

Edward L. Bernays

CRISTALIZAREA OPINIEI PUBLICHE

Ediția a II-a

Studiu introductiv de REMUS PRICOPIE

Traducere din limba engleză de FLORIN PARASCHIV

comunicare (●) ro

Redactor: ANCA MILU-VAIDSEGAN
Tehnoredactor: CRISTIAN LUPEANU

Edward L. Bernays
Crystallizing Public Opinion

Copyright © 1923 by Boni and Liveright, Inc.
Liveright Publishing Corporation

Liveright is an imprint of W. W. Norton & Company, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the Publisher.

Copyright © Editura COMUNICARE.RO, 2020,
pentru prezenta ediție în limba română.
Toate drepturile asupra prezentei ediții în limba română aparțin
Editurii COMUNICARE.RO.

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei, nr. 6
010643 București
România
www.edituracomunicare.ro
E-mail: editura@comunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
BERNAYS, EDWARD L.

Cristalizarea opiniei publice / Edward L. Bernays; trad. din lb. engleză de Florin Paraschiv; st. introd. de Remus Pricopie. – Ed. a 2-a. – București: Comunicare.ro, 2020
ISBN 978-973-711-624-6

I. Paraschiv, Florin (trad.)
II. Pricopie, Remus (pref.)

659.4

Cuprins

*Studiu introductiv: Edward L. Bernays, părintele
relațiilor publice* / 7

Prefață la ediția a doua / 47

Cuvânt înainte / 49

PARTEA I – Scopul și funcțiile

CAPITOLUL I

Scopul consilierului în relații publice / 53

CAPITOLUL II

Consilierul în relații publice. Importanța tot mai mare
a profesiei / 68

CAPITOLUL III

Rolul unui avocat special / 78

PARTEA A II-A – Grupul și mulțimea

CAPITOLUL I

Din ce este alcătuită opinia publică? / 87

CAPITOLUL II

Opinia publică este încăpățânată sau maleabilă? / 93

CAPITOLUL III

Interacțiunea opiniei publice cu forțele care contribuie
la crearea ei / 99

CAPITOLUL IV

Puterea forțelor în interacțiune care formează
opinia publică / 106

CAPITOLUL V

O înțelegere a fundamentelor motivației publice este necesară pentru activitatea consilierului în relații publice / 113

CAPITOLUL VI

Grupul și turma sunt mecanismele esențiale ale schimbării publice / 123

CAPITOLUL VII

Punerea în practică a acestor principii / 128

Partea a III-a – **Tehnică și metodă**

CAPITOLUL I

Publicul poate fi atins doar prin medii de comunicare încetățenite / 135

CAPITOLUL II

Grupurile sociale care se întrepătrund, deplasarea continuă a grupurilor, schimbarea condițiilor și flexibilitatea naturii umane vin cu toate în ajutorul consilierului în relații publice / 144

CAPITOLUL III

Scurtă prezentare a metodelor care pot fi folosite pentru a modifica punctul de vedere al unui grup / 162

PARTEA A IV-A – **Relații etice**

CAPITOLUL I

O analiză a presei și a altor medii de comunicare cu care lucrează consilierul în relații publice / 171

CAPITOLUL II

Obligațiile față de public în calitate de pledant / 191

STUDIU INTRODUCŢIV

Edward L. Bernays,
părintele relațiilor publice

În anul 1990, revista *Life* a dedicat un număr special celor mai importanți o sută de americani ai secolului al XX-lea. Printre nume extrem de sonore, Louis Armstrong, Marlon Brando, Walt Disney, Albert Einstein, Henry Ford, George Gallup, Ernest Hemingway, John F. Kennedy, Martin Luther King Jr., Richard M. Nixon, J. Robert Oppenheimer, Elvis Presley, Ronald Reagan, John D. Rockefeller Jr., Eleonor Roosevelt și mulți, mulți alții, a fost inclus și numele lui Edward L. Bernays, un ilustru necunoscut publicului larg, ale cărui acțiuni s-au răsfrânt însă asupra a milioane de oameni. Din spatele cortinei, ca un adevărat regizor al spectacolului social, Bernays a construit imagini care ulterior au devenit legende. El a adus săpunul în mâinile copiilor, învățându-i să-l folosească și să-l îndrăgească, a readus cărțile în mâinile cititorilor, micul dejun pe mesele americanilor, țigările în poșetele doamnelor, a influențat casele de modă în definirea idealului de frumusețe, a ridicat și a coborât oameni politici, a consiliat trei președinți ai Statelor Unite – Calvin Coolidge, Herbert Hoover și Dwight D. Eisenhower (Fry, 1991), a declinat ofertele venite din partea lui Hitler și Franco, iar la vârsta de 98 de ani¹ încă avea un cuvânt de spus în relațiile publice, domeniu pe care l-a inventat în 1919.

