

# Пионер PR

Первая книга философа и пионера PR Эдварда Л. Бернейса пришла в Россию.

Наша жизнь так стремительна, что уже мало кто помнит, что еще в конце 1990-х годов такая литература хранилась в спецхранах российских библиотек. Одному из авторов предисловия удалось стать свидетелем исторического момента: книга Бернейса торжественно передавалась в открытое пользование в самой знаменитой Ленинке.

И все-таки российским читателям Э. Бернейс был знаком задолго до этого события — и даже до появления Интернета!

В 1969 году на русский язык была переведена книга американского писателя Лесли Уоллера “Банкир”, одним из главных героев которой был специалист по связям с общественностью Мак Бернс.

Хорошо осведомленные читатели сразу же узнали в герое его реального прототипа - Эдварда Бернейса. Именно он в 1953 году участвовал в информационной войне против одной из “банановых республик” — Гватемалы — и содействовал совершенному там ЦРУ перевороту. Это был всего лишь один из проектов выдающегося Мастера PR, в этическом отношении весьма неоднозначный.

Создавая **художественный** образ PR-специалиста, автор “Банкира” не пожалел сатирических красок. И тем не менее в книге его имя сопровождают исключительно лестные отзывы:

“Бернс обладает пронизательностью и способностями, которых хватило бы еще на десятерых”.

“Гений, который, по общему мнению, незримо руководил восхождением  
Большого Вика (герой книги -прим. ред.) к вершинам славы”.

Вслед за художественным произведением еще в советское время, в 1971г.,  
появилось и научное исследование феномена PR — книга Н.Г. Зяблюка  
“Индустрия управляемой информации (“Паблик рилейшнз” — система  
пропаганды большого бизнеса США)”.

Первая глава монографии была посвящена Эдварду Бернейсу и его работе  
“Кристаллизация общественного мнения”. Советский ученый разделял  
ставший уже классическим взгляд на лидерство Бернейса в истории связей с  
общественностью.

Но динамичный научный мир пока, видимо, не желает, чтобы одна из  
новейших дисциплин XX века обрела незыблемые основы. Появились  
желающие "сбросить классика с корабля современности", доказать, что у  
Бернейса были предшественники и сам феномен PR имеет куда более  
глубокие исторические корни. В поисках прото-форм PR ученые заглянули в  
XIX и даже в XVIII век, где обнаружили ранние практики связей с  
общественностью, которые не слишком отличались от современных. В 2014  
году Маркус Кейси Майерс в поисках "родословной" связей с  
общественностью проанализировал 714 статей, опубликованных с 1774 по  
1918 годы в американской прессе. Он сделал вывод, что концепции  
управления отношениями с общественностью существовали уже в 1820-х  
годах, а само словосочетание упоминалось в столь большом количестве  
статей, что его анализ занял в диссертации исследователя целых две главы.

Таким образом, историография PR расширила свои границы.

Но сам Бернейс, несмотря на нелюбимую критику, сохранил за  
собой статус создателя тактических и стратегических правил связей с  
общественностью.

**Сложно** оспорить тот факт, что написанная в 1923 году “Кристаллизация общественного мнения” стала первой книгой новой профессии. Она сформировала философию и заложила ее основы, предложила комплексное понимание PR-технологий и впервые подчеркнула масштаб и социальное значение новой деятельности. И, что не менее важно, дала ей имя.

Являясь не ученым-теоретиком, а реалистом и практиком, Бернейс, тем не менее, большую часть своей книги посвящает работам У. Липпмана, У. Троттера, В. Мак-Дугалла и других выдающихся исследователей феномена общественного мнения, психологии и инстинктов толпы. Именно эти открытия в сфере социальной психологии вместе с апробированными и описанными самим Бернейсом приемами влияния на общественное мнение создали особый вектор новой профессии.

“Консультант по связям с общественностью — это, в первую очередь, ученый. Его область изучения — общественное мнение. Его учебники — это правда жизни. Но он не просто ученый. Он еще и практик с широким набором инструментов и отточенными методами их использования. Прежде всего существуют обстоятельства и события, которые он помогает создавать. Затем есть инструменты, используя которые он передает факты и идеи публике...”

Это цитата из книги “Кристаллизация общественного мнения”.

Ясно, что Бернейс неслучайно использует в книге термины “кристаллизация” и “консультант”. Термин “кристаллизация” становится изящным символом процессов изменения общественного мнения, аналогичным фазовому переходу вещества из аморфного состояния в кристаллическое. Термин “консультант” создает убедительную ассоциацию с профессией адвоката: “он дает советы клиенту и защищает его дело”.

