



KIRGIZİSTAN'DA HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNİN GELİŞMESİNDE YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ RÖLÜ

Arş. Gör. Meerim ARTIŞEVA

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi
meerimart@gmail.com

Öz

Çağımız koşullarında halkla ilişkiler alanı gün geçtikçe gelişmekte ve halkla ilişkilerde kullanılan yöntem, teknik ve beceriler değişikliklere uğramaktadır. Özellikle internet teknolojileri ve sosyal ağların yaygınlaşması ile kitleler kurumlara ve onların yaptıkları faaliyetlere karşı daha duyarlı hale gelmiştir. Bu koşullar halkla ilişkiler uzmanlarından daha stratejik düşünmeyi, hedef kitlelerle uzun vadeli, karşılıklı anlayışa dayanan iletişim kurmayı ve sürdürmeyi talep etmektedir. Halkla ilişkiler uzmanları hem kendi mesleğine, hem yürüttüğü uygulamalara, hem de faaliyet gösterdiği topluma karşı daha profesyonel davranması gerekmektedir. Bu nedenle yükseköğretim kurumlarında, halkla ilişkiler eğitimi ayrı uzmanlık olarak verilmektedir. Ders programları halkla ilişkiler alanında son eğilimleri göz önünde bulundurarak hazırlanmaktadır. Kırgızistan'da halkla ilişkiler alanı yeni gelişmekte olmasına rağmen üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi verilmektedir. Bu çalışmada Kırgızistan'daki üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi ele alınacaktır. Ayrıca her üniversitede halkla ilişkiler bölümlerinin müfredat programları, öğretim elemanlarının akademik gelişimleri, kullanılan eğitim malzemeleri incelemeye tabi tutulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Mesleği, Yükseköğretim, Kırgızistan.

THE ROLE OF HIGHER EDUCATION IN THE DEVELOPMENT OF THE PUBLIC RELATIONS PROFESSION IN KYRGYZSTAN

Abstract

Day by day in the modern world, the field of public relations is constantly developing and changing. With the development of internet technologies and the spread of social Networks people have become more demanding toward the companies and their activities. These conditions require that public relations specialists strategically think and build long-term relationships with their target audiences. Therefore, specialists in public relations should be professional in their activities. That's why education in public relations is conducted in the higher education institutions. The educational programs are based on the latest trends in the field of public relations. In Kyrgyzstan, public relations education is also conducted, despite the fact that this field is only developing. In this paper, the education of the public relations in Kyrgyzstan will be evaluated. In particular, curricula, teaching staff and teaching materials which are used in the educational process will be analyzed.

Keywords: Public Relations, Public Relations Profession, Higher Education, Kyrgyzstan.

1. Giriş

Bir meslek olarak halkla ilişkilerin oluşması 20.y.y ortalarına denk gelmektedir. Halkla ilişkiler alanının gelişmesi ve mesleğin yaygınlaşması halkla ilişkiler uzmanlarından daha çok becerilere sahip olmalarını ve profesyonel davranmalarını talep etmiştir. Halkla

ilişkilerde uluslararası ve ulusal derneklerin açılması ile beraber halkla ilişkiler kavramının oturtulması, mesleki etiksel değerlerin belirlenmesi halkla ilişkilerde mesleki eğitimin temelini atmıştır. Böylece 1948 yılında ABD’de Amerikan Halkla İlişkiler Birliği (Public Relation Society of America) kurulmuştur ve 30’dan fazla kolejde halkla ilişkiler dersleri vermeye başlamıştır. Halkla ilişkiler eğitiminde lisans ve lisansüstü müfredat programları geliştirilmiştir. Daha sonra Avrupa, Afrika, Orta Doğu ülkelerinde halkla ilişkiler alanının gelişmesi ile halkla ilişkiler eğitimi vermeye başlamıştır. Böylece halkla ilişkiler sadece bir uygulama alanı olmaktan çok, uzmanları bir mesleki derneğin altında toplayan, kendi etik kurallarına sahip olan bir meslek haline gelmiştir.

Kırgızistan’da halkla ilişkiler alanı bağımsızlık döneminden sonragelişmeye başlamıştır. İlk dönemlerde halkla ilişkiler kavramı reklam ya da propaganda olarak kabul edilmiştir. İlk halkla ilişkiler uygulamaları kriz zamanlarında ve siyasi olaylarda yürütülmüştür. İlk halkla ilişkiler uygulamalarını gazeteci, siyaset adamları, dil bilimciler pazarlamacılar yürütmüştür. Kırgızistan serbest piyasa ekonomisine girmesiyle birçok uluslararası ticari kurumlara üye olduktan sonra ticaretin gelişmesi ile işletmeler kendilerini kitlelere tanıtmak zorunda kaldıklarından dolayı reklam, halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duymuştur. Rekabetin güçlenmesi ile işletme ve kurumlar hedef kitlelerin sadakat ve anlayışını kazanmak için çaba göstermeye başlamıştır. Böylece de alanında uzman halkla ilişkiler çalışanlarına ihtiyaç duyulmuştur. Mesleğin prestij kazanmasıyla birlikte Kırgızistan’ın en büyük üniversitelerinde halkla ilişkiler eğitimi vermeye başlamıştır. İlk halkla ilişkiler eğitimi 2000 yılında Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesinde yürütülmeye başlamıştır. Daha sonra diğer üniversitelerin eğitim programlarına da halkla ilişkiler eğitimi programları geliştirilmiştir.

Bugün halkla ilişkiler mesleği Kırgızistan’da eskiye göre daha yaygın hale gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerin gelişmesi, internetin yaygınlaşması halkla ilişkiler uzmanlarından geleneksel yöntemlerden ziyade stratejik düşünme, karşılıklı anlayış, sosyal sorumluluk yaklaşımları kapsamında faaliyetler yürütmelerini talep etmektedir. Bununla birlikte halkla ilişkiler eğitim programlarında da son eğilimlere göre değişiklikler yapılmaktadır. Bu çalışmada Kırgızistan’da halkla ilişkilerin geçmişi ve günümüzdeki durumu irdelenerek üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi ele alınacaktır. Üniversitelerde halkla ilişkiler eğitim programı, halkla ilişkiler bölümünde çalışan öğretim elemanlarının altyapısı, eğitim sürecinde kullanılan eğitim malzemeleri, kitaplar, yayınlar ve diğer materyaller, öğrencilerin staj olanakları, eğitim sistemi ve diğer unsurlar irdelenecektir.

2. Halkla İlişkiler Tanımı

Halkla ilişkiler alanının meslek olarak oluşmaya başlaması çok eskilere gitmemektedir. Günümüzde halkla ilişkiler mesleği çok dinamik bir şekilde gelişen faaliyet alanıdır. Halkla ilişkiler bir faaliyet alanı olarak ABD'de gelişmiştir. Bundan dolayı bir meslek olarak halkla ilişkiler ABD'de yapılandırılmıştır. Halkla ilişkiler alanının bir meslek haline dönüşebilmesi için profesyonel anlamda meslek olabilmek için gereken unsurların hepsi yerine getirilmiştir. Halkla ilişkiler eğitimi ilