liveright Publishing Corporation, New York. У ній автор зазначає, що за останні 38 років професійна концепція зв'язків з громадськістю пройняла найбільш важливі сфери життя в США і поширилася у вільному світі. 37 добровільних асоціацій професійних працівників публік рилейшнз у 24 країнах, у тому числі в США, доводять це проникнення.

Виникнення цієї діяльності у давнину — ось чому присвятив увесь вступ до видання Е. Бернейз.

"Професійна концепція зв'язків з громадськістю, — починає він свою передмову, — має своє коріння в примітивних часах, хоча зв'язки між тими, хто керує, і тими, хто їм підкоряється, відрізняються

від тих, що є нині, і попереднє значення цього було більш обмеженим, ніж сучасне".

Головну причину американський демократ бачить з відстані тисяч років у тому, що "індивід ще не мав розвинутого почуття власної особистості, його не розглядали як індивідуальність, лідери правили з допомогою магії, табу, надприродних речей та сили. Ще у давній Шумерії, Вавилоні та Персії на початку цивілізації навіть деспотичні правителі рахувалися зі своїми суспільствами" (переклад з англійської наш. — В. В.).

На жаль, автор переважно не аргументує свої висновки, а лише промовляє те, що здається йому правильним. І — попадає в ціль. Уже тепер, після десятків гучних археологічних відкриттів XX ст., ми знаємо, що вплив на громадську думку завжди цікавив історичних осіб. Створення свого іміджу і, що не менш важливо, донесення його до своїх підданих вимагало системної та ефективної праці й нестандартних рішень. Що найчастіше потрапляє до рук людей? Гроші. Персидський цар Дарій II звелів карбувати на монетах його символ: це був лучник, в якому вгадувалися його власні риси. Олександр Македонський пішов далі, на монетах його часу виکارбовано не його символ, а його портрет. Відтоді народ знав Олександра Великого в обличчя. Октавіан Август вперше, поширивши свій портрет як скульптуру по всій імперії, зробив з нього елемент облудної пропаганди: простий, сильний і мудрий на площах великих міст, насправді він був підступним, підлим, жадібним і ледачим.

Не меншу, ніж гроші, а, напевно, більшу кількість "контактів" забезпечувала архітектура. Місце палацу на найвищому місці, його розкіш та краса не могли не мати надзвичайно сильного впливу на підвладних. Розкішні палаци царів вражали, лякали, пригнічували, але й викликали почуття захоплення і бажання служити "настільки величному і сильному" цареві. Політичним цілям об'єднання різношерстої Перської імперії, першої з відомих нам світових імперій, до якої входило понад 20 народів, слугувало й мистецтво оздоблення царського палацу, зокрема барельєфи на вході, де було відображено особливості кожної з приєднаних до імперії земель. Гість від кожної з 20 провінцій міг знайти тут щось близьке його землі, історії, релігії, а отже, і його намірам, і відчутти, що він тут ніби вдома, а цар Дарій II є володарем і його землі.

Е. Бернейз на дає детально цих подробиць, але наголошує на них і на їх важливості — і тим додає аргументів щодо прийняття рішення, від якого часу та з якої історичної епохи починати відлік історії зв'язків з громадськістю та науки про такі зв'язки.

Визнання божественного походження царів було кроком першорядного значення в досягненні шанобливої покори людей. Це так і в Європі, і в Азії, і в Америці. Фараони Єгипту поширювали думки про їх божественне походження і навіть в ієрогліфах своїх

імен мали коло з крапкою в середині, тобто сонце, яке було богом Ра. Рамзес навіть мав ім'я бога у своєму власному імені, що теж мало справляти відповідне враження на його підданих або, скажемо сучасною мовою, на громадськість. На короля ацтеків Монтесуму підданим не можна було дивитися під страхом негайної загибелі, бо він був сином бога, “на бога ж дивитися не можна”.

