

Sadece Bernays'ın Eşi Mi? Halkla İlişkilerin Kadın Öncüllerinden Doris E. Fleischman

Nilüfer Pınar Kılıç^{a, b}, İlkin Esen Yıldırım^c

Özet

Profesyonel anlamda halkla ilişkiler uygulamalarının tarihi 1900'lü yıllardan başlamakta ve genellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki öncüller aracılığıyla aktarılmaktadır. Ivy Lee ve Edward L. Bernays üzerinden aktarılan bu tarih anlatısında kadın öncüllerin göz ardı edilmesi çalışmanın motivasyon noktasını oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı halkla ilişkiler alanının kuruluşunda ve gelişiminde önemli işler yapmış olan ve Türkiye'deki halkla ilişkiler literatüründe yer almayan Doris Elsa Fleischman'ın alana katkılarını görünür kılmaktır. Bu bağlamda öncelikle Türkiye'de yayınlanmış halkla ilişkiler kitapları incelenerek literatür taraması yapılmış, sonrasında Amerika Birleşik Devletleri halkla ilişkiler tarihinde önemli bir yeri bulunan Fleischman'ın halkla ilişkiler alanına katkıları olumsuz örnek olay yöntemiyle analiz edilmiştir. Sonuç olarak Bernays'ın şirketinin eş ortağı olan Doris E. Fleischman'ın, alanın adlandırılmasından uygulamalardaki katkılarına kadar pek çok alanda faaliyette bulunduğu ve akademik yayınlar yaptığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Halkla İlişkiler Tarihi
Doris Elsa Fleischman
Edward Bernays
Tarih yazımı

Makale Hakkında

Geliş Tarihi: 28.01.2020
Kabul Tarihi: 12.10.2020
Doi: 10.18026/cbayarsos.681305

Is She Just Bernays's Wife? Doris E. Fleischman, One of the Women's Precursors of Public Relations

Abstract

The history of professional public relations begins in the 1900s and is usually conveyed through the precursors in the United States. The Ignorance of precursors in this historical narrative, expressed over Ivy Lee and Edward L. Bernays, is the motivational point of the study. The main aim of this study is to make Doris Elsa Fleischman's contribution to the field visible. Although her significant works in public relations, she is almost unnamed in the Turkish public relations literature. In this context, firstly a literature review is made on pr books published in Turkey. Afterwards, Fleischman's contributions to the field of public relations, which has an essential place in the history of public relations in the United States, were analyzed by a negative case study method. As a result, it has been identified that Doris E. Fleischman, who is the co-partner of Bernays' company, has been active in many fields from the naming of the field to her contributions in applications and made academic publications.

Keywords

Public Relations History
Doris Elsa Fleischman
Edward Bernays
Historiography

About Article

Received: 28.01.2020
Accepted: 12.10.2020
Doi: 10.18026/cbayarsos.681305

^a İletişim Yazarı: npkiloc@ankara.edu.tr.

^b Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü. ORCID ID: 0000-0001-7133-7442.

^c Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü. ORCID ID: 0000-0001-5954-3024.

Giriş

Tarihyazımında olgular ve belgelerin yanında farklı yaklaşımların etkili olması tarihin nesnellüğünün tartışılmasına neden olmaktadır. Halkla ilişkilere dair yazarların farklı varsayımları nedeniyle alanın tarihyazıcılığında da benzer durumla karşılaşmaktadır. Örneğin Ray Eldon Hiebert, 1966'da yazdığı *Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations* kitabında Ivy Lee'nin "iletişim kanallarını açarak ve karşıt grupların birbirini anlamasına izin" vererek yaptığı uygulamalarla halkla ilişkilerin "Amerikan toplumunun çoğulculuğunu korumada belirgin rol" oynadığını açıklamaktadır (Pearson 1992'den akt. Becerikli, 2008: 47-48). Ancak Ivy Lee her ne kadar İlkeler Deklarasyonu (*Declaration of Principle*) ile anılsa da kendisine kamuoyunu yanlış yönlendirmesi sonucunda "zehirli sarmaşık" (*Poison Ivy*) lakabı takılmıştır (Budak ve Budak, 1995: 74). Marvin Olasky de buna benzer bir bakış açısıyla Lee'yi Hiebert'ten farklı şekilde yorumlamış ve onun "kontrolü sağlamaya yönelik bir uzman ve propagandacı olduğunu" belirtmiştir (Olasky 1987'den akt. Becerikli, 2008: 51).

Farklı yaklaşımlarla birlikte halkla ilişkiler alanının tarihyazımına baktığımızda genel kabulün Amerika Birleşik Devletleri (ABD) merkezli tarih anlatısı üzerinden ilerlediği görülmektedir. Halkla ilişkiler uygulamalarının 19. yüzyılın sonlarından itibaren ABD'de doğup geliştiğine dair ortak görüşle birlikte tarihyazımı halkla ilişkilerin öncülleri sayılan kişilerin çalışmalarıyla başlamaktadır (Aktaş, Gençtürk ve Özdemir, 2013: 17). Phineas Taylor Barnum (1810-1953), Ivy Lee (1877-1934), Edward L. Bernays (1891-1995) gibi öncüllerin çalışmalarının sıralandığı bu tarih anlatısının Türkiye'de de çoğu halkla ilişkiler kitabında yer aldığını söylemek mümkündür (Karaaslan Şanlı, 2015; Aktaş, Gençtürk ve Özdemir, 2013: 20). 1990'lı yılların sonlarından itibaren halkla ilişkiler tarihyazımını etkisi altına alan ve halkla ilişkilerin dört modeli üzerinden ilerleyen bu tür ilerlemeci-evrimsel tarih anlatısına ilişkin eleştirilerin yoğunlaştığı görülmektedir. Jacquie L'Etang, Karen S. Miller, Ron Pearson, ve Karla Gower gibi yazarlar çalışmalarında uygulamanın yanı sıra dönemin "sosyal, ekonomik, politik ve kültürel bağlamının ihmal edildiğini" vurgulamışlardır (Aktaş, Gençtürk ve Özdemir, 2013: 20-21). Halkla ilişkiler tarihyazıcılığı konusunda bu eleştirilerin farkındalığıyla birlikte bu çalışma ilerlemeci tarih anlatısında gözardı edilen Doris Elsa Fleischman (Bernays)'a odaklanmaktadır.

Açıklayıcı olarak tasarlanan bu çalışmanın temel amacı halkla ilişkiler alanında egemen olan tarih anlatısında genel olarak "Edward Bernays'ın eşi" (Okay ve Okay, 2005: 141; Peltekoğlu, 2014: 15) olarak nitelenen Fleischman'ın halkla ilişkiler alanı esas olmak üzere, gazetecilik ve feminist çalışmalara katkısını görünür kılmaktır. Bu kapsamda öncelikle egemen halkla ilişkiler tarihi ele alınmış, sonrasında Fleischman'ın Türkiye'deki halkla ilişkiler tarihindeki konumunu belirleyebilmek açısından literatür taraması yapılmıştır. Yapılan tarama sonrasında Türkiye'deki literatürde halkla ilişkiler uzmanı olarak neredeyse hiç adı geçmeyen Fleischman'ın çalışmaları olumsuz örnek olay yöntemiyle ele alınarak analiz edilmiştir. Nitel veri analizi stratejilerinden olumsuz örnek olay yönteminde "gerçekleşmeyen olaylar", "nüfusun farkında olmadığı olaylar", "nüfusun gizlemek istediği olaylar", "gözden kaçan sıradan olaylar" gibi farklı biçimlerdeki sessizlikler, yokluklar ve ihmaller ele alınmaktadır (Neuman, 2006: 690-691). Bu bağlamda Fleischman'ın Türkiye'deki tarih anlatısındaki yokluğu incelenmiş, hayatı ve uygulamaları üzerinden literatürde yer alması sağlanmıştır. Öte yandan zaman ve ekonomik kısıtlar nedeniyle Doris Fleischman'ın kendi el yazmalarının bulunduğu Schlesinger Kütüphanesi'ne ve Library of Congress'e gidilerek yerinde araştırma