1. În 1990, anul în care revista *Life* a publicat lista celor mai importanți o sută de americani ai secolului al XX-lea.

Obstacole și oportunități

Edward L. Bernays s-a născut la Viena în 1891. Un an mai târziu, părinții săi au decis să emigreze în Statele Unite și, odată ajunși pe noul continent, tatăl său, Ely Bernays, s-a lansat în afaceri cu produse agricole pe piața din New York. Acest lucru a marcat evoluția tânărului Bernays, care, deși nu era pasionat de domeniu, la insistențele părinților săi a acceptat să se înscrie în 1908 la cursurile Universității Cornell pentru a obține o diplomă în agronomie. După absolvire, în februarie 1912, și până la începutul Primului Război Mondial, Bernays a lucrat în domenii diverse: de la medicină la impresariat artistic, de la jurnalism la voluntariat pentru cauze sociale, de la agricultură la teatru.

Prima ofertă a venit din partea unui fost profesor care i-a propus să se alăture echipei de jurnaliști de la *National Nurseryman*. După o scurtă perioadă petrecută în acest colectiv, Bernays a încercat să se apropie de domeniul pe care tatăl său îl practica, comerțul cu produse agricole la bursa din New York. Pentru câteva luni a activat ca agent de vânzări atât pe piața newyorkeză, cât și pe cea din Rotterdam și Paris. Se întoarce la New York în decembrie 1912 și acceptă oferta fostului său coleg de școală Fred Robinson de a lucra la *Medical Review of Reviews* și *Dietetic and Hygienic Gazette*, două reviste de specialitate pe care Robinson le-a primit în administrare de la tatăl său. Bernays a considerat această ofertă o adevărată provocare. Nici el și nici colegul său nu aveau experiență în editarea unor publicații periodice și, de asemenea, erau departe atât de medicină, cât și de nutriție. Au plecat însă la drum cu dorința de a aduce ceva nou, de a contribui la și a acționa în spiritul ideilor pe care *New Freedom*, campanie lansată de Woodrow Wilson¹ în

1. Woodrow Wilson (1856-1924) a fost profesor de științe politice (1890-1902) și apoi rector la Princeton University (1902-1910). În

Statele Unite, le promova. Cei doi tineri au folosit *Medical Review of Reviews* ca platformă a discuțiilor liberale și inovatoare. Printr-o campanie agresivă pentru acea perioadă (peste 137 000 de exemplare distribuite gratuit medicilor din toată țara), tinerii editori i-au încurajat pe specialiști să discute despre subiecte considerate tabu la începutul secolului. Așa au ajuns să găzduiască dezbateri despre corset și efectele negative ale acestuia asupra organismului femeii, despre avantajele dușului în raport cu baia clasică sau despre sifilis, un flagel al sănătății publice pe care nicio autoritate nu îndrăznea să-l abordeze corespunzător pentru simplu motiv că era considerat o boală rușinoasă. Redacția revistei *Medical Review of Reviews* a devenit destul de repede punctul de intersecție al tuturor celor care aveau ceva de spus, dar nu găseau cuvintele potrivite sau canalul de comunicare adecvat. Pe acest fundal, cei doi editori au primit la redacție recenzia unei piese de teatru, *Damaged Goods*, care prezenta drama unei familii ajunse la disperare și faliment social din cauza infecției cu sifilis. Recenzia a fost publicată, iar Bernays a văzut în *Damaged Goods* o excelentă ocazie de a promova cauzele lor prin intermediul artei. Desigur, la acea vreme, niciun teatru nu era pregătit să pună în scenă o astfel de piesă, însă Bernays era gata să-și asume riscul. Decis să transforme controversa în cauză, el a format un comitet de sprijin, *Medical Review of Reviews Sociological Fund Committee*, în care a atras personalități ale epocii: John D. Rockefeller Jr., William K. Vanderbilt Sr., Franklin D. Roosevelt și soția sa, William Jay Schieffelin, un medic care tocmai cumpărase drepturile de comercializare în America a unui nou tratament împotriva sifilisului, și preotul John

1912 devine președintele Statelor Unite (1912-1921), fiind susținut de Partidul Democrat. În timpul Primului Război Mondial angajează trupele americane în lupta împotriva Germaniei. În 1920 primește Premiul Nobel pentru pace.