Правителі, як зазначає Е. Бернейз, справляли надзвичайне враження про себе перед людьми через об'єкти матеріальні, як встановлення статуй та інших монументів, й інтелектуальні, тобто створення спочатку міфів, а потім літератури як виду мистецтва: “У Греції індивідуальність висунулася наперед. Звертання до громадської думки відіграло життєво значущу роль у діяльності правителів. Коли Солон читав свою елегію “Саломіс”, афіняни, підбурені цим читанням, так запалилися, що відвоювали острів з цією назвою від мегаріанців. Солон високопарно доводив зв'язки між правлячою групою афінян і народом через надання масам права голосу в цих зборах та виборі Ради Чотирьохсот. Грецьке слово “демос” (народ) дало нам наше слово “демократія”, — з симпатією пише американський дослідник.

“Скульптури, живопис, риторика ставали інструментами у створенні відносин та діячів народу. Відкрита ринкова площа стала живим символом вільних дискусій, в порівнянні ідей. Важливим стало голосування. Література класичної Греції, створена Гомером, Гесіодом й іншими, підносила їхніх лідерів і славу грецької історії та підтримувала лояльність народу до своїх правителів”.

Боротьба проти аристократії, тиранії, містичних культів була підтримана, на переконання Е. Бернейза, використанням грецької “зброї публічності та переконання”: на його дуже важливу для нас думку, греки насправді були великими першовідкривачами сучасних публічних методів, хоча їхні засоби звертання радикально відрізнялися від тих, які ми маємо в наш час.

Чільна передумова цієї публічності, за його твердженням, полягала у тому факті, що зростала міська цивілізація. У західній частині Греції відбувалася боротьба за політичну незалежність. Поселення були оточені захисними стінами. Міста-держави виникли, коли громадяни звільнилися разом і досягли спільних рішень у місцевих асамблеях. Всегрецькі фестивалі створювали добрі умови для обміну думками, що їх носіями були різні племена та раси Греції. Ці зовсім не деталізовані зауваження Е. Бернейза ніби залишає нам для подальших підтверджень аргументами з історії античного світу.

Він зазначає: “На ринковій площі, де зазвичай відбувалися збори, оратори показували свою найкращу техніку зачіпання інтересів кожного та громадської думки. І пізніше в Греції та Римі це продов-

жилося як найбільш потужний інструмент політичної пропаганди та агітації. Пізніше Перікл стимулював цю вільну гру думок. Він визначив принцип публічності для демократичних процедур у міжнародних стосунках, а також для внутрішніх політичних відносин афінського міста-держави. Після його смерті партії, що суперничали, зайняли у своїй діяльності різні позиції щодо звернень до народу та отримання політичної підтримки серед мас”. Так, на думку американського вченого, починалося використання “паблік рилейшнз” у політиці.

Другим після Ораторії щодо впливу на розвиток думок афінської публіки, став, на його переконання, театр. Його замовниками і творцями було беззастережно повернуто настрої натовпу до консерватизму, цим обидві сторони видовища ідентифікували себе з драматичними подіями, що розгорталися на сцені: “Трагедії опікувалися традиційно легендарними почуттями. Більш вільні від традиції комедії відтворювали народні ігри та сатиричні портрети правителів. Громадська думка розхитувалася через мовленнєві впливи, цей метод лишається дійовим, як показує наше телебачення, радіо та відкриті виступи наших кандидатів на політичні посади”, — наголошує автор.

Втім, як він зазначає, у Римі, який поки був неписьменним, де переважно сільське населення, бракувало можливостей впливати на громадську думку, зберігати її через традиційні для греків ораторські прийоми.

Демократія і зв'язки з публікою взаємно збагачувалися. За спостереженнями американського вченого, терміни “Senatus”, “Populis Romanus”, що означали “сенат” і “народ Риму”, були запроваджені в часи Римської республіки. При цьому розрив між реальністю та її образом у громадській думці міг зростати чи зменшуватись: “Очолована римськими патриціями, республіка була далека від демократії, але цей вислів, розміщений на будинках та повсюдно, давав народові чуття, що місто та уряд були їхніми”.

Цей символ, як застерігає автор у 1923 р., коли в Римі вже запанував Муссоліні, все ще з'являється на громадській власності в Римі, навіюючи набагато більші вигоди демократії в минулому, аніж нині.

Античний піар, на думку Е. Бернейза, дедалі більше політизується: “Театр та видовища також стали важливими чинниками. Пізніше римляни запровадили нові техніки переконання. У часи Юлія Цезаря літературний памфлет почав займати місце, якого він не мав у Греції. Політики та державні діячі досягли небувалого рівня в описуванні історії, що означало розхитування громадської думки. Значення новин як інструменту громадських поглядів зросло у високоорганізованій і централізованій Римській імперії. Чудова система доріг та водних шляхів слугувала збиранню інформації про політичні та інші події та їх поширення. У часи Цицерона техніка постачання

новин для зацікавлених партій зростає до особливої діяльності. Офіційні публікації, створені для того, щоб бути поширеними серед малих груп громадських службовців, зросли в щоденну газету "Acta diurna". По-перше, вона була обмежена в інформації щоденними подіями в римському сенаті та асамблеї. Але в 59 р. до н. е. Юлій Цезар виголосив, що вона має публікуватися і бути доступна для народу".

І далі на цю ж тему, яка вже переростає у прагматичні, він зазначає: "Новини сенату були скорочені, але інші новини зросли в часи імперії. Вони включали такі матеріали, як декрети імператора і послання, новини суду, інформація, що стосувалася шлюбів, розлучень, благодійницьких пожертвувань та природних явищ. Хоча всі ці матеріали мали невелике спрямування щодо політичного життя, це було відносно важливим чинником у формуванні громадської думки. Латинська мова показує римське розуміння важливості громадської думки. "Vox populi", "res publica" — це слова, що показують значення народу в прийнятті рішень римськими правителями. Коментарі Юлія Цезаря показують приклад історії як інструменту публік рилейшнз".

Храми, статуї та картини також відображають спроби збудувати добрі стосунки з народом, як стверджує автор дослідження.

Коли Римська імперія занепадала та центр цивілізації посунувся на Північ, як уважає Е. Бернейз, міська цивілізація класичної античності, яка розвинула громадські методи афінян та греків у цілому, перейшла до переважно сільськогосподарського суспільства, в якому спільна підприємливість посідала мінімальне місце. Монетарна система перестала бути поширеною, стали загальними неписьменність та розпад населення на маленькі, віддалені одна від одної групи. Це відкриває нові передумови для впливу на громадську думку — можливість для неї бути підкореною та переможеною правителями. Ідеї поширювалися через пісні та декламації мандрівних менестрелів. Це були слабкі спроби загравання або пробудження симпатій розпорошеного населення Європи.

У цю епоху церква стала монопольним провідником у визначенні форм думок для її вірних. Розширюючи думку Е. Бернейза, у цьому розумінні можна стверджувати, що I та II Нікейські собори були своєрідними з'їздами спеціалістів з впливу на громадську думку, влаштованими з метою виведення загальної концепції християнської пропаганди.

Далі автор зауважує: "Тільки коли суперечності між германськими імператорами та папством зросли, ми можемо знайти пробудження використання прямих методів переконання через написане слово".

Наприклад, памфлети "Германські імператори XII—XIII століть" почали критичну атаку проти римлян. Антипапські вірші, написані Вальтером фон дер Фогельвейде (Walther von der Vogelweide), палким

прибічником імператора Фредеріка II, найбільш помітні з-поміж середньовічних германських поетів.

Оцінюючи стан PR у ці часи, Е. Бернейз зазначає, що разом зі зменшенням значення середньовічної ідеї всесвітньої католицької церкви непримиренні фракції її визнавали цінність написаного слова як засобу повернення думки проти їхніх противників. Можемо додати те, чого не написав цей дослідник: Мартін Лютер, Кальвін, Ян Гус були, безсумнівно, великими майстрами впливу на громадську думку, які з допомогою своїх технологій повернули хід європейської історії.