Пожалуй, самым удивительным в книге “Кристаллизация общественного мнения” является то, насколько мало изменилось восприятие описанных автором PR-технологий. Все приемы и методы, указанные Бернейсом в

1923 году, вполне применимы к задачам и целям PR-кампаний XXI века. Принципы, на которых автор основывает новую профессию — анализ человеческих мотивов, исследование ценностей и особенностей целевых групп, изучение потребностей организаций, — остались в основном без изменений. А в быстром развитии коммуникационных технологий Бернейс увидел мощный ресурс, позволяющий расширить влияние на общественное мнение.

Если говорить о вкладе Бернейза в область политических коммуникаций, то великий политконсультант XX века, основатель профессии независимого политического консультирования, Джозеф Наполитен говорил, что успех любой политической кампании на выборах определяют два фактора: «качество» сообщения кандидата и эффективность его доставки до избирателей. Вклад в развитие «качества» сообщения происходит совсем нечасто: раз в 1-2 десятка лет, в отличие от технологий каналов доставки, которые совершенствуются ежегодно. Бернейс внес выдающийся вклад в первую область, что делает его работу интересной и для нынешнего поколения политических консультантов.

Любопытно, что уже в первой четверти XX века пионер PR видел угрозу для профессии в снижении ее роли до уровня посредника между компанией и масс-медиа. В книге автор постоянно дистанцирует деятельность «консультанта по связям с общественностью» от «пресс-агента» и «агента по публицити». Сам Э. Бернейс был великолепным примером профессионала, способного не размещать «джинсу», а создавать новости. Он советовал PR-консультантам избавляться от замшелых штампов пресс-агентов. Хороший PR - специалист, подчеркивает Бернейс, всегда посоветует своему клиенту совершить действие, «прерывающее привычный ход жизни». Именно такие события вызывают резонанс — и становятся новостями.

Э.Л. Бернейс был первопроходцем многих PR-практик. И главным во всех его акциях являлось не прямое, а косвенное воздействие на публику.

Как **точно** отметил Г.Г.Почепцов, известный украинский специалист в области коммуникативных технологий, "Бернейс не писал статьи, рекламирующие прекрасные пианино, он создавал контекст, где нужда в пианино сама приходила в голову потребителям".

В книге "Кристаллизуя общественное мнение" автор "анонимно" приводит множество примеров своих проектов. Читая книгу, можно смело заменять слова "консультант по связям с общественностью порекомендовал..." выражением "Бернейс порекомендовал".

Первым успешным проектом выдающегося Мастера стала PR-кампания американских гастролей русской балетной труппы Дягилева, когда, применив "сегментирующий подход", он добился поразительного успеха — и изменил взгляд американцев на балет как искусство.

Откликнувшись на просьбу своего приятеля — актера Беннета, — он помог ему сделать популярной пьесу "Damaged Goods", в которой речь шла о проститутках и венерических заболеваниях (табуированные темы в тогдашней пуританской Америке). Бернейс целенаправленно применил прием, который сегодня стал привычным и получил название "экспертного мнения" (или "третьей силы"). Бернейс верно рассудил, что "товар должен хвалить не продавец, а кто-то со стороны".

Авторству Бернейса приписывают первый флешмоб, который он устроил в Нью-Йорке на Пятой авеню во время пасхального парада с участием шествия феминисток с "факелами свободы" в виде сигарет производства корпорации "Lucky Strike".

Организовав "золотой юбилей света", Мастер впервые использовал ставший классическим метод создания специальных событий: по заказу компании "General Electric" он организовал триумфальное чествование

изобретателя электрической лампочки и основателя компании — Томаса Эдисона. Это событие показало всему миру потенциал эффективного PR.

Исследователи считают, что еще в 1920-е годы Бернейс организовывал grass roots-кампании, с помощью которых граждане отстаивают свои интересы, оказывая прямое и косвенное влияние на решения органов власти.

Позднее, после второй мировой войны, Бернейс занимался лоббизмом, когда в интересах “Юнайтед фронт компании” убеждал Вашингтон сместить президента Гватемалы, затеявшего аграрную реформу левого толка. Именно о ней упоминал Л.Уоллер в своем романе “Банкир”.

Упоминания Бернейса и его проектов встречаются в сотнях работ по социологии, истории, общественному мнению и, как мы уже знаем, в художественной литературе.

В 1949 году Гейдж Кросби писал о Мастере: “Из кухни Бернейса на промасленной пекарской бумаге постоянно приходят предложения для обедов и ужинов с рецептами приготовления пищи для самых изысканных деликатесов — от печеного краба до датского яблочного пирога”. Эта и десятки аналогичных цитат содержатся в аннотированной библиографии Бернейса, вышедшей в 1951 году — “Public relations, Edward L. Bernays and the American scene; annotated bibliography of, and reference guide to writings by and about Edward L. Bernays from 1917 to 1951”. После выхода этой библиографии Бернейсу оставалось играть на американской PR-сцене более 40 лет.

И еще дальше — привлекать к себе заинтересованное внимание потомков.

Автор предисловия к этому изданию Стюарт Юэн, подробно описавший встречу с 99-летним Бернейсом в книге “PR! или Умение «раскручивать». Социальная история паблик рилейшнз”; биограф Ларри Тай, написавший в 1998 году первую “полнометражную” биографию “The Father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations Crown”; режиссер BBC Адам

Кертис, в 2002 году снявший фильм “Столетие личности: The Century of the Self”, в котором события истории XX века рассматриваются сквозь призму связей с общественностью, — эти и другие исследователи с огромным интересом изучают жизнь и идеи человека, ставшего легендой мирового PR.

Сегодня профессиональную деятельность Э. Бернейса принято оценивать в контексте нового социального и политического дискурса. В центре внимания оказываются и проблемы манипулирования общественным мнением, и практики массового убеждения в целях бизнес-корпораций, и иные этические конфликты между общественной моралью и профессиональной деятельностью. Связи с общественностью давно превратились из ремесла, нередко даже возведенного в степень искусства, в сложнейшую отрасль, которая играет в жизни современников очень важную, а порой и коварную роль.

Вопреки расхожему мнению, Э.Бернейс был очень совестливым человеком. Первый Президент РАСО А.Ю.Борисов, который видимо был единственным россиянином, общавшимся с Бернейсом незадолго до его кончины, писал, что Мастер с грустью вспоминал шествие феминисток по Пятой Авеню. "Если бы я тогда знал о последствиях курения, я бы никогда не стал этого делать,"- каялся он российскому дипломату.

Нет сомнений, что специалисты и все, кто интересуется связями с общественностью, будут постоянно обращаться к непростой и во многом противоречивой личности Э.Бернейса и к книге, где он ясно и полно изложил основы новой деятельности.

Как справедливо отметил английский классик PR, выходец из Киева Сэм Блэк, “редко жизнь одного человека может совпасть с развитием новой глобальной профессии”. Это состоялось в случае Эдварда Бернейса.

Но мы всегда будем вспоминать о нем не только как об авторе первой профессиональной книги. И даже не только, как о пионере освоения приемов

и методов, которые сейчас применяются в таких важных сферах, как репутационный менеджмент, событийный маркетинг, брендинг, лоббизм, коммуникационный консалтинг и т.д.

Роль и значение Э. Бернейса — гораздо серьезней и масштабней. Блистательный практик предложил новую парадигму профессии: из улицы с односторонним движением она превратилась в улицу с двусторонним движением. От информирования и убеждения перешла к использованию обратной связи. Эта революционная идея, спустя полвека, найдет отражение в новых — более “симметричных” — подходах к взаимоотношениям между организацией и общественностью, станет новой концепцией в коммуникационном менеджменте.

И наконец, благодаря Э. Бернейсу, все, кто умеет видеть и слышать глобальные вызовы времени, в полной мере осознали, что PR является уважаемым и почетным видом профессиональной деятельности, без которого невозможен поиск социального согласия и, следовательно, стратегическое развитие современного общества.

Перевод на русский язык и издание первого произведения Э. Бернейса — это, несомненно, восстановление научной справедливости в отношении одной из самых новаторских книг в мировой истории, положивших начало новой специальности.

Издание книги откроет российским специалистам в области PR более свободный доступ к знаниям, которые являются базисом для успешного развития коммуникационного менеджмента. А практики PR получат отличную возможность “сверить часы” с основателем профессии.

В 2015 году исполнилось 20 лет со дня ухода с жизненной арены Эдварда Бернейса. Ему было 103 года, и, возможно, именно верность и преданность нашей профессии помогли ему так долго сохранять силу ума и бодрость духа!



Игорь Минтусов, Председатель совета директоров Первой российской PR-компании “Никколо М”, Президент IABC/Russia, Президент Российской ассоциации политических консультантов, доцент Санкт -Петербургского государственного университета

Ася Векслер, к.п.н., доцент департамента интегрированных коммуникаций НИУ ВШЭ, директор Агентства коммуникационного менеджмента “PR-Эксперт”