yapmanın mümkün olmaması ve çoğu eserin dijital kopyasının bulunmaması araştırma kapsamında ikincil kaynaklara yönelmesine neden olmuştur. İkincil kaynaklar oluşturulurken analiz edilen verilerde gözardı edilen unsurların olması veya veriler arasında kurulan neden-sonuç ilişkisinde yazarların dünya görüşlerinin etkisinin olması muhtemeldir. Çalışmanın temel kısıtını oluşturan bu durumun farkındalığıyla birlikte Fleischman'ın halkla ilişkiler alanındaki uygulamaları açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece Bernays'ın eşi olarak sadece "özel alan"la ilişkilendirilen Fleischman'ın uygulamalarına ve sözlerine yer verilerek halkla ilişkiler alanının eril tarih anlatısı yapıbozumuna uğratılmıştır. Tarihte yer alan kadın öncüllerin göz önüne çıkarılmasıyla hem toplumsal cinsiyet tartışmaları bağlamında halkla ilişkiler meslek alanında ikincil konumda görülen kadınların konumu tartışılmış hem de Fleischman'ın halkla ilişkiler alanında kariyer hedefi olan kadınlara rol model olması amaçlanmıştır.

Halkla İlişkiler Tarihi Üzerine

Halkla ilişkiler mesleği yeni olarak görünse de, her yönetimin bir kamuoyu desteği görmesi gerekliliği düşünüldüğünde uygulamaları çok daha eskiye kadar gitmektedir (Peltekoğlu, 2014: 91). Bu bakış açısıyla meslek olarak adı konmasa da halkla ilişkiler uygulamalarının tarihi çok eski zamanlara kadar gitmektedir. Örneğin bazı çalışmalar (Özer, 2018; Aydın ve Taş, 2016; Alikışioğlu, 2009) halkla ilişkiler adı altında yer almasa da Sümerler, Roma, Eski Yunan gibi geçmiş uygarlıklardaki kamuoyu desteği görmek için yapılan uygulamaları tartışmıştır. Kazan (2007) Osmanlı Devleti'ndeki "Ahilik Teşkilatı", "Vakıflar" ve "Kanunnameler"i birer halkla ilişkiler uygulaması olarak ele almış, Kazancı da (2009: 217, 219) Osmanlı'daki halk dilekçeleri, kadı ve muhtesip gibi devletle halk arasındaki iletişim kanallarından örnekler vermiştir. Her ne kadar uygulamaların tarihi daha eskilere gitse de 1900'lü yıllarda modern anlamda halkla ilişkilerden söz edilmektedir. Bu açıdan uluslararası literatürde halkla ilişkiler tarihi, tanımlarındaki yönetsel işlev vurgusundan ve ABD merkezli bir tarih anlatısından beslenmektedir (Aktaş, Gençtürk ve Özdemir, 2013: 17). İlerlemeci ve evrimsel tarihsel gelişimin standart anlatısı haline gelen bu kuramsal yaklaşım bir yandan öncüllerin uygulamalarından bir yandan da Bernays'ın kitaplarından başlayarak gelişmiştir. Bernays'ın *Propaganda* (1928) kitabında halkla ilişkilerin skandal haberciliğine (*muckracking*) karşı tepki olarak ortaya çıktığına ilişkin açıklaması halkla ilişkilerin başlangıcı olarak kabul edilmiştir. Bernays'ın *Public Relations* (1952) kitabında halkla ilişkiler tarihini 1865'ten başlayarak 1941 yılına kadar dört dönem içinde ele alması da ilerlemeci anlatının taslağı haline gelmiş, ardından Eric Goldman bu izleği geliştirerek halkla ilişkilerin gelişimini P. T. Barnum, Ivy Lee ve E. Bernays'ın çalışmaları üzerinden üç evreye ayırmıştır. Söz konusu dönemselleştirme sonraki anlatıların ve James E. Grunig ve Todd T. Hunt'ın geliştirdiği "halkla ilişkilerin dört modeli"nin tarihsel arka planını oluşturmuş, söz konusu model şablona dönüşerek yaygınlaşmış ve egemen anlatı haline gelmiştir (Aktaş, Gençtürk ve Özdemir, 2013: 18-20; Gower, 2017: 114).

"Basın ajansı/tanıtım modeli, kamuyu bilgilendirme modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model"den oluşan "halkla ilişkilerin dört modeli" halkla ilişkileri gelişim sürecine ve kullanılan iletişim tarzına göre ayırmaktadır. P.T. Barnum'un uygulamalarıyla örneklenen basın ajansı/tanıtım modelinin temel amacı kamunun ilgisini çekmek, kontrol etmektir. Kaynaktan alıcıya doğru, tek yönlü iletişime dayanan modelde gerçekler önemli değildir ve abartılmış duygusallık, ilgi çekici gösteri efektleri vb. etkinlikler ile kamuoyunun

dikkati çekilmektedir. Model, eğlence yöneticisi Barnum'un bir köle olan Heth'in hem 161 yaşında hem de George Washinton'un hemşiresi olduğunu iddia etmesi, Charles Stratton adındaki bir cüceyi General Tom Thumb adını takarak bir yıldız haline getirmesi gibi örnekler üzerinden açıklanmaktadır. Kamuyu bilgilendirme modelinde ise kamuoyunun kazanılması ve işbirliği ön plana çıkmaktadır. Yine kaynaktan alıcıya doğru tek yönlü iletişimin olduğu ve Ivy Lee'nin çalışmaları ile örneklenen modelde kamuya doğru ve gerçeğe uygun bilgilerin iletilmesi önemlidir. Lee'nin United Mine Workers sendikasının 1906 yılındaki antrasit kömür grevi zamanında açıkladığı ve mesleğin temel kurallarını ifade eden "İlkeler Deklarasyonu"nda (*Declaration of Principles*) kamuoyuna doğru ve güncel bilgiyi sağlamanın öncelikli olduğu yer almaktadır. Bernays'ın çalışmalarıyla örneklenen iki yönlü asimetrik modelde ise bilimsel analiz temelinde ikna odaklı bir iletişim yürütülmektedir. Kaynaktan alıcıya doğru olan iletişimde dönüt (*feedback*) tutumların kontrol edilmesi amacıyla kullanılmakta ve dolayısıyla kamuoyunun kontrolü amaçlanmaktadır. 1920'li yıllardan sonra kullanılan iki yönlü simetrik modelde karşılıklı anlayış ön plandadır. İki yönlü iletişimin esas olduğu, ikna yerine anlaşmayı ve çatışma çözümünü önceleyen modelde, kamuoyunun geri dönüşleri değerlendirilirken halkla ilişkiler uzmanlarının kamuya karşı olan sorumluluğuna değinilmekte ve kuruluşun halkın istediği biçimde davranması beklenmektedir (Peltekoğlu, 2014: 95-128; Okay ve Okay, 2005: 82-165).