В останні століття середньовіччя два чинники, на думку дослідника, стимулювали збільшення памфлетів, проповідей та сатир. Це були: швидке зростання міст і винайдення друку, який відкрив шлях до масової спільноти.

Тут автор наводить приклади. "Коли Лютер та його прибічники розпочали Реформацію, друкування памфлетів та їх передрук стало загальним методом досягнення цілої нації навіть у її найбільш віддалених поселеннях. Кажуть, Лютер надрукував понад 200 трактатів протягом 1522—1523 років".

Зростаюче визнання значення громадської думки та ролі пропаганди у впливі на неї було доведено книжками, що містили проповіді, діалоги та листи, часом ілюстровані, які розповсюджувалися серед народу мандрівними торговцями книжок. Ця думка дослідника збігається з нашою про те, що певні наукові дослідження (або, якщо точніше, донаукові) відбувалися задовго до створення справжньої науки про зв'язки з громадськістю, тому тут є матеріал для дослідження в межах даної наукової дисципліни.

Ретроспективний огляд підводить автора до часу появи преси. "З розвитком класу торговців утворилася система комерційних листків новин, які повідомляли про ділові події в країні та за кордоном, відображаючи потребу раних капіталістів-підприємців у потрібних та свіжих новинах". Напевно, вони відразу стали впливовим засобом для громадської думки того часу.

Далі дослідник викладає деякі факти, добре відомі нашому читачеві.

Наприкінці XVI ст. такі рукописні бюлетені стали розповсюджуватись у Німеччині та Італії. У перші роки XVII ст. їх почали друкувати, і це зробило їх більш доступними.

У деяких випадках окремі професійні групи брали на себе завдання постачати цю інформацію.

"Перша відома газета була видана в 1609 році родиною Фуггерів — родиною, яка була заснована в XVII столітті Якобом Фуггером в Аугсбурзі. Фуггери поширили торговельні зв'язки повсюди в цивілізованому світі і посіли одне з найбільш впливових місць в Європі. Вони були рішучими противниками Реформації, витрачали величезні гроші на підтримку церкви, збіднілих численних європейських урядів, та збу-

дували численні житлові помешкання в Аугсбурзі, де з їхнього дозволу жили бідняки за невелику платню. Саме ця діяльність передувала, у певному розумінні, більш пізнім методам впливу на громадську думку.

Інші наслідували приклад Фуггерів у виданні листків новин. Такі листки швидко розповсюджувалися в країні і створювали основу для більшого розповсюдження газет на ширшу аудиторію”.

За даними Е. Бернейза, перша англійська газета була заснована 1622 р. У Франції “Gazette” була заснована 1633 р. і була цензурована Ришельє. Більшість з цих перших газет була наповнена повідомленнями з-за кордону. Внутрішні новини якщо й були, зазвичай передавалися до бюлетенів новин із рук до рук. “Так була народжена журналістика, впливовий чинник у формуванні громадської думки”, – закінчує цей епізод свого пошуку Е. Бернейз.

Наступний епізод присвячено епосі Відродження. У ці роки нове ставлення до розуму та права кожної людини незалежно пізнавати природу й суспільство дали індивідуальному поглядові більшості можливості для розвитку та висловлення. Громадська думка набирала сили. Реформація, яка настала з Ренесансом, наголошувала на правах індивідуальної свідомості. Це підкріплювало індивідуальні погляди й колективний голос людей та збільшувало значення добрих стосунків з громадськістю. Діячі Відродження приділяли велику увагу громадській, публічній точці зору. Макіавеллі визначав *publica voce* як еквівалент *vox populi* (“глас народу”) у Римі. Фраза “*vox populi, vox Dei*” (“глас народу – глас Божий”) виникла саме в ті часи. Століття після Макіавеллі Шекспір зі знанням справи наголошував на силі громадської думки. Генріх V у нього казав: “Думки допомогли мені дістатися корони”.

Врешті дослідження вченого сягнули початків пропаганди – терміна, яким він і сам на початку ХХ ст. називав те, що потім стало називатися “публік рилейшнз”: “До XVII століття було широко визнано не лише те, що думки є важливими, але також, що можуть бути зроблені кроки до їх розвитку у потрібному напрямку. На протидію Реформації церква розпочала Контрреформацію. Це супроводжувалося закличками до поглядів, які спочатку називалися “пропагандою”. Сам цей термін було запроваджено, коли папа римський Григорій XIII (1572–1585) започаткував “Societas de Propaganda Fide” (“Раду пропаганди віри”), щоб заснувати семінарії та друкувати катехізиси та інші релігійні праці в інших країнах. Після цього папа римський Урбан VIII (1623–1644) заснував Коледж пропаганди для навчання священників, а у 1650 році папа Климент VII заснував Святу Конгрегацію пропаганди віри, щоб поширювати католицизм по всьому світові”.

У XVII – XVIII ст. відбувалося зростання політичної Реформації та, з поліпшенням освіти, подальше поширення виборчого права, розвиток писемності та інші соціальні зміни, які зміцнювали зв’язки між людьми.

“В Англії Джон Мільтон та Джон Локк писали про значення мас. У Франції Блез Паскаль називав переконання “королевою світу”.

Нові реалії викликали новий інтерес дослідника. За його спостереженнями, Гоббс казав, що світ керується переконаннями, Юм – що управління спирається тільки на переконання, як при деспотичних та військових урядах, так і при більш вільних та популярних”.

В Англії XVII ст. громадський та пропагандистський апарати застосовувалися в боротьбі за політичну та релігійну свободу. Джон Лілбурн, починальник і керівник левелерів (рішучих противників монархії та аристократії, передовсім палати лордів), вдавався до памфлетів як інструменту пропаганди та в 1648–1649 рр. заснував “The Moderate” – один з найперших часописів, присвячених політичній агітації та спрямованих на громадську думку.

Е. Бернейз проводить свою розвідку до ХІХ ст. Однак ми вже можемо зробити висновок з того, що нам стало відомо. Якщо визнавати Едварда Бернейза за авторитет світового рівня, а тільки так його й можна трактувати, слід визнати, що його невисловлена думка міститься між рядками передмови до “Кристалізації громадської думки”: історія науки про публік рилейшнз почалася не в Америці наприкінці ХХ ст., а набагато раніше. З цього і слід виходити, досліджуючи й історію зв’язків з громадськістю, і науку про цей вид діяльності.

Але для того, щоб правильно поставитися до справжньої історії науки про зв’язки з громадськістю, для того, щоб адекватно сприймати явища минулого, маємо усунути хиби в межах цієї дисципліни, здійснити термінологічне зрушення: публік рилейшнз, або зв’язки з громадськістю, прирівняти до впливу на громадську думку.

1. *Lippman W.* Public Opinion / W. Lippman. – New York, London. The Free Press. A Division of Macmillan Publisher Co., Inc. New York; Collier Macmillan Publishers, London, 1949. – 268 p.

2. *Липпман У.* Общественное мнение [Електронний ресурс] / У. Липпман. – Режим доступу : <http://socio-line.ru/book/uolter-lippman-obschestvennoe-mnenie>.

3. *Bernays E. D.* Crystallization of Public Opinion [Електронний ресурс] / E. D. Bernays. – Режим доступу : <http://www.scribd.com/doc/5369599/Crystallizing-Public-Opinion-Edward-Berna-ys>.

4. *Левченко В.* Ли Айви. Помощник Дж. Рокфеллера [Електронний ресурс] / В. Левченко. – Режим доступу : <http://readr.ru/vladimir-levchenko-li-ayvi-pomoschnik-dgh-rokfellera.html>.