Haynes Holmes din New York. Acest grup de personalități armonios combinate – miliardari sau autorități ale domeniului în care activau – a asigurat o largă vizibilitate pentru piesa de teatru care a fost pusă în scenă pe 15 martie 1913 și s-a bucurat de un real succes, cu acoperire mediatică națională. Pentru cei doi tineri editori însă bucuria nu a durat prea mult. Din lipsă de experiență, Bernays și Robinson au scăpat din vedere drepturile de proprietate asupra piesei, iar Richard Bennett, actorul din rolul principal, care își luase această rezervă înainte de lansarea piesei, a renunțat la colaborarea cu *Medical Review of Reviews* imediat după premieră.

Succesul public al piesei *Damaged Goods* s-a transformat pentru moment într-un insucces personal. Dezamăgit de ceea ce se întâmplase, Bernays părăsește *Medical Review of Reviews*, pleacă în Europa și petrece vara anului 1913 alături de unchiul său, Sigmund Freud¹. Cu acest prilej se apropie pentru prima dată de opera omului de știință și devine conștient de importanța înțelegerii comportamentului uman la nivel individual pentru modelarea comportamentului social. Discuțiile cu Freud îi aduc unele răspunsuri, dar mai ales multe, foarte multe întrebări la care Bernays va încerca să găsească soluții în anii care vor urma. Relația cu Freud intră din acest moment pe un palier de cooperare profesională. Bernays își asumă voluntar rolul de agent al unchiului său, poziție care se va concretiza prin publicarea în America a operelor lui Freud, organizarea vizitelor omului de știință în universitățile din Statele Unite și promovarea constantă prin intermediul mass media americane a activității pe care acesta o desfășura la Viena (Cutlip, 1994; Grunig & Hunt, 1984; Tye, 1998).

1. Mama lui Edward Bernays, Anna Freud Bernays, era sora lui Sigmund Freud (S.C. Cutlip, 1994, p. 161).

Construind o metodă

În toamna aceluiaşi an (1913) revine la New York şi semnează un contract de colaborare cu Klaw & Erlanger, o agenţie care se ocupa cu promovarea pieselor de teatru pe Broadway şi pe care Bernays a numit-o în memoriile sale „un fel de General Motors în lumea *show business*-ului“ (Tye, 1998). Rolul lui Bernays era să sprijine lansarea comediei *Daddy Long-Legs*, o piesă în care personajul principal, o fetiţă de 12 ani, înfruntă dificultăţile vieţii dintr-un orfelinat numai cu ajutorul optimismului şi firii sale deschise. Ca şi în cazul piesei *Damaged Goods*, Bernays nu promovează piesa de teatru în sine, ci mesajul acesteia. El iniţiază un comitet de voluntari, constituit în general din elevi de liceu, şi creează fondul de ajutor *Daddy Long-Legs*. Obiectivul principal era de a strânge bani pe care ulterior să-i doneze căminelor de orfani, tânăra actriţă din rolul principal urmând să fie transformată în mascota acestei acţiuni. Strategia a funcţionat, numărul susţinătorilor a crescut simţitor, iar rezultatele au fost impresionante. Un producător de jucării s-a oferit să confecţioneze 10 000 de păpuşi *Daddy*, încasările rezultate din vânzarea lor urmând să fie vărsate în fondul de ajutor pentru orfani. Un campion al curselor de maşini şi-a înlocuit mascota tradiţională cu păpuşa *Daddy*, exemplul fiind urmat şi de alţi piloţi, mass media reflectând pe larg iniţiativa. Elevii de liceu au organizat colecte de 15 cenţi, iar cu banii obţinuţi au susţinut campanii de informare *Daddy*. Bilanţul acestor acţiuni a fost neobişnuit: căminele de orfani din New York şi-au sporit simţitor fondurile, iar piesa de teatru *Daddy Long-Legs* s-a bucurat de o stagiune în care casele de bilete au făcut cu greu faţă solicitărilor (Bernays, 1965).

Succesele de pe Broadway au consolidat numele lui Edward L. Bernays în lumea *show business*-ului, pe care începea să o îndrăgească. Contractele se înmulţesc; în 1915 este angajat de *Metropolitan Opera Company* pentru a asigura lansarea