Halkla ilişkilerin dört modeli üzerinden ilerleyen halkla ilişkiler tarihi anlatısını Türkiye'deki literatürde de yaygın olarak görmek mümkündür. Yapılan inceleme sonucunda egemen ilerlemeci tarih anlatısının alanda hâkim olduğu söylenebilir. Araştırma kapsamında incelenen (Bakınız Ek.1 ve Ek.2) ve dar ya da geniş kapsamlı olarak halkla ilişkiler tarihini konu edinen kitaplarda (Bakınız Ek.1) ABD halkla ilişkiler tarihi çoğunlukla Edward Bernays ve Ivy Lee'nin uygulamaları üzerinden ele alınmaktadır. Temelde Türkiye'deki halkla ilişkiler tarihini konu edinen (Kazan, 2007; Canpolat, 2012) ya da uygulamaya yönelik yöntem ve araçları tartışan eserlerde ve derleme kitaplarda (Bakınız Ek.2) halkla ilişkilerin gelişimine veya tarihine ilişkin bir tarih anlatısı yer almamaktadır. Bu kapsamda halkla ilişkiler tarihini demokrasi perspektifinden ele alarak eleştirel bir değerlendirme yapan Demirci'nin (2018) kitabı ayrı bir yerde konumlandırılabilir. Ancak anlatısında Bernays ve Lee üzerinden ilerleyen Demirci de bu çalışmanın temel odağı açısından Fleischman'a yer vermemiş eserler arasında kodlanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen kitaplardan sadece üç tanesinde Fleischman'ın adının geçtiği tespit edilmiştir. Erdoğan'ın (2008: 83) kitabında Fleischman'ın çalışmalarından bahsedilmemiş, yalnızca Bernays ile eşini işe getirip götürmekten sorumlu olan şoförleri "Aptal Jack" üzerinden halkla ilişkileri anlattığı kısımda "Bernays'ın eşi" olarak yer almıştır. Peltekoğlu'nun kitabının sekizinci baskısında Bernays hakkındaki "son eşiyile girdiği ortaklık sonucu ABD başkanları, sanayi liderleri ve aralarında Enrico Caruso'dan, Eleanor Roosevelt'e kadar birçok efsanevi kişiliğe danışmanlık yapmış bir halkla ilişkiler gurusudur" (2014: 15) tümcesi dokuzuncu baskıda değiştirilmiş ve "son eşiyile girdiği ortaklık sonucu" ifadesi kaldırılmıştır. Ayrıca her iki baskıda da Bernays ve Fleischman'ın halkla ilişkiler danışmanı kavramını benimsetme sürecinde "Doris Bernays'ın editörlük yaptığı Contact adlı yayın organında" halkla ilişkilerin işlevi ile ilgili yazılar yazdıkları bilgisi yer almaktadır (2014: 112; 2016: 114). Fleischman'dan "Doris Bernays" olarak bahsedilen kitapta, Bernays ile şirket ortağı olduğuna dair bir ifade bulunmamaktadır. Okay ve Okay'ın kitabında (2005: 141-142) National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) tarafından Atlanta'da düzenlenecek konferansın tanıtımı için Bernays ve Fleischman'ın ortak çalıştıkları yer almıştır. Kitapta Bernays'ın "ortağı ve ilerde eşi olacak" şeklinde ifade edilen

Fleischman'ın konferansın tanıtımındaki katkılarından bahsedilmiş olsa da diğer faaliyetlerine değinilmemiştir. Benzer şekilde halkla ilişkiler alanında çok bilinen on kitabı analiz eden Creedon (1989: 26) çalışmasında halkla ilişkiler alanını şekillendiren ve geliştiren kadınların rollerinin perde arkasında kaldığını açıklamaktadır. İncelediği kitapların dördünde Doris Fleischman'ın adının geçtiğini belirten Creedon, kitaplarda Fleischman'ın evlendikten sonra kendi soyadını kullanmasının yer aldığını ancak halkla ilişkiler alanındaki başarılarının gözardı edildiğini tespit etmiştir. Çalışmanın sonraki bölümünde Fleischman'ın kim olduğu açıklandıktan sonra halkla ilişkiler alanındaki pratikleri ele alınmıştır.

Doris Elsa Fleischman Kimdir?

Halkla ilişkilerin alanının doğuşuna önemli katkıları olan ve ABD tarihinin önde gelen feministlerden kabul edilen Doris Elsa Fleischman (Bernays) 18 Temmuz 1891 yılında Cambridge, Massachusetts'te dünyaya gelmiştir (Fontenot, 2005: 328). Doris Fleischman, dönemin ünlü avukatlarından olan ve Bernays (2015: 358) tarafından "oldukça muhafazakâr bir karakter" olarak tanımlanan Samuel E. Fleischman ve kendi ifadesiyle "babasının isteklerini yerine getiren sessiz bir kadın" (akt. Henry, 1997: 52) olan Harriet Rosenthal Fleischman'ın dört çocuğundan biridir. Susan Henry'ye (1997: 51-52) göre babasının otoriterliği gençlik çağlarında Doris Fleischman'ı etkilese de babası muhafazakar yapısına rağmen Doris'in iyi bir eğitim alması için çaba sarf etmiştir. 1909 yılında New York's Horace Mann School'dan, 1913'te ise Barnard College'den mezun olan Fleischman, lisans sürecinde İngilizce, felsefe ve psikoloji ağırlıklı bir eğitim almıştır. Lamme, Fleischman'ın transkriptini inceleyerek aldığı derslere bakmış; İngilizce, Fransızca, Almanca, Latince, tarih, matematik, felsefe, beden eğitimi, fizik ve psikoloji dersleri alan Fleischman'ın aynı zamanda "socialist society" (sosyalist toplum) ve Alman Kulübü üyesi olduğunu ve tenis, beyzbol ve disk atma takımlarında yer aldığını tespit etmiştir. Lamme'ye göre bu durum, ikilinin kendi metinlerinde (Bernays ve Fleischman, 1937: 132-133) vurguladıkları halkla ilişkiler danışmanının geniş genel kültüre sahip olması gerekliliğini yansıtmakla birlikte Fleischman'ın Cornell'deki eğitiminde tarım ana dalında botanik, zooloji, fizik, kimya, toprak, ekinler, bitki ıslahı ve hayvancılık gibi dersler alan Bernays'tan daha iyi bir metin yazarı olduğunu göstermektedir (2007: 87-88).

Bir dönem opera sanatçısı olmayı istemesi ve müzik eğitimi almasına rağmen Doris Fleischman mezuniyetinin ardından arkadaşı Edward Bernays'ın bağlantıları ile girdiği *New York Tribune*'de çalışmaya başlamıştır. Gazetenin kadın sayfasında editör asistanlığı yapmış sonrasında kendi köşesinde Doris Fleischman adı ile yazılar yazmış ve Pazar sayfası editör asistanlığına terfi etmiştir (Bernays, 2015: 118 ve 316; Henry, 1997: 52). Kadın hakları üzerine birçok yazı yazan Fleischman, 1916 yılında gazeteden ayrılarak serbest metin yazarı olarak çalışmaya başlamıştır (Henry, 1997: 52). Fleischman bu dönemde Bernays'ın kendi evinden yürüttüğü çalışmalarına metin yazarı olarak katkıda bulunmuştur (Bernays, 2015: 316-317).



Fotoğraf 1. Doris E. Fleischman (1955) (Henry, 1997: 53).

Feminist harekette önemli bir yeri olan Fleischman kadınların evlilikten sonra doğum adlarını koruma hakkını savunmaya adanmış bir kuruluş olan *Lucy Stone League* üyesidir. 1922 yılında Bernays ile evlenmelerinin ardından Amerika Birleşik Devletleri'nde kendi soyadı ile pasaport alan ilk evli kadın olmasıyla ün kazanmıştır. Çiftin ayrıca Manhattan'daki Waldorf Astoria otelindeki konuk kaydını "Doris Bernays" yerine "Doris Fleischman" olarak imzalaması medyada büyük yankı uyandırmış, bu durum 250'den fazla gazetede haber ve yorum olarak yer almıştır (Fontenot, 2005: 328-329; Henry, 1997: 51). Bernays biyografisinde bu olayı anlatırken Doris'ten, balayı için gittikleri otelde belgeleri kendi soyadıyla (Fleischman) imzalamasını istediğini ancak Doris'in bu durumu önemsemediğini açıklamıştır. Bernays aynı eserinde kızları Doris doğduğunda doğum belgesini Doris E. Fleischman ve Edward L. Bernays şeklinde doldurmak için New York Sağlık Bakanlığını kendisinin ikna ettiğini yazmıştır. Ayrıca *Lucy Stone League*'e de Doris'i kendisinin götürdüğünü belirtmiştir (Bernays, 2015: 355, 379). Öte yandan Fleischman "Notes of a Retiring Feminist, (1949)" (*Emekli Bir Feministin Notları*) metninde kendi soyadını kullanmanın kişiliğini koruyacağını düşünmesine rağmen zamanla bu durumun sahte bir bağımsızlık (*pseudo-independence*) haline geldiğini açıklamaktadır (akt. Lamme, 2001: 24). Annesi ile ilgili yazdıklarında Anne Bernays da annesinin feminist mücadelesini paradoksal olarak nitelemiş ve annesinin yetmişli yaşlarda babasının soyadını kullanmaya başladığını söylemiştir (Bernays A., 1998: 51). Bu durum her ne kadar çelişkili gibi görünse de kalıplaşmış bir değer sistemiyle mücadele eden bir kadının yaptıklarının bağlam içinden değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Fleischman bu örnekler dışında da kadınlar için çalışmış ve mücadele etmiştir. Örneğin 1927 yılında New York'taki tanınmış bir erkek kulübüne atıfta bulunarak kurulan *Woman Pays Club*'a katılmıştır. Bu kulüpte kadınlar iki haftada bir araya gelerek davet ettikleri konuşmacılarla kadına karşı önyargıyla mücadele hakkında tartışmalar yürütmüşlerdir. *Ladies' Home Journal*, *American Mercury* gibi dergilerde makaleler yayınlamıştır. 1928'de, genç kadınlar için kariyer seçeneklerini ayrıntılı olarak anlatan ve onları teşvik eden "An Outline of Careers for Women: A Practical Guide to Achievement" (*Anahatlarıyla Kadınlar için Kariyer: Başarı için Pratik Bir Rehber*) kitabını yayınlamıştır. Ayrıca Fred J. Ringel'in "America as Americans See It" (*Amerikalular'ın Gözünden Amerika*) kitabı için yazdığı bölümde kadınların ev içi ve dışı çalışma hayatlarını anlatmış, 1939'da kadınların evdeki çalışma hayatını konu edinen bir konferansta ev işlerinde kadının önemine değinmiştir. 1955 yılında "A Wife is Many Women" (*Bir Eş Çok*

Kadındır) biyografisini yayınlayan Doris Fleischman, Cambridge'e taşındıktan sonra da feminist çalışmalarına devam etmiştir. 1970 yılında daha sonra *Women in Communications (İletişimde Kadınlar)* adını alacak *Theta Sigma Phi* üyesi olmuş, katıldığı toplantılarda öğrenci ve genç kadınlara kariyer tavsiyelerinde bulunmuştur (Henry, 1998: 13). 1972 yılında Beyaz Saray muhabiri Helen Thomas ve roman yazarı Eudora Welty ile birlikte *Theta Sigma Phi* tarafından verilen ödülü, 1977 yılında ise Bernays ile birlikte Bobson College tarafından halkla ilişkiler alanında verilen fahri doktora derecesini almıştır (Henry, 1998: 17). Hayatı boyunca aktif bir feminist olan Fleischman, bir yandan kadın hakları için mücadele verirken bir yandan da dönemin cinsiyetçi sınırlamalarına rağmen Bernays ile ortak olduğu şirkette halkla ilişkiler alanında başarılı uygulamalara imza atmıştır. Çalışmanın sonraki bölümünde Fleischman'ın halkla ilişkiler alanının kuruluşu ve gelişimi sürecinde yaptığı katkılar ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

Doris Fleischman'ın Halkla İlişkiler Kariyeri

Serbest yazar olarak çalışan Doris Fleischman, 1919 yılında Edward Bernays tarafından kurulan *Council on Public Relations* şirketinde yazar (*staff writer*) olarak çalışmaya başlamıştır (Henry, 1999: 91). Hem ofis işlerini organize ederek yeni çalışanların işe alınmasını sağlayan hem de yazarlık görevini yürüten Fleischman için Bernays, şirketin "denge çarkı" olduğunu söylemiş ve kendisini işe almanın hayatında yaptığı en iyi hamle olduğunu belirtmiştir (Bernays, 1971: 301; Bernays, 2015: 317). Şirketteki ilk zamanlarında zamanının çoğunu üç büyük müşterisi için haber bülteni yazmakla geçiren Fleischman için önemli işlerden birisi, "daha önce yaptığım hiçbir işin bu kadar derin ve kalıcı bir etkisi olmadı" (akt. Henry, 1997: 52) dediği, 1920 yılında National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) tarafından Atlanta'da 11.si düzenlenen konferansın tanıtımıdır. NAACP "zencilerin vatandaşlık hakları konusunda ciddi olarak mücadele ettikleri Güney ve Kuzey'in farkına varması" (Okay ve Okay, 2005: 141) için konferansı bir başlangıç noktası olarak belirlemiştir. Güney Amerika endüstri metropollerinden biri olan Atlanta'nın siyahilerin Güneydeki durumunun gözler önüne serilmesi için pek çok fırsatı barındırdığı düşüncesiyle NAACP tarafından konferansın Atlanta'da düzenlenmesi tercih edilmiştir. Konferans öncesinde Bernays Kuzey bölgesi ile ilgilenirken Fleischman Güney basınını organize etmek ve eyalet yetkililerini toplantıya katılmaya ikna etmek için Atlanta'ya gitmiş, burada karşılaştığı tehdit ve tehlikelere rağmen çalışmalarını sürdürmüştür. Konferansa davet etmek için Georgia eyalet valisi ve Atlanta Belediye Başkanı ile görüşmüş ve valiye şiddet olaylarıyla karşılaşmaları durumunda milis kuvvetlerini çağırmasını önermiştir. Öneriyi kabul eden vali milis kuvvetlerin hazır bulunmasını istemiştir (Bernays, 2015: 343-344; Okay ve Okay, 2005: 141). Konferansın haber yapılması için Kuzey basını ile iletişim kuran Bernays Atlanta'ya geldiğinde Fleischman'la birlikte basının ilgisini çekmesi için konferans sırasında üç temayı vurgulama kararı almıştır (Bernays, 2015: 347). Siyahi işçilerin göç etmesi halinde beyaz Amerikalıların karlarının düşmesinden korkacağı düşüncesine dayanan ilk tema "Güney'in ekonomik gelişimine zencilerin yaptığı katkı"dır. Diğer iki temada ise "zencilere karşı bazı Güneyli liderlerin daha az hoşgörülü tutumları" olduğu vurgulanmış ve "izledikleri yolu takip etmeleri için Güneyli grup liderlerini ikna etmek için Kuzey'deki önemli liderlerin NAACP'ı destekledikleri"ne yönelik açıklamalar basına verilmiştir (Okay ve Okay, 2005: 141 ve 142). Konferans öncesi basın mensupları ile görüşerek konferansın haber yapılmasını sağlayan Fleischman, sorunsuz biten toplantı sonrası bir basın bülteninde; "Atlanta ve

delegeler sona eren 11. Ulusal NAACP (National Association for the Advancement of Colored People) konferansı sonrası rahat bir nefes aldı" yazmıştır (Bernays, 2015: 351).

Okay ve Okay'ın kitabında da yer alan konferans büyüklüğü nedeniyle her ne kadar Fleischman'ın kariyer hanesinde önemli bir yere sahip olsa da Junior League of the Cardiac Committee tarafından fon sağlamak için yapılan "The Dream Lady" yarışmasının tanıtım süreci de önemlidir. Fleischman 2 Temmuz 1920'de kabul ettiği iş için iki hafta gibi kısa bir sürede tanıtım yapmıştır. Lamme'nin incelediği arşivlere göre söz konusu tanıtım kampanyası ile ilgili on sekiz dökümanın on altısı Fleischman imzalıdır. Gazetecilik kariyeri nedeniyle editörlerin ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına göre segmentasyon yapabilen Fleischman "The Dream Lady"nin tanıtımında da böyle bir yol izlemiştir. Örneğin müzik editörlerine gösteri müziğini kimin bestelediği, sanat editörüne kostüm tasarımı, toplum editörlerine gösteriye katılan liderler ile ilgili metinler göndermiştir. Lamme'ye göre Fleischman'ın bu ayrımı halkla ilişkiler alanında önemli olan hedef kitle kavramına denk düşmektedir (2007: 89). Fleischman bu dönemde ayrıca Babies Hospital of New York yararına Carnegie Hall'de düzenlenen senfoni konserinin tanıtımını da üstlenmiştir. Bu hayır konseri basında kendi ofislerinin adresine atıfta bulunarak "19 Doğu 48. Cadde, Doris E. Fleischman'dan" başlığı ile yer bulurken, haberlerde Bernays'a yer verilmemiştir (Henry, 1999: 99).

Fleischman, Bernays'ın deyimiyle ilk büyük müşterilerinden olan Amerika Birleşik Devletleri Radyum Kuruluşunun radyumun kanser tedavisinde kullanımını desteklemek üzere "Radium Bank for Those Who Bank on Radium," "The Danger Sign of the Poison Glass" ve "The Royal Jewel of Today" başlıklı metinler yazmıştır (Bernays, 2015: 324). Bernays ile ortak oldukları şirkette farklı kuruluşlar ve kurumlar için halkla ilişkiler uygulamaları planlarken bir yandan da yaptıkları işi tanımlamak için geniş bir kavram arayışına girmişlerdir. Bernays anılarında "arzu edilen tanıtım sonucuna ulaşmak için müşterinin eylemlerini yönetme işi" olarak düşündüğü için öncelikle "publicity direction" sözcüğünü aklından geçirdiğini ancak bir yıl sonra Doris'le birlikte danışmanlık sözcüğünde karar kıldıklarını yazmıştır (2015: 471). Literatürde "halkla ilişkiler danışmanı" (*counsel on public relations*) kavramının isim babası olarak Bernays'ın adı geçiyor olmasına rağmen anılarında da bahsedildiği üzere Fleischman'ın da bu süreçte katkısı olmuştur. Ancak her yeni kavramda olduğu gibi halkla ilişkiler danışmanı kavramının da kabul edilmesi zaman almıştır. Bu dönemde hem kavramı kabul ettirmek hem de mesleğe dair yanlış anlaşılmalara gidermek için *Contact* isimli bir yayın çıkartmaya karar vermişlerdir. "Bu Doris'in fikriydi ve O Contact'ın editörü ve yayıncısıydı" (Bernays, 2015: 472) diyerek Fleischman'ın yayın organına katkısını görünür kılan Bernays, *Contact* sayesinde okuyucularının halkla ilişkiler danışmanlığı kavramını benimsemeye başladıklarını ve kendilerinin tam olarak ne iş yaptığını anlatabildiklerini belirtmiştir. Bu durum Peltekoğlu'nun kitabında (2014: 112); "Bernays, (...) bu yeni kavramı yerleştirmek için Doris Bernays'ın editörü olduğu, 'Contact' adlı yayın organında halkla ilişkilerin işlevi ile ilgili yazılar yazarak, bu dergiyi 1500 dolayında yönetici, kamuoyu önderi, yayın direktörüne gönderdiklerini (...) dile getirmektedir" şeklinde yer almaktadır. Editör olarak yayının tasarımından ve yazılarından sorumlu olan Fleischman, aynı zamanda başka dergi ve gazetelerde yer alan makaleleri halkla ilişkiler bakış açısıyla yeniden yorumlayarak yazılar yazmıştır (Bernays, 2015: 473) Yazılarında, günümüz halkla ilişkiler uygulamalarında da önemini koruyan tavsiyeler vermiştir: "Pazarınızı tanıyın. Halkınızı tanıyın.", "Sözcükler yeni düşünce ve eylem eğilimlerini temsil eden fikir ve sembollerdir" (akt. Lamme, 2007: 91). Sembollerin halkla ilişkiler alanı için önemini açıklayan Fleischman, Howard Walden Cutler ile birlikte yazdığı "Temalar ve Semboller" (*Themes and Symbols*) başlıklı makalesinde,

sembollerin temaların birer temsilcisi olduğunu ve belli bir duygu ve düşünceyi uyandırmak üzere kullanıldıklarından bahsetmekte; yalnızca sözcüklerle değil kişi, eylem, resim, slogan gibi başka formlarda da karşımıza çıkan sembollerin halkla ilişkiler tekniklerinin geliştirilmesinde rol oynadığını vurgulamaktadır (1956: 138-139).

Farklı metinleri halkla ilişkiler bakış açısıyla ele alan Fleischman ayrıca *Contact'* da olayların ya da uygulamaların güvenilirliğini üçüncü taraflar aracılığıyla sağlayacak bir yöntem izlemiştir. Örneğin Bernays'ın *Crystallizing Public Opinion* kitabı çıktığında *Contact'* da "Bernays'ın yeni kitabı çıktı" şeklinde bir duyuruyu kendi adlarıyla yapmak yerine kitabın yayıncısı Boni & Liveright'in gazetelerde yaptığı duyuruyu kullanmıştır. Aynı şekilde "Bernays'ın Edison ampulünün beşinci yıldönümü kutlaması olan Light's Golden Jubilee için tekrar tutulduğunu söylemek yerine, beşinci yıldönümü kutlamalarını duyuran bir *New York Evening Post* duyurusunu eklemiştir" (Lamme, 2007: 92). Sadece Bernays'ı ya da faaliyetlerini değil, halkla ilişkiler mesleğini de benzer şekilde tanınmış yazarlardan ve yayınlardan alıntı yaparak tanıtmıştır (Lamme, 2007: 92).

Lamme yayın organının faaliyetini neden durdurduğunu sorgularken, Büyük Buhran'ın etkilerinin devam etmesi nedeniyle abonelerin ilgisinin azalması, *Contact'*ın amacına hizmet etmiş olması ve Fleischman'ın yoğun temposu gibi birden fazla nedenin etkili olabileceğini açıklamış, Fleischman'ın temposunu "1927-1930 yılları arasında Fleischman Ladies Home Journal için bir kitap bölümü, bir kitap, üç bölümlük bir dizi yayınladı ve Bernays'ın eşi ve iş ortağı olarak rolüne devam ederken iki bebeği vardı" (2007: 93) şeklinde özetlemiştir. Bernays (2015: 473) da yayın organını sonlandırmalarını meşgul olmalarına bağlamış, "1930'ların başında *Contact'*ı sadece gerekli çabayı gösteremeyecek kadar meşgul olduğumuz için durdurduk" demiştir.

Üç yıl gibi bir süre devam eden yayın organının ardından Fleischman halkla ilişkiler alanındaki çalışmalarına devam etmiş, 1935-1972 yılları arasında dört ayrı konuşma yapmıştır. 30 Ekim 1935'te New York'taki Moda Grubuna (*Fashion Group*) "Halkla İlişkiler ve Tüketici" (*Public Relations and the Consumer*), Kasım 1947'de New York'taki Christ Church'te "Barışın Bedeli" (*The Price of Peace*), 9 Mayıs 1961'de The Radcliffe Club of Boston'da "Halkla İlişkiler" (*Public Relations*) ve 1972 Ulusal Headliner Award ödülünü aldığı "İnsan Kavrayışı Aracılığıyla İnsanlığın Gelişimi" (*Human Progress Through Human Understanding*) başlıklarıyla modadan dünya barışına kadar uzanan konularda halkla ilişkiler alanındaki tecrübelerini paylaşmıştır (Lamme, 2007: 94). Moda endüstrisine özgü olarak "Halkla İlişkiler ve Tüketici" başlıklı konuşmasında kamuoyunun "itaat"e karşı tutumuna değinen Fleischman'a göre kadınlar seçim yapmaktan bunalmıştı ve çözüm "tüketiciye tam olarak ne giymesi gerektiğini söylemek ve tüketicinin bunu yapacağından emin olmak"tı (akt. Lamme, 2007: 94). Bunun için tüketici tutumlarının araştırılması ve buna yönelik bir planlama yapılması gerektiğini belirten yaklaşımı hem Bernays'ın eserlerinde yer almakta hem de günümüz halkla ilişkiler alanında önemli görülmektedir. "Barışın Bedeli" konuşmasında Bernays'ın *Crystallizing Public Opinion* (1923) ve *Booklet-Speak Up for Democracy*'de (1940) ele aldığı halkla ilişkiler ve demokrasi ilişkisine değinmiş, hükümete uluslararası alanda yürütülecek bir halkla ilişkiler çabasında bulunması çağrısı yapmış, ABD Kültür İşleri Bürosuna (*U.S. Bureau of Cultural Affairs*) çalışmaları için teşekkür etmesinin ardından Amerikalılar'ın UNESCO'yu desteklemeleri gerektiğini belirterek Amerika'nın "UNESCO'ya dünyanın geri kalanını iletişimin iyi niyet için nasıl kullanacağını göstermesine yardımcı olmalı" demiştir (akt. Lamme, 2007: 95-96). The Radcliffe Club of Boston'da halkla ilişkiler konusunda konuşurken 42 yıllık iş tecrübesini

yansıtan ve şimdiye kadarki uygulamalarını özetleyen Fleischman alanın kadınlar için iyi bir kariyer hedefi olduğunu tartışmıştır (akt. Lamme, 2007: 96). Fleischman'ın konuşmalarında ele aldığı temalar ve önerileri halkla ilişkiler alanındaki temel tartışmaları besleyen konulardır. Bernays'ın eserlerindeki tartışmalarla denk düşmesi, birlikte çalışan ikilinin aynı konuya kafa yorduklarının göstergesi olarak okunabilir. Bu durum Bernays'ın 1960lı yıllarda Boston University's School of Public Communication'da ve Babson College'de verdiği derslerden de anlaşılmaktadır. Bernays'ın asistanı olarak organizasyonu üstlenen Fleischman, Bernays'ın olmadığı zamanlarda dersleri yürütmektedir (Henry, 1998: 12).

Cambridge'e taşındıktan sonra da çalışmalarına devam eden Fleischman 1970'lerde şirket işlerinden ayrı, bireysel olarak Boston müzik okulunun problemlerini analiz ederek bir fon geliştirme (*fundraising*) programı hazırlamış ve bu çalışmada irtibat kişisi olarak kendi adını yazmıştır. İrtibat kişisi olarak kendi adının görünmesi önemlidir çünkü şirkette yürüttükleri kampanyaların neredeyse tamamında Bernays ile birlikte çalışmalarına rağmen ne New York'ta ne de Cambridge'de yürüttükleri işlerde Doris Fleischman'ın adı geçmemektedir (Henry, 1998: 11). Örneğin 1970 yılında Boston Kadınlar Şehri Kulübü (*Women's City Club of Boston*) için hazırladıkları tanıtım raporunda tek yazar olarak Edward L. Bernays görünmesine rağmen, raporun taslağında hem Bernays hem de Fleischman'ın düzenlemeleri yer almaktadır (Lamme, 2007: 97). Fleischman'ın bu görünmezliğini Bernays, "müşteriler bir kadınla uğraşmak zorunda kalsalardı çok müşteri kaybederdik" diyerek ekonomik gerekçelerle açıklamakta (akt. Henry, 1998: 11); bir kadın ile bağlantılı şekilde çalıştığı bilirse camia tarafından "bir embesil ya da tuhaf biri" olarak kabul edileceğini bu nedenle de Fleischman'ın ürettiği fikirlerin kendi süzgecinden geçerek müşterilere sunulmasının daha uygun bir yöntem olduğunu söylemektedir (akt. Henry, 1999: 100). 1920'li yıllarda hemşirelik, eğitim ya da sosyal hizmet dışındaki mesleklerde kadınların olmasının bir yenilik olduğunu açıklayan Bernays (2015: 360) açısından o dönemin Amerika'sında bu argümanlar geçerli gibi olsa da Henry'e (1998: 12) göre feminist hareketin canlandığı 1960'lı ve 1970'li yıllar için ikna edici değildir. Fleischman bu açıklamayı kabullenmiş gibi görünse de yasalar önünde eşit ortağı olduğu bir firmayı müşterilerine temsil etmeyen bir değer sistemiyle de mücadele etmiştir. "A Wife is Many Women" (*Bir Eş Çok Kadındır*) kitabındaki sözleri bu durumu anlaşılır kılmaktadır:

Eddie ile çalışmam sırasında zamanla erkeklerin kariyerleri olan kadınlardan hoşnut olmadığını öğrendim. Halkla ilişkilerin ilk günlerinde, eril bir dünyada istisnaydım. İpek ve bavul üreticileri, radyum madencileri, bilim enstitüleri beni şaşırtıcı bir şekilde kibarlıkla kabul ettiler.

Ancak yavaş yavaş erkeklerle yarışıyor gibi görünen birçok kadından biri oldum. Engeller aşılmalıydı. Birçok erkek, kendi işlerinde kadınların ne yapmaları gerektiğini söylemelerine güceniyordu. Erkeklerin de onlara ne yapmaları gerektiğini söylemelerine güceniyorlardı, ama bir kadının tavsiyesi biraz rahatsız edici oluyordu. Halkla ilişkiler danışmanının cinsiyetinin bir faktör olduğu veya önerilerin cinsiyetten ayrılması gerektiği durumlarda çekilmeyi öğrendim. Eğer fikirler öncelikle benim cinsiyetim üzerinden ele alınırsa, asla hak ettikleri gibi değerlendirilmeyebilirler (Fleischman, 1955: 171'den akt. Creedon, 1989: 28; Henry, 1999: 100).

New York'ta yer alan Halkla İlişkiler Müzesi'nin (*The Museum of Public Relations*) internet sitesinde de (www.prmuseum.org, 2018) yer alan bu açıklama Fleischman'ın mücadele ettiği değerler sistemini ve geri planda kalmasını görünür kılmaktadır. Bernays ile yazdıkları *Public*

Relations as a Career metninde “halkla ilişkiler danışmanlığında bir erkeğin yapabileceği ama kadının yapamayacağı bir şey yok” (1937: 133) diyen ikilinin zamanın önyargılarına göre davrandıkları değerlendirilmekte ancak bu durum eş çalışmalarına rağmen tarih anlatısında neden bütün itibarın Bernays’da toplandığını açıklamamaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Halkla ilişkiler tarihinin ilerlemeci yorumu aynı zamanda kurucu babalar üzerinden ilerleyen Amerikan erkeklerinin yani “büyük adam”ların tarihi olmuştur. Erkeklerin gözünden anlatılan ve dolayısıyla erkeklerin değerini ayrıcalıklı kılan bir anlatı haline gelen tarih, kadınları görmezden gelmiştir (Gower, 2017: 115). Fleischman üzerinden ilerleyen bu çalışmada da tespit edildiği üzere Türkiye’deki literatürde Fleischman’ın “halkla ilişkiler danışmanı” kavramının geliştirilmesindeki katkısı, hazırladığı basın bültenleri, *Contact* yayın organının editörü, yayıncısı ve yazarı olması, 1920’deki Atlanta’daki konferanstan ölümüne kadar geçen sürede halkla ilişkiler alanındaki çalışmaları, yazdığı kitap ve makaleler gibi alandaki başarıları yer almamaktadır. Aslında bu durum, yasalar önünde eşit ortak olduğu bir firmada çalışsa da erkek lider ya da öncüle yardımcı olan tali kadın anlatısıyla örtüşmektedir (Creedon, 1989: 28) Aradan geçen yüzyıla rağmen halkla ilişkiler alanında çalışan kadınların sayısı artsa da uzmanlık rolleri açısından çok büyük değişiklik olduğunu söylemek mümkün değildir. Halkla ilişkiler alanında kadınların konumunu ele alan birçok çalışma da bu durumu destekler niteliktedir. Örneğin Broom (1982: 18-19) halkla ilişkiler alanındaki rolleri analiz ettiği çalışmasında “uzman reçeteci, iletişim teknisyeni, iletişim kolaylaştırıcısı ve problem çözme süreci kolaylaştırıcısı” olarak sınıflandırdığı rollerin cinsiyete göre farklılaştığını tespit etmiştir. Halkla ilişkiler alanının görünmez eli olarak nitelediği kadınların genellikle iletişim teknisyeni ya da kolaylaştırıcı gibi destek hizmetlerini üstlendiklerini belirten Broom’un çalışması kadınların teknik roller üstlendiklerini ortaya koymuştur. “Kadife Getto: Halkla İlişkilerde Kadın Oranının Artışının Etkisi (*The Velvet Ghetto: The Impact of the Increasing Percentage of Women in Public Relations*)” ve “Kadife Getto’nun Ötesi (*Beyond the Velvet Ghetto*)” raporları da toplumsal cinsiyet açısından “cam tavan” (*glass ceiling*) ve “kadife getto” (*velvet ghetto*) kavramları üzerinden alandaki sorunları tartışmışlardır (akt. Becerikli, 2008: 287). “Cam tavan kavramı, kadınların üst düzey işleri elde etmelerinin önüne geçen görünmez engelleri ifade” (Becerikli, 2008: 287) ederken kadife getto kavramı toplumsal önkabuller nedeniyle kadınların iyi yönetici olmadıkları ya da bu konum için gereken rekabette erkekler için bir tehdit oluşturmadıklarına gönderme yapmaktadır (Becerikli, 2008: 287; Cline et al., 1986’dan akt. Toth ve Grunig, 1993: 155). Teknik pozisyonları nedeniyle kadınları ucuz iş gücü haline getiren, ücret eşitsizliği ve statü düşüklüğü gibi sorunları içinde barındıran meslek alanında kadınlar “empati, bağımlılık, pasiflik, sempati, duyarlılık, bakma/büyütmeye ilgili işlere yatkınlık, utangaçlık, uyum yeteneği” (Choi ve Hon, 2002’den akt. Becerikli, 2008: 301) gibi sahip oldukları düşünülen stereotipler nedeniyle yönetsel pozisyonlar yerine teknik işlerde daha fazla yer almaktadırlar. Fleischman için de “muhakeme yeteneği, şefkatli ve anlayışlı oluşu” (Bernays, 2015: 359) şeklinde sıralanan özellikleri başarısının anahtarı olarak sunulmuştur. Bernays bu özellikleri sıralarken “doğrudan müşteri ilişkilerine girmek dışında, halkla ilişkilerde her şeyi yaptı” diyerek bir yandan Fleischman’ın teknik konumunu öte yandan Fleischman’ın bu görünmezliği sayesinde halkla ilişkiler tarihindeki yerini sabitlemiştir.

Kaynakça

- Aktaş M., Gençtürk Hızal, S.G., & Özdemir, B. P. (2013). *Türkiye'de Halkla İlişkiler Tarihi, Kurumsallaşma Yılları 1960-1980*. Ankara: De-Ki Yayınları
- Alikişioğlu, M. (2009). *Halkla İlişkiler Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları
- Aydın, A. H. & Taş, İ. E. (2016). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramlar Kurumlar Uygulamalar* (2. Baskı). Ankara: Seçkin
- Balta Peltekoğlu, F. (2014). *Halkla İlişkiler Nedir* (8.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Balta Peltekoğlu, F. (2016). *Halkla İlişkiler Nedir* (9.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Bernays, A. (1998). Doris E Fleischman. Judith Shapiro (Ed.), *Mothers Through the Eyes of Women Writers: A Barnard College Collection* içinde (s.49-52). MA: Red
- Bernays, E. L. (1971). Emergence of the Public Relations Counsel: Principles and Recollections. *The Business History Review*, 45(3), 296-316, DOI: 10.2307/3113663
- Bernays, E. L. (2015). *Biography of an Idea: The Founding Principles of Public Relations*. (İlk basım: Simon and Schuster, 1965). New York: Open Road Media
- Bernays, E. L., & Fleischman, D.E. (1937). Public Relations as a Career. *The Vocational Guidance Journal*, 16(2), 131-133. DOI: 10.1002/j.2164-5892.1937.tb02214.x
- Broom, G.M. (1982). A Comparison of Sex Roles In Public Relations. *Public Relations Review*, 8(3), 17-22, DOI: 10.1016/S0363-8111(82)80028-3
- Budak, G. & Budak, G. (1995). *Halkla İlişkiler (Davranışsal Bir Yaklaşım)*. İstanbul: Beta
- Canpolat, N. (2012). *Geçmişten Günümüze Örneklerle Türkiye'de Halkla İlişkilerin Gelişimi (Tarihsel Süreçleri ve Hükümetlerin Yaklaşımı ile Türkiye'de Halkla İlişkiler)*. Ankara: Seçkin
- Creedon, P. J. (1989). Public Relations History Misses 'Her Story'. *Journalism Educator*, 44(3), 26-30. DOI: 10.1177/107769588904400304
- Demirci, K. (2018). *Halkla İlişkiler, 1900'lerden 2000'lere Demokrasi Perspektifinden Bir Değerlendirme*. Ankara: Ütopya
- Erdoğan, İ. (2008). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler* (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları
- Fleischman, D.E., & Cutler, H.W. (1956). Themes and Symbols. Edward L. Bernays (Ed.), *The Engineering of Consent* (2.Baskı) içinde (s.138-155). ABD, Oklahoma: University of Oklahoma Press
- Fontenot, E. V. (2005). Fleischman Doris Elsa. Robert L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of Public Relations* içinde (s.328-330). California: Sage
- Gower, K. K. (2017). The Historiography of North American Public Relations. Tom Watson (Ed.), *National Perspectives on the Development of Public Relations* içinde (s.113-126). London: Palgrave Macmillan
- Henry, S. (1997). Anonymous In Her Own Name. *Journalism History*, 23(2), 50-62, DOI: 10.1080/00947679.1997.12062467
- Henry, S. (1998). Dissonant Notes of a Retiring Feminist: Doris E. Fleischman's Later Years. *Journal of Public Relations Research*, 10(1), 1-33, DOI: 10.1207/s1532754xjpr1001_01
- Henry, S. (1999). There Is Nothing in This Profession ... That a Woman Cannot Do. *American Journalism*, 16(2), 85-111, DOI: 10.1080/08821127.1999.10739176
- Karaaslan Şanlı, H. (2015). The Historiography of Public Relations in Turkish Public Relations Books. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 23, 135-149. DOI: 10.16878/gsuilet.285317
- Kazan, E. (2007). *Eski Türkler ve Osmanlı'da Halkla İlişkiler*. İstanbul: Yakamoz
- Kazancı, M. (2009). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler* (8.Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi
- Lamme, M. O. (2001). Furious Desires and Victorious Careers: Doris E. Fleischman, Counsel on Public Relations and Advocate for Working Women. *American Journalism*, 18(3), 13-33, DOI: 10.1080/08821127.2001.10739322

- Lamme, M. O. (2007). Outside the Prickly Nest: Revisiting Doris Fleischman. *American Journalism*, 24(3), 85-107, DOI: 10.1080/08821127.2007.10678080
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar-2* (6. Baskı). Sedef Özge (Çev.), Ankara: Yayınodası
- Okay, A. & Okay, A. (2005). *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları* (2.Baskı). İstanbul: Der Yayınları
- Özer, M. A. (2018). *Halkla İlişkiler Dersleri* (4. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi
- Toth, E.L., & Grunig, L.A. (1993). The Missing Story of Women in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 5(3), 153-175, DOI: 10.1207/s1532754xjpr0503_01
- www.prmuseum.org (2018). "Installment #5: Doris Fleischman, The Mother Of Public Relations." PR Museum, 18 Nisan 2018, <https://www.prmuseum.org/blog/2018/4/13/installment-5-doris-fleischman-the-mother-of-public-relations?rq=Doris%20Fleischman>, Erişim Tarihi: 08.01.2020)
- Yıldırım Becerikli, S. (2008). ... *Ve Halkla İlişkiler Şeytanın Avukatlığından Arabuluculuğa; Bir Disiplinin Eleştirel Analizi*. Ankara: Karınca Yayınları

Ekler

Ek.1. Halkla İlişkiler Alanının Gelişimine ve/veya Tarihine Yer Veren Kitaplar

- Alikişioğlu, M. (2009). *Halkla İlişkiler Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları
- Arslan, S. (2011). İstikamet PR! İlişkiden İletişime İlişmek. Sema Yıldırım Becerikli (Der.) *Halkla İlişkiler ve Reklamın Anatomisi Eleştirel Bir Kavrayış* içinde (s.17-31). Ankara: Ütopya Yayınevi
- Asna, M. A. (1978). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Ayyıldız Matbaası
- Aydın, A. H. & Taş, İ. E. (2016). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramlar Kurumlar Uygulamalar* (2. Baskı). Ankara: Seçkin
- Balta Peltekoğlu, F. (2014). *Halkla İlişkiler Nedir* (8.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Biber, A. (2003). *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*. Ankara: Nobel Yayınları
- Biber, A. (2004). *Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve*. Ankara: Vadi Yayınları
- Bıçakçı, İ. (2000). *İletişim ve Halkla İlişkiler Eleştirel Bir Yaklaşım* (3. Baskı). Ankara: MediaCat Yayınları
- Bilgin, L. (2010). *Olumlu İmaj Yaratmak Halkla İlişkiler*. İstanbul: Kum Saati Yayınları
- Budak, G. ve Budak, G. (1995). *Halkla İlişkiler (Davranışsal Bir Yaklaşım)*. İstanbul: Beta
- Bülbül, A. R. (2000). *Halkla İlişkiler ve Tanıtım*. Ankara: Nobel
- Çamdereli, M. (2000). *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*. Konya: Çizgi
- Demirci, K. (2018). *Halkla İlişkiler, 1900'lerden 2000'lere Demokrasi Perspektifinden Bir Değerlendirme*. Ankara: Ütopya
- Erdoğan, İ. (2008). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler* (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları
- Ertekin, Y. (1995). *Halkla İlişkiler* (3. Baskı). Ankara: TODAİE
- Ertürk, Ö. (2010). *Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler*. Ankara: Birleşik
- Ertürk, Y. D. (Ed.) (2010). *Polis ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları
- Geçikli, F. (2008). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. İstanbul: Beta
- İşçi, M. (1997). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Der
- Kalyon, Y. (2007). *Halkla İlişkiler* (2. Baskı). Ankara: Nobel
- Kazancı, Metin (2009). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler* (8.Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi
- Keloğlu İşler, E. (2007). *Halkla İlişkiler, Mitler ve Gerçekler*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları
- Nalçinkaya, Ö. & Bayansar, R. (2019). *Halkla İlişkiler ve Büro Yönetimi*. Ankara: Seçkin

- Okay, A., & Okay, A. (2005). *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları* (2.Baskı). İstanbul: Der Yayınları
- Onal, G. (2000). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Türkmen
- Özer, M. A. (2018). *Halkla İlişkiler Dersleri* (4. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi
- Şen, S., & Çerçi, M. (1974). *Halkla İlişkiler*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları
- Tellan, D. (2011). Halkla İlişkiler Endüstrisinde Geriye Bakmak: Kavramlar ve Karakterler. Sema Yıldırım Becerikli (Der.), *Halkla İlişkiler ve Reklamın Anatomisi Eleştirel Bir Kavrayış* içinde (s.32-53). Ankara: Ütopya Yayınevi
- Tellan, D. (Der.) (2009). *Halkla İlişkiler: Teori ve Uygulama*. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Tengilimoğlu, D., & Öztürk, Y. (2016). *İşletmelerde Halkla İlişkiler: Tanıtma, İmaj Yönetimi, Kurumsal İtibar Yönetimi*. Ankara: Seçkin
- Tikveş, Ö. (2003). *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Temel Bilgiler-Uygulamalar*. İstanbul: Beta
- Tortop, N. (1998). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Yargı Kitap ve Yayınevi
- Yıldırım Becerikli, S. (2008). ...ve Halkla İlişkiler, Şeytanın Avukatlığından Arabuluculuğa; Bir Disiplinin Eleştirel Analizi. Ankara: Karınca Yayınları
- Ek.2. Türkiye'deki Halkla İlişkiler Tarihine Yer Veren Kitaplar, Uygulamaya Yönelik Yöntem ve Araçları Tartışan Kitaplar, Derleme Kitaplar**
- Aktaş M., Gençtürk Hızal, S.G., & Özdemir, B. P. (2013). *Türkiye'de Halkla İlişkiler Tarihi, Kurumsallaşma Yılları 1960-1980*. Ankara: De-Ki Yayınları
- Arklan, Ü. & Taşdemir E. (2010). *Kurum İçi Halkla İlişkiler*. İstanbul: Literatürk
- Asna, M. A. (1998). *Public Relations Temel Bilgiler*. İstanbul: Der Yayınları
- Ataol, A. (1991). *Halkla İlişkiler Örgütlerin Temsil Edilmesinde Kavramsal Bir Model* (2. Baskı). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi
- Balta Peltekoğlu, F. (2008). *Sektörün Penceresinden Halkla İlişkiler*. İstanbul: BAMB
- Berk, E. (2007). *Yazımsal İletişim ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınları
- Bozkurt, H. (Ed) (2014). *Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Paradigma Akademik Yayınları
- Çakar Mengü, S. (2012). *Halkla İlişkiler Bir Kültür Politikası*. Konya: Eğitim Yayınları
- Canpolat, N. (2012). *Geçmişten Günümüze Örneklerle Türkiye'de Halkla İlişkilerin Gelişimi (Tarihsel Süreçleri ve Hükümetlerin Yaklaşımı ile Türkiye'de Halkla İlişkiler)*. Ankara: Seçkin
- Göztaş, A., & Topsümer, F. (2012). *Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi Araştır-Planla-Uygula-Değerlendir*. Ankara: Seçkin
- Güz, H., & Yıldırım Becerikli, S. (Der.) (2004). *Halkla İlişkilerde Seçme Yazılar: Alana İlişkin Bir Derleme*. Ankara: Genel Yayın ve Dağıtım
- Işık, M. (Ed.) (2007). *Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım*. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları
- Kadıbeşegil, S. (2003). *Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı*. Ankara: MediaCat
- Karalar, R. (1997). *Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Birlik Ofset
- Kazan, E. (2007). *Eski Türkler ve Osmanlı'da Halkla İlişkiler*. İstanbul: Yakamoz
- Keskin, F., & Özdemir, P. (Der.) (2009). *Halkla İlişkiler Üzerine: Disiplinlerarası Bir Alanın Yönelimleri*. Ankara: Dipnot Yayınları
- Oktay, M. (1996). *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*. İstanbul: Der
- Pira Göztaş, A., & Baytekin, P. E. (2007). *Halkla İlişkiler; Neyi, Nasıl Yapmalı?.* İstanbul: Dönence
- Tellioğlu, C. (2002). *Halkla İlişkiler Pratiği El Kitabı*. İstanbul: Timaş
- Yayinoğlu Eraslan, P. (2005). *Çokkültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim ve Yönetim*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları