

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	9
Einleitung	11
I Präludium: der US-amerikanische Journalismus um 1900	23
1 Einsichten in die Realitätskonstruktion: die Bedeutungszunahme von <i>news</i>	23
2 Die Öffentlichkeit besteigt den Thron: <i>muckraking</i> und die Entstehung der PR	27
3 Der Erste Weltkrieg und seine Folgen: <i>make the world safe for democracy</i>	31
II Bernays' Anthropologie: Irratio, Triebe und Instinkte	35
1 Wilfred Trotter: das <i>gregarious animal</i> und seine Herdensuggestionen	37
2 Everett Dean Martin: die Suggestibilität der <i>crowd</i> und ihre Instinkte	41
3 William McDougall: Massen- und Individualpsychologie	45
4 Bernays' Theorievorlage Walter Lippmann: Pseudo-Umwelten und <i>stereotypes</i>	48
5 Kontaktprofit durch „Uncle Sigi“: die Rezeption der Psychoanalyse	53
III Auf dem Weg zu einer politischen Propagandatheorie	61
1 Der analytische Propagandabegriff	61
1.1 Die Gruppenstruktur der Gesellschaft: Meinungsführer als Totem-Ersatz	63
1.2 Der <i>creator of events</i> : souverän ist, wer über die <i>news</i> in der Zeitung entscheidet	72
2 Der affirmative Propagandabegriff	86

2.1	Eine historisch determinierte Symbiose: Propaganda als Stimme des Volkes	87
2.2	„Gute“ Propaganda versus Machtasymmetrie: der benevolente PR-Berater	91
2.3	Propaganda versus <i>Impropaganda</i> : die Ethik der PR	95
2.4	Die <i>two-way-street</i> : Symmetrie zwischen Öffentlichkeit und PR-Berater?	99
2.5	Public Relations, Kapitalismus und Demokratie	107
3	Der elitentheoretische Propagandabegriff	112
3.1	H.L. Mencken: Demokratie als Herrschaft anthropologisch Unterlegener	121
3.2	Gaetano Mosca: organisierte Elite versus unorganisierte Masse	125
3.3	Richard Washburn Child: Carl Schmitt lässt freundlich grüßen	126
3.4	Vilfredo Pareto: nicht-logische Handlungen und Derivationen	129
3.5	Robert Michels: die Desillusionierung der Demokratie	133
3.6	Joseph Alois Schumpeter: Konkurrenzkampf versus <i>created will</i>	137
3.7	Walter Lippmann: der vermeintliche Elitentheoretiker	146
3.8	Versuchter Kontaktprofit: Instrumentalisierung und selektive Zitation	148
IV Elitendemokratie versus prozedurale Demokratie		159
1	Die Verteidigung der Demokratie: mit Bernays gegen Bernays	160
2	Meinungs- und Wahlumfragen: ein früher Wilhelm Hennis	169
3	Der Beginn des Steinbruchs: liberale Demokratie als Emotionsregime?	175
V Emotion versus Vernunft: ein überholter Dualismus		185
1	Spuren in der Ideengeschichte: motivierte Kognition und der <i>myside bias</i>	192
2	Liberale Institutionen und die Kanalisierung kognitiver Verzerrungen	200

3	Gegen den <i>myside bias</i> : der Mensch ist mit der Sprache begabt	205
4	Das <i>Wunder der Demokratie</i> und seine erkenntnistheoretischen Wurzeln	212
5	Motivierte Kognition und Stammesdenken: vom Individuum zum Kollektiv	218
	VI Wider den Holismus: Bernays als <i>Steinbruch</i>	235
1	Fake News und Gemeinschaftsbildung: die Wiederkehr der Herde	236
2	Vertrauenskrise? Von wachsender epistemischer Autonomie	241
3	Die digitale Transformation und die Nivellierung von Machtasymmetrien	245
4	Stammesdenken im Netz: Algorithmen, Bots und Filterblasen	250
5	Epistemische Autoritäten und Irrationalität: Bernays in der Corona-Pandemie	253
	Schlussbetrachtung	257
	Zusammenfassende Thesen	271
	Literaturverzeichnis	279
	Quellenverzeichnis Library of Congress	335

Einleitung

„It is generally recognized today that what people say regarding their motives and attitudes may be rationalization of one kind or another, may not actually express what they believe or feel. Man is a complicated animal, and motives today are complex. The individual who has certain attitudes does not know where he may derive them from, nor does an attitude necessarily indicate the action that may ensue.“¹

Der Mensch ist widersprüchlich und komplex. Die Gründe, die er für sein als vernünftig empfundenenes Handeln angibt, sind nicht selten Rationalisierungen unbewusster Motive oder Emotionen. Diese von Edward L. Bernays (1891–1995) konstatierte, anthropologische Einsicht steht stellvertretend für den Impetus seiner Werke und deren Aktualität. Bernays gilt als „father of public relations“ (Parlier 2007a: 23)² und liefert als „Meister der Manipulation“ (Triebelhorn 2018) mit seinen Konzepten und Methoden die Blaupause für moderne Public Relations (vgl. Parlier 2007a: 23). Er ist eine der einflussreichsten Personen für die Entwicklung der PR: „Edward Bernays almost single-handedly fashioned the craft that has come to be called public relations“ (Tye 2002: viii). Die Schriften von Bernays, der in *Current Biography: Who's new and why 1942* als „United States Publicist No. 1“³ bezeichnet wird (vgl. Block 1971: 77) und vor allem sein Werk *Crystallizing Public Opinion (CPO)* (Bernays 1923) üben sowohl innerhalb als auch außerhalb des Fachbereichs der PR Einfluss aus (vgl. Pimlott 1951: 11). Bernays ist im Jahr 1923 der Erste, der Public Relations an einer Universität unterrichtet (vgl. Olasky 1984b: 11). Dementsprechend schreibt der berühmte Historiker Daniel J. Boorstin über den dop-

- 1 Bernays, Edward L. (1954): Brief an Leo Mishkin, 26. Oktober 1954, in: *EBP*, Box I – 31, Folder “M”. Ich zitiere die Edward Bernays Papers (im Folgenden *EBP*) aufgrund besserer Übersichtlichkeit in den Fußnoten. Unten findet sich ein separates Quellenverzeichnis mit allen Verweisen aus den *EBP* in der Library of Congress. Die Bezeichnung der konsultierten Dokumente und ihre Lokalisierung richten sich nach der offiziellen Kategorisierung der Library of Congress: „Edward L. Bernays Papers. A Finding Aid to the Collection in the Library of Congress“ der Manuscript Division, Library of Congress, Washington D.C. 1996. Diese kann auf der Website der Library of Congress eingesehen werden: https://findingaids.loc.gov/exist_collections/ead3pdf/mss/2003/ms003016.pdf. Darüber hinaus wird, um eine bessere Nachvollziehbarkeit der Gedankenführung und Lesbarkeit zu gewährleisten, in dieser Arbeit für Personenbezeichnungen die maskuline Form verwendet. Die Personenbezeichnungen beziehen sich gleichermaßen auf alle Geschlechter und das Anliegen geschlechtergerechter Sprache wird vollumfänglich unterstützt. An dieser Stelle danke ich außerdem im Besonderen Krujana, Alexa, Adrian, Sascha, Jawin, Hannes, meiner Mama Uschi und meinem Bruder Manuel für die Korrekturlese meiner Arbeit.
- 2 Die Zitation Parliers steht stellvertretend für unzählige weitere, die Bernays als Vater der PR bezeichnen.
- 3 Die Bezeichnung geht ursprünglich auf das *Time Magazine* zurück, wie aus einer Pressemitteilung zur Veröffentlichung des Sammelbands *The Engineering of Consent* hervorgeht: Bernays, Edward L. (1956): For Immediate Release, in: *EBP*, Box I – 451, Folder Engineering of Consent (1955).

pelten Neffen Sigmund Freuds:⁴ „Bernays’ writings are among the most sophisticated, philosophically self-conscious, and literate works on public relations – the institution and the profession“ (Boorstin 1992: 268).

Bernays schreibt in den frühen 1920er Jahren vor dem Hintergrund einer sich entwickelnden Massendemokratie, in der Informationen an immer breitere Gesellschaftsschichten in immer schnellerer Geschwindigkeit dringen. Die rasant zunehmende Alphabetisierung des 19. Jahrhunderts (vgl. Osterhammel 2009: 1118ff.) und die Angst vor der Macht der Masse führen zur Furcht vor dem Kontrollverlust von Eliten. Die intellektuelle Diskussion um eine Gegenbewegung und die Angst vor dem irrationalen *demos* spiegeln sich in Bernays’ Theorien wider und er befindet sich damit in illustrierter Gesellschaft. Denn im historischen Kontext der Bernays’schen Werke publiziert Sigmund Freud im Jahr 1921 *Massenpsychologie und Ich-Analyse* und der berühmte Journalist Walter Lippmann *Public Opinion* im Jahr 1922. Zwischen 1924 und 1926 schreibt Adolf Hitler an *Mein Kampf*. Bernays behauptet, CPO sei von Goebbels genutzt worden (vgl. Bernays 1965: 652), wodurch die Einsichten aus der Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges und des *Committee on Public Information (CPI)* Eingang in die Propaganda der Nazis gefunden hätten (vgl. *Kapitel III 3*). Dieser historische Kontext sowie die Möglichkeit eines Bindeglieds in der Person von Bernays zwischen der Psychoanalyse Freuds und den Elitetheorien Le’Bonscher Prägung begründen bereits seine politiktheoretische Relevanz und mögliche ideengeschichtliche Bedeutung.

Während Bernays in der PR-Literatur Protagonist zahlreicher Studien und Artikel⁵ ist und er populärwissenschaftlich zumindest zitiert wird (vgl. El

4 Seine Mutter war Freuds Schwester Anna, sein Vater war der Bruder von Freuds Ehefrau Marta. Mit seiner Mutter korrespondiert er immer wieder auf Deutsch. Siehe: *EBP*, Box II – 1 General Correspondance 1911–1938.

5 Auf die einflussreichsten Bezugnahmen der PR-Literatur auf Bernays gehe ich in dieser Arbeit immer wieder ein. Dazu zählen als Sammelbände beziehungsweise Monographien: Tye (2002); Ewen (1996) und Cutlip (1994) sowie Carey (1997) und Moloney (2006). Einflussreiche Artikel ohne Anspruch auf Vollständigkeit, auf die ich ebenfalls Bezug nehme, sind beispielsweise Bivins (2013); Fossel (2016); Garcia (2015); Jansen (2008; 2013); L’Etang (2008); Marcellus (2012); Murphree (2015) und Olasky (1984a; 1984b; 1985). Außerdem hat Kovacs (2023) jüngst die vernachlässigte Rolle von Frauen wie Bell Moskowitz in der PR-Geschichte aufgezeigt. Moskowitz reklamiert, den Begriff Public Relations erfunden zu haben – während Bernays, der mit ihr zusammenarbeitete, die Meriten dafür einsammelte (vgl. Kovacs 2023: 200). Alperstein (2022: 24f.) stellt jüngst die „Torches of Freedom“-Kampagne von Bernays als Vorreiter sozialer Bewegungen dar und parallelisiert die Mobilisierung von Aktivisten mit Bernays’ *engineering of consent*. Außerdem wird Bernays in vielen weiteren Disziplinen, wie beispielsweise den Kommunikations- oder Kulturwissenschaften angeführt, wenn es um Public Relations oder Propaganda geht, um die Ursprünge dieser zu beleuchten (vgl. bspw. Hobbs 2020: 35). In jüngsten Veröffentlichungen formuliert beispielsweise Balistreri (2022: 44) eine Parallele zum Konzept des *nudging* (vgl. Thaler & Sunstein 2008), die ich in *Kapitel IV 3* behandle. Außerdem wird Bernays mittlerweile in verschiedenen Ländern zumindest cursorisch rezipiert. Siehe dafür jüngste Veröffentlichungen in Frankreich, als Colon (2021) den bisherigen Wissensstand zu Bernays analysiert und

Ouassil & Karig 2021: 217ff.),⁶ was mitunter auf die populäre Dokumentation *The Century of the Self* von Adam Curtis aus dem Jahr 2002 zurückgeht, lässt eine spezifisch politiktheoretische Aufarbeitung auf sich warten.⁷ In der PR-Wissenschaft wird Bernays regelmäßig rezipiert, wie das jüngst erschienene Grundlagenwerk *The Routledge Companion to Public Relations* (Pompper et al. 2022) zeigt.⁸ Eine *systematische* und *ideengeschichtliche* Erfassung sowie Aktualisierung der Bernays'schen Gedanken findet sich jedoch weder in der Biographie von Tye (2002), noch in den zentralen Aufarbeitungen der PR-Historiker (vgl. Ewen 1996; Cutlip 1994; 1995). Auch im Anschluss an das wirkmächtigste Modell der PR-Wissenschaft von Grunig und Hunt (1984),⁹ die wesentlich an Bernays' Konzeptionen aus *CPO* (1923) und *Propaganda* (1928)

kritisch die Parallelisierung von Bernays und Lippmann dekonstruiert; in Bulgarien, als Radoslavov (2022) Bernays als „father of manipulation“ bezeichnet; in Usbekistan, als Gulnoza (2022) Bernays als Vertreter der Propaganda in Friedenszeiten nennt; in Kasachstan, als Bekbolatuly (2022) Bernays als Begründer der PR nennt; in Algerien, als Ikram und Brahim Bernays und Lippmann fälschlicherweise parallelisieren und in Indien, als Attavar und Dey (2022) die Verbindung zwischen PR und Psychologie auf Bernays zurückführen.

- 6 Die Autoren beschreiben Bernays als „Psychologen“ und „Journalisten“, der den Begriff der PR durch den Begriff der Propaganda ersetzt habe (El Ouassil & Karig 2021: 217) und formulieren zumindest missverständlich: „[...] 1917 unterstützte er die US-Regierung in ihrem Bemühen, Zustimmung zu einem Kriegseintritt der vereinigten Staaten im Ersten Weltkrieg zu schaffen, mit dem Slogan: ‚Make the world safe for democracy‘“ (ebd.: 217). Während Bernays als Teil des Committee on Public Information (*CPI*) daran beteiligt war, ist nicht nachzuweisen, dass der Slogan auch von ihm stammt.
- 7 Zu den jüngst erschienenen vereinzelt Ausnahmen zählen Wimberly (2020), die als politische Philosophin auf *CPO* (Bernays 1923) Bezug nimmt, um Propaganda zu definieren sowie der Verweis Deringers (2023: 291) im Kontext des Sammelbandes *International Discourses of Authoritarian Populism. Varieties and Approaches*, dass sich der autoritäre Populismus durch den Einsatz von Manipulationstechniken auszeichne. Populistischer Diskurs und Propaganda wiesen eine Ähnlichkeit auf, die unter Bezug auf Bernays untersucht werden könne. Auch die jüngste, der Philosophie zuzurechnende Publikation zur Frage der Definition von Propaganda (Wimberly 2023), die auf Bernays Bezug nimmt und analysiert, dass neben die voluntaristische Wirklichkeitskonstruktion die Bildung von Gruppenidentitäten tritt, ist positiv hervorzuheben.
- 8 Bernays wird als wesentlicher Einfluss für den Begriff *Public Relations Counsel* genannt und seine Grundlegung in psychologischer Forschung hervorgehoben (vgl. Gower 2022: 62). Thompson (2022: 164f.) stellt Bernays in die Tradition Platons in Bezug auf die Täuschung der Bürger durch die herrschende Klasse. Waymer (2022: 193f.) problematisiert die Bernays'sche Gleichsetzung von Propaganda und PR für die Disziplin. Macnamara (2022: 225) erklärt dabei, dass der Schritt der Evaluation in der PR auf Bernays zurückgeht. McKeever und Stewart (2022: 265) beziehen sich auf Bernays' Betonung sozialer Verantwortung und Adi und Stoecle (2022: 311) fordern im Sinne Bernays' und der Professionalisierung der Profession die Einrichtung von Graduiertenschulen.
- 9 Das Modell beansprucht, Bernays' asymmetrischen Ansatz zu symmetrischer Kommunikation und daher einem ethischeren Ansatz zu machen (vgl. Gower 2022: 64).

anschließen (vgl. Moloney 2006: 54), ist keine systematische Auseinandersetzung mit Bernays auszumachen.¹⁰

Im Gegensatz zu Ivy Lee, der historisch vor Bernays wirkt und den Carey (1997: 80) als „major figure“ in einer Linie mit Bernays nennt, interessiert sich Bernays für die theoretische, sozialwissenschaftliche und anthropologische Fundierung der PR und Propaganda. Das begründet seine politiktheoretische Anschlussfähigkeit. Bernays schreibt vor dem Zweiten Weltkrieg über PR und Propaganda als Synonyme, gibt diese Kongruenz nach dem Zweiten Weltkrieg auf und spricht dennoch vom *engineering of consent* (Bernays 1947c), was vielen seiner Kollegen aufstößt: „It lacked, in their view, the discretion of knowing when to say less“ (Moloney 2006: 41, Fn. 2). Der offene Umgang mit Manipulation, bei scheinbar gleichzeitiger Aufrechterhaltung liberal-demokratischer Prinzipien macht Bernays für die Frage der emotionspoitischen Lücke des Liberalismus interessant und verspricht vor der Diskussion um Postfaktizität und die ideengeschichtlich systematische Frage, wie es sich mit Propaganda in der Demokratie verhält (vgl. Stanley 2020), erkenntnisreich zu sein. Die politikwissenschaftliche Rezeption und die ideengeschichtliche Einordnung sind somit kein Selbstzweck, sondern legen gleichermaßen die Aktualität der Bernays'schen Konzepte offen.

In der Auseinandersetzung mit Bernays ist methodische Vorsicht geboten. Larry Tyes (2002) Biographie illustriert Bernays als von Narzissmus gespickte Persönlichkeit. Er übertreibt in vielen seiner Erzählungen. Eine Anekdote illustriert diesen Komplex pointiert:

„Feeling he was too short, at 5 feet 4 inches, Eddie seemed determined to make everything else larger than life. He even inflated his name with an *L.*, a middle initial that was not on his birth record in Vienna. It apparently stood for Louis, although even his daughters aren't sure, since he didn't like to talk about it.“ (Tye 2002: 147)

Der Wunsch nach Anerkennung drückt sich im Verhältnis zu seinem Onkel Sigmund Freud aus. Von der Verwandtschaft mit Freud erfährt jeder, der es hören will. So bietet sich Bernays beispielsweise aus Eigeninitiative im Jahr 1953 Ernest Jones an, der eine Biographie über Freud verfassen will und beschreibt seine Beziehung zu Freud, von dem er faszinierende Briefe erhalten habe.¹¹ Diese Eigenheit zeigt sich gleichermaßen bei der Veröffentlichung des Sammelbandes *The Engineering of Consent* (1956) in mehreren Briefen zwischen Bernays und dem Verlag. Bernays verleiht seiner Angst Ausdruck, nicht als der Herausgeber des Sammelbandes wahrgenommen zu werden. Der verantwortliche Verlagsvertreter, Savoie Lottinville antwortet Bernays am 23.

10 Bernays verwendet die Begriffe vor dem Zweiten Weltkrieg als Synonyme. Weil diese die Hauptwerke der Bernays'schen Arbeit sind, verwende ich die Begriffe ebenfalls als Synonyme.

11 Bernays, Edward L. (1953): Brief an Ernest Jones, 11. Juni 1953, in: *EBP*, Box I – 27, Folder Jones, Ernest.

Juni 1955: „We are going to make your editorship big and bold enough to leave no room for doubt on anybody’s part about how the book was put together.“¹²

Aufgrund seines Wunsches nach Anerkennung feilt Bernays manipulativ an seinem eigenen Mythos. Er hatte ein Interesse daran, seinen Stempel in der Geschichte der PR zu hinterlassen (vgl. L’Etang 2008: 324f.). Durch die biographiezentrierte Arbeitsweise der PR-Historiker kann die Bedeutung einzelner Individuen für die Disziplin, wie bei Bernays, schnell überschätzt werden (ebd.: 321). Dieser Diagnose korrespondierend zeigt Cutlip (1994: 219), dass Bernays auf einer Vortragsreise im Jahr 1985 das Schlagwort vom „father of PR“ selbst vorantreibt und H.L. Mencken überzeugt, in seinem Werk *The American Language* (1919) die Definition des Berufs „Public Relations Counsel“ Bernays zuzuschreiben (ebd.: 241). So trägt er selbst zur Legendenbildung bei.¹³ Ewen (1996: 15) gibt nach seinem Interview mit Bernays gar zu: „I must acknowledge that I was thoroughly charmed.“ Weil Bernays über 100 Jahre alt geworden ist, hatte er für die Manipulation seines eigenen Vermächnisses viel Zeit und überlebte alle seine Konkurrenten.

Ein zentrales Element seines Storytellings ist die sogenannte „Torches of Freedom“-Kampagne, die Bernays bei seiner Arbeit für American Tobacco konzipiert. Bei der traditionellen Osterparade in New York 1929 lässt er eine Gruppe junger Frauen Zigaretten anzünden und kündigt Journalisten und Fotografen im Vorhinein an, dass ein berichtenswertes Ereignis zu erwarten sei. Die Journalisten greifen den Skandal rauchender Frauen in der Öffentlichkeit auf, die Phrase der „Torches of Freedom“ wird nach Bernays’ Erzählung landesweit verbreitet und zum Symbol der Emanzipation der Frau.¹⁴ Seiner eigenen Schilderung nach hat die Kampagne über Nacht einen kulturellen Wandel ausgelöst. Murphree (2015) hat diese Erzählung in einem Artikel dekonstruiert und teilweise als Mythos klassifiziert.

12 Lottinville, Savoie (1955): Brief an Edward L. Bernays, 23. Juni 1955, in: *EBP*, Box I – 451, Folder Engineering of Consent. Bernays’ Egozentrik manifestiert sich darüber hinaus in hunderten Zeitungsausschnitten, die er in mehreren Büchern gesammelt hat. In den Ausschnitten findet sich in jedem Artikel der Name „Bernays“ angemerkert, ganz gleich, ob damit ein substanzieller Inhalt verbunden ist, oder sein Name nur erwähnt wird. Siehe hierfür in den *EBP* Box I – 701; Box I – 702; Box I – 703 und Box I – 708.

13 Bernays betreibt sowohl für sich selbst permanent PR als er auch in privaten Angelegenheiten seinem Beruf treu bleibt. Er bewirbt seine Tochter Anne Bernays bei einer College-Bewerbung, fordert eine fundierte PR-Kampagne für ihr Buch *Short Pleasures* und macht über mehrere Briefe an verschiedene Herausgeber des Landes auf ein Buch seines Schwiegersohnes Justin Kaplan aufmerksam. Siehe: Bernays, Edward L. (1948): Brief an Dr. James A. Perkins, 12. Mai 1948, in: *EBP*, Box I – 1, Folder Bernays, Anne F. (daughter), 1948, 1954. Aus Box I – 2, Folder Kaplan, Anne F. (daughter) and Justin (son-in-law), 1960–62 werden aus mehreren Briefen und einer Liste wichtiger Herausgeber des Landes die PR-Kampagnen für die Eheleute Kaplan deutlich. Anne F. Kaplan ist in Box I – 1 noch Anne F. Bernays.

14 Für Kontext im Vorfeld der Kampagne, siehe: Topić, Martina (2021): An analysis of the smoking debate ahead of Bernays’ „Torches of Freedom“ campaign through the lens of the New York Times coverage (1870–1929), in: *Journal of Historical Research in Marketing*, Vol. 13, S. 214–230.

Während Cutlip (1994: 205ff.) weitere Schilderungen zu Klienten wie General Motors, der Arbeit für George Washington Hill und dem Light's Golden Jubilee entmystifiziert, zeigt Tye (2002: 69f.) auf, dass Bernays' Arbeit für Dodge und General Motors weitaus weniger erfolgreich war, als Bernays behauptet. So wird er bei General Motors entgegen seinen ruhmreichen Behauptungen gefeuert¹⁵ und Tye (2002: 72) konstatiert: „That wasn't the first time Bernays was fired, or the last.“ Die Wirkmächtigkeit dieser Erzählungen beruht auf seiner Autobiographie, die als Quelle für biographische Ansätze dient (vgl. Murphree 2015: 261) und daher wesentlicher Träger der Mythenbildung um seine Person ist (vgl. L'Etang 2008: 321). Über diese Autobiographie schreibt Bernays an Boorstin: „Then I wrote from my memory and documents my recollections of my relations with these people. That gave me a great deal of material.“¹⁶ Formulierungen aus dem Kopf heraus können Fehler wie beispielsweise in der Einleitung erklären: Sein Cousin Ernst Freud weist ihn auf die falsch angegebene Anzahl der Geschwister der Mutter von Bernays hin.¹⁷ Bernays kann keine Quellen für seine Autobiographie angeben: „It would be quite impossible to give a bibliography of all the books and periodicals that I have examined in the course of writing this volume [...]“¹⁸

Wer sich also mit Bernays beschäftigt, muss stets hinterfragen, ob seine Äußerungen der Wahrheit entsprechen. Das gilt für alle seine Werke, wie auch das neue Vorwort aus dem Jahr 1961 für *CPO* illustriert. Bernays entwirft eine Urgeschichte der PR, die deren Ursprünge im antiken Griechenland verortet (vgl. Bernays 1923: vif.) und eine Koexistenz mit Politik und Demokratie postuliert, die ex post der Apologie seines eigenen Faches dienen soll. Bernays ist bemüht, PR mit Argumentation und Überzeugung sowie dem Recht auf Diskussions- und Meinungsfreiheit zu verschmelzen, um so deren Legitimität aufzuzeigen. Im originalen Vorwort bezieht er außerdem Stellung zu theoriegeschichtlichen Einflüssen auf sein Werk:

„In writing this book I have tried to set down the broad principles that govern the new profession of public relations counsel. These principles I have on the one hand substantiated by the findings of psychologists, sociologists, and newspapermen – Ray Stannard Baker, W.G. Bleyer, Richard Washburn Child, Elmer Davis, John L. Given, Will Irwin, Francis E. Leupp, Walter Lippmann, William MacDougall, Everett Dean Martin, H.L. Mencken, Rollo Ogden, Charles J. Rosebault, William [sic!] Trotter, Oswald Garrison Villard, and others to whom I

- 15 Seine Kampagne für die United Fruit Company war dagegen offenbar erfolgreich (vgl. Cutlip 1994: 166ff.).
- 16 Bernays, Edward L. (1957): Brief an Daniel J. Boorstin, 17. Mai 1957, in: *EBP*, Box I – 466, Folder Boorstin, Daniel J.
- 17 Freud, Ernst (1966): Brief an Edward L. Bernays, 9. März 1966, in: *EBP*, Box III – 1, Folder Freud, Ernst L. (cousin) 1957–1966.
- 18 Bernays, Edward L. (o.D.): Manuskript, in: *EBP*, Box II – 23, Folder Writings File. Das Manuskript besitzt keinen Titel, der es zweifelsfrei zuordenbar machen würde, bezieht sich aber sehr wahrscheinlich auf seine Autobiographie, um die es auf den dem Manuskript folgenden Seiten geht.

owe a debt of gratitude for their clear analyses of the public's mind and habits.“ (Bernays 1923: lvii)

Walter Lippmanns Einfluss auf Bernays ist in der Sekundärliteratur unumstritten (vgl. Carey 1997; Ewen 1996; Jansen 2013; Schudson 2008; Tye 2002).¹⁹ Die Einflüsse von Martin, Trotter und McDougall sind dagegen vernachlässigt worden. Die anderen Namen, die Bernays nennt, spielen in der Sekundärliteratur ebenfalls keine Rolle. Ich nutze die Arbeiten der Journalisten Baker, Bleyer, Child, Davis, Given, Irwin, Leupp, Mencken, Ogden, Rosebault und Villard, um den historischen Kontext der sich entwickelnden Massendemokratie, in der die Öffentlichkeit eine immer größere Rolle spielt, zu skizzieren, Einsichten zu generieren, die Bernays übersieht sowie aufzuzeigen, dass Bernays' Denken nicht so genuin neu und revolutionär ist, wie er seinen Lesern gerne glauben machen mag. Gerade weil Bernays auf sein Vermächtnis bedacht ist – so bestimmt er beispielsweise, welche Unterlagen in seinen Nachlass in die Library of Congress eingehen (vgl. Tye 2002: 216) – verspricht die Rekonstruktion durch diese Journalisten einen analytischen Mehrwert.

Weil Jansen (2013) Bernays' selektive Zitation und instrumentelle Fehldeutung Lippmanns, die seiner Apologie für Propaganda und einer Verantwortungsverschiebung dienen, dargelegt hat, liegt die Vermutung nahe, dass Bernays auch bei anderen Bezugnahmen unsauber gearbeitet haben könnte.²⁰ Bernays zitiert über mehrere Absätze, teils ohne genaue Kennzeichnung oder mit stillem Voraussetzen darüber, dass es sich um ein Zitat handelt. Es ist oft unklar, wo seine eigenen Gedanken beginnen und die der anderen Theoretiker aufhören. Aufgrund von Bernays' Arbeitsweise habe ich die Zitationen der behandelten Autoren auf ihre Richtigkeit geprüft.²¹ Der Fokus liegt dabei auf *CPO*, dessen Grundlegung für *Propaganda* zentral ist. Bernays klassifiziert *CPO*, in dem er die genannten Autoren im Gegensatz zu *Propaganda* mehrfach zitiert, als das anschlussfähigere und aktuellere Buch. Am 23. Dezember 1959 schreibt er an Arthur Pell: „My conclusion is that this book [Propaganda; SM] does not merit rerunning because it is so outdated.“²² Vor allem die Psychologie sei nicht mehr aktuell. Allerdings stellt sich die Frage, warum die Psychologie in *CPO*, das fünf Jahre vor *Propaganda* erscheint und die anthropologische Grundlegung beinhaltet, nicht aus der Mode gekommen sein sollte. Ich

19 In seiner Autobiographie formuliert er den Anspruch, die Prinzipien Lippmanns und der anderen von ihm genannten Autoren praktisch anzuwenden (vgl. Bernays 1965: 290f.).

20 Für seinen Konkurrenten Ivy Lee hat Cutlip (1994: 177) eine ähnliche Gedankenübernahme wie Jansen für Lippmann konstatiert: „Much of Ivy Lee's thinking is woven into *Crystallizing Public Opinion* without attribution.“

21 Bei fehlerhafter oder unvollständiger Zitation habe ich diese in den Fußnoten angemerkt. Ist eine Zitation ohne Fußnote, hat Bernays korrekt, unter Angabe der richtigen Quelle und nicht sinnentstellend zitiert.

22 Bernays, Edward L. (1959): Brief an Arthur Pell, 23. Dezember 1959, in: *EBP*, Box 1 – 452, Folder *Crystallizing Public Opinion* (1961 edition).

interpretiere den Verzicht auf eine Republikation von *Propaganda* als Taktik, die der Reinwaschung des Konzeptes „PR“ dienen sollte:

„This book [Propaganda; SM] was written before the word propaganda had the evil connotation given to it by Hitler and Goebbels and before World War II developed different meanings for the word. I use sentences that, in the light of the intervening period, would be interpreted differently.“²³

Bernays' Vorarbeiten in der Library of Congress enthalten folgerichtig keine Exzerpte anderer Werke oder ausführliche Notizen zu anderen Autoren. Exemplarisch lässt sich seine lockere Arbeitsweise an einem Briefwechsel im Kontext des Werkes *Take Your Place at the Peace Table* (1945) nachvollziehen. George Weiss schreibt mit Bezug auf eine Zitation von Bernays: „I should appreciate it very much if you would give me the specific source of this quotation and, if possible, the precise words used by Lodge.“²⁴ In seiner Antwort schreibt Bernays: „In answer to your inquiry, I do not remember the exact quotation, but as I recall it, it was from Bailey's 'Diplomatic History of the American People'.“²⁵ Aufgrund dieser stellenweise semi-wissenschaftlichen Arbeitsweise gilt die Einsicht des Robert-Michels-Biographen Tim Genett ebenso für Bernays, wenn dieser von der „schöpferische[n] Erfindung der Vergangenheit im Modus der autobiographischen Erinnerung“ (Genett 2008: 210) spricht und zur theoriegeschichtlichen Einordnung Michels' festhält:

„daß die intellektuelle Vaterschaft eines Gedankens oder gar eines Weltbildes in wissenschaftlichen Arbeiten nicht immer ausgewiesen sein muß, daß es mitunter kontingente, biographische oder wissenschaftshistorische, Gründe dafür gibt, daß die Bedeutung eines intellektuellen Wirkungszusammenhangs nicht immer an der Zahl der Fußnoten ablesbar ist, sondern sich erst der vergleichenden Lektüre erschließt.“ (Genett 2008: 480)

Die ideengeschichtliche Aufarbeitung der Einflüsse auf Bernays ist umso drängender. Dafür rekonstruiere ich in *Kapitel I* anhand der von Bernays zitierten Journalisten die Entwicklung des US-amerikanischen Journalismus um 1900, aus dem sich gleichermaßen die Bernays'sche Öffentlichkeitskonzeption ergibt. Diese führt zu einem individualistischen Ansatz:

„An engineer may know all about the cylinders and pistons of a locomotive, but unless he knows how steam behaves under pressure he cannot make his engine run. Human desires are the steam which makes the social machine work. Only by understanding them can the prop-

23 Bernays, Edward L. (1959): Brief an Arthur Pell, 14. Dezember 1959, in: *EBP*, Box 1 – 452, Folder Crystallizing Public Opinion (1961 edition). Diese Entscheidung korrespondiert den Reaktionen auf *CPO* und *Propaganda*, die für ersteres Buch enthusiastisch ausfallen, aber für zweiteres Buch schnell in Kritik wegen seiner Unehrlichkeit und dem Versuch, Propaganda heiligzusprechen, umschlagen (vgl. Olasky 1984b: 4ff.).

24 Weiss, George Jr. (1945): Brief an Edward L. Bernays, 14. Juni 1945, in: *EBP*, Box I – 450, Folder Take Your Place at the Peace Table (1945).

25 Bernays, Edward L. (1945): Brief an George Weiss Jr., 15. Juni 1945, in: *EBP*, Box I – 450, Folder Take Your Place at the Peace Table (1945).

agandist control that vast, loose-jointed mechanism which is modern society.“ (Bernays 1928b: 52f.)

Weil sich die öffentliche Meinung, die für jedes Unterfangen in der modernen Massendemokratie unerlässlich ist, aus den individuellen Meinungen der Menschen zusammensetzt, muss der Ansatzpunkt des PR-Beraters, der Zustimmung für ein Thema schaffen will, das Individuum sein. Das führt Bernays zur Frage nach der Anthropologie, die er mit den Einsichten der Psychoanalyse Sigmund Freuds sowie der (Sozial-)Psychologie Wilfred Trotters, Everett Dean Martins und William McDougalls bearbeitet und die ich in *Kapitel II* aufarbeite. Bernays formuliert die Fundierung der PR in den Erkenntnissen der Sozialwissenschaften, der Ökonomie, der Psychologie und der Sozialpsychologie immer wieder (vgl. Bernays 1952: 132ff.). So betont er: „The social sciences are the foundation of public relations“ (Bernays 1955: 10). In diesen Wissenschaften liege der Schlüssel, um Ordnung und Wachstum zum Wohle aller Menschen in der hochkomplexen Gesellschaft zu gewährleisten (ebd.: 23f.). Für die Politische Theorie ist dabei Bernays' Fokus auf die Individual- und Sozialpsychologie²⁶ hervorzuheben:

„When you deal with politics, you impinge on social psychology and individual psychology. You must, for instance, understand the workings of the authoritarian personality which has been clearly defined in terms of its insecurities and inferiorities. You must know something about the psychopathology of politics, and something about the mainsprings of the American tradition.“ (Bernays 1955: 11)

Dementsprechend versucht Bernays auf dem neuesten Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse der Psychoanalyse zu bleiben,²⁷ empfiehlt seiner Frau die Enzyklopädie der Sozialwissenschaften im Jahr 1948 als „indispensable tool for social scientists, psychiatrists, psychologists, libraries [sic!]“²⁸ und ist Abonnent des *Library Journal*.²⁹ Er ist außerdem Abonnent des *American Journal of Sociology* und erkundigt sich bei dessen Gründer und Herausgeber Albion W. Small in einem Brief aus dem Jahr 1926 nach anderen empfehlenswerten soziologischen Magazinen.³⁰ Die Einsicht in die Notwendigkeit einer interdisziplinären Betrachtung des Faktors „Mensch“ ist für die Politische The-

26 Lange nach dem Zweiten Weltkrieg formuliert Bernays (1968: 207) in einem Review des Buches *Only by Public Consent. American Corporations Search for Favorable Opinion* von L.L.L. GOLDEN erneut diese Überzeugung: „The author would need to be a social historian who understood social psychology and individual psychology.“

27 Siehe hierfür in den *EBP* vor allem Box I – 501, Folder Psychoanalysis.

28 Bernays, Edward L. (1948): Brief an Doris Fleischmann Bernays, 10. Februar 1948, in: *EBP*, Box I – 1, Folder Bernays, Doris Fleischman (wife), 1948.

29 Bernays, Edward L. (1955): Brief an Helen E. Wessells, 28. November 1955, in: *EBP*, Box I – 451, Folder Engineering of Consent (1955).

30 Bernays, Edward L. (1926): Brief an Albion W. Small, 21. April 1926, in: *EBP*, Box I – 450, Folder Crystallizing Public Opinion (1923).

orie hervorzuheben.³¹ Dem trage ich in *Kapitel II* Rechnung, in welchem ich die Bernays'sche Anthropologie destilliere und schließlich in eine systematische Erfassung der zentralen Elemente seiner Propagandatheorie überführe.

Die drei Elemente dieses Begriffs – analytisch, affirmativ, elitentheoretisch – in *Kapitel III* sowie die systematische Erarbeitung der Anthropologie leisten die bislang noch fehlende theoriegeschichtliche Einordnung, illustrieren die Bernays'sche Positionierung zum Verhältnis zwischen Propaganda und Demokratie und offenbaren gleichermaßen die ideengeschichtlichen Einflüsse auf die Positionen von Bernays. Die analytische Dimension beschreibt Bernays' technisches Propagandaverständnis und offenbart ein flexibles Verhältnis zur Wahrheit, das aufgrund der daraus resultierenden voluntaristischen Wirklichkeitskonstruktion spezifisches Aktualisierungspotential besitzt. Die affirmative Dimension begründet die historische Notwendigkeit von Propaganda in der Massendemokratie des frühen 20. Jahrhunderts, ihre neutrale Konnotation, die mit jedwedem Inhalt gefüllt werden kann und ein Gemeinwohlverständnis, das ich mit Ernst Fraenkel (1991) als *a priori* klassifiziere. Darüber hinaus liefert die affirmative Dimension ein Distinktionsmerkmal zwischen Demokratie und Autokratie, das der politiktheoretischen Leerstelle von Propaganda in der Demokratie Rechnung tragen kann und analytisches Anschlusspotential offenlegt. Die elitentheoretische Dimension schließt die Betrachtung des Bernays'schen Propagandabegriffes ab und illustriert ideengeschichtliche Parallelen im Sinne der vergleichenden Lektüre Genetts (2008: 480). Dazu gehören die Bernays'sche Zweiteilung der Gesellschaft in eine intelligente Minorität, die auch in der Demokratie eine unterlegene Majorität führen muss,³² und ideengeschichtliche Parallelen zu den berühmten Elitensoziologen um Vilfredo Pareto und Robert Michels, die wiederum zum politiktheoretisch so einflussreichen Joseph Alois Schumpeter und dessen möglicher Querverbindungen zu Bernays führen.

Während ich mich in *Kapitel III* vornehmlich mit Bernays' früheren Werken *CPO* (1923) und *Propaganda* (1928) sowie der einflussreichsten Artikel rund um diese Publikationen befasse, widme ich mich in *Kapitel IV* den Schriften Bernays' rund um den Zweiten Weltkrieg, aus denen sich ein irritierendes

31 Eine ähnliche Forderung für die Politik findet sich in den *EBP*: „The president theoretically and practically must become an applied social scientist in democratic leadership. He and his administrative personnel should have a knowledge of the psychology of the people, of their attitudes and motives. He must understand social psychology, anthropology. He must have an understand of the impact of actions that speak louder than words and know how to use words to back up his actions.“ Siehe hierfür: Bernays, Edward L. (o.D.): Manuskript einer undatierten Rede, in: *EBP*, Box III – 60, Folder Texts and related materials undated.

32 Ein solcher Elitismus findet sich in Bernays' Briefwechseln an verschiedenen Stellen. Beispielfhaft legt davon ein Brief an seine Tochter Anne Zeugnis ab. Bernays kritisiert eine Agentin vom Verlag des Buches seiner Tochter und schlussfolgert: „That is why I like to deal with top dogs. One doesn't have to bother with the little people then.“ Siehe: Bernays, Edward L. (1960): Brief an Anne Kaplan, 7. Juni 1960, in: *EBP*, Box I – 2, Folder Kaplan Anne F. (daughter) and Richard (son-in-law), 1952, 1958–1961.

Amalgam aus Demokratiefreundlichkeit und Anti-Liberalismus destillieren lässt, das mit einem teilweise prozeduralen Demokratieverständnis seine eigene propagandistische Elitentheorie konterkariert. In diesem Kapitel, das darüber hinaus eine überzeugende demokratietheoretische Kritik an Wahlumfragen formuliert, nimmt die These von *Bernays als Steinbruch*, aus dem die eine oder andere sinnvolle Einsicht zu entnehmen ist, ohne eine theoretische Gesamtkohärenz zu behaupten, Gestalt an.³³ Damit einher geht die Frage, ob mit Bernays ein liberales Emotionsregime im Sinne der emotionspoietischen Lücke des Liberalismus beschrieben werden kann, als gerade dessen affirmativer Propagandabegriff Propaganda *in* der Demokratie skizziert und so vermag, analytisches Anschlusspotential für moderne (empirische) Forschung offenzulegen.

An die Gedanken zur emotionspoietischen Lücke des Liberalismus schließe ich in *Kapitel V* an und trage damit dem zentralen Bernays'schen Impetus Rechnung, Politik auf der Basis einer interdisziplinären anthropologischen Grundlegung zu betrachten. Dabei frage ich auch, ob der Liberalismus, so wie er Ordnung und Freiheit nicht als Gegensätze denkt, Emotionen und Gefühle nicht als der Ordnung und Freiheit entgegenstehende Phänomene verstehen sollte. In diesem Licht formuliere ich den Anspruch einer interdisziplinären Reorientierung der Politischen Theorie, die weder eine reine Abwendung von der Ideengeschichte noch einen definitiven Rückgriff zu klassischen Methoden wie dem resolutiv-kompositorischen Dreierschritt der Vertragstheorie meint, sondern vielmehr den Fokus auf die Voraussetzungen und Verwirklichungsbedingungen liberaler Demokratie legen soll. Die Frage nach der Machbarkeit ist vor dem weltweiten Rückgang liberal-demokratischer Staatlichkeit auf der ganzen Welt dringend geboten.

Um mich einer Antwort an diese Frage anzunähern, überführe ich die Erkenntnisse der von Bernays zitierten Autoren in eine Betrachtung moderner Sozialpsychologie und Neurowissenschaft vor dem Hintergrund der Auflösung des Dualismus' von Vernunft versus Emotion und damit in ein systematisches Argument für die Politische Theorie. Die diesbezüglichen Bernays'schen Einsichten besitzen Erklärungspotential für Phänomene wie in den USA und Brasilien, in denen der *losers consent*, also die Akzeptanz einer demokratischen Wahlniederlage zunehmend schwindet. Die absolute Erhöhung eigener Positionen entzieht diese der demokratischen Fallibilität, was wiederum zum gewaltsamen Widerstand gegen demokratische Entscheidungen führen kann. Außerdem illustriere ich dabei, dass zentrale Erkenntnisse moderner Sozialpsychologie und Neurowissenschaft bereits in der politischen Ideengeschichte angelegt sind und trage so zu einer Aktualisierung der Autoren rund um Bernays bei. Die Reorientierung Politischer Theorie wird so in der Ideengeschichte verankert und gleichermaßen in die Interdisziplinarität überführt. In

33 Diese These ist Namensgeber und Inhalt des *Kapitels VI*. Die Metapher vom Steinbruch ist aus der Marx-Forschung entnommen.

Kapitel VI leite ich das systematische Argument zum Dualismus von Vernunft versus Emotion in eine abschließende Betrachtung der modernen Phänomene der digitalen Transformation rund um Fake News über und illustriere die Bernays'sche Aktualität im Sinne der *Steinbruchthese* anhand verschiedener anschlussfähiger Elemente seiner Theorie, die ich als Anregungen für weitere politikwissenschaftliche Bernays-Forschung verstehe. Ich habe ganz bewusst „Ich“ geschrieben und möchte das für meine Arbeit im Folgenden als Demut verstanden wissen sowie dem Onkel meines Protagonisten Edward Bernays, Sigmund Freud, gerecht werden: „*Freud* sagte sehr oft: Ich. Dogmatischere Wissenschaftler lieben es, unpersönlicher zu schreiben; was dann bedeutet, dass die Wahrheit persönlich die anonyme Feder führt“ (Marcuse 1956: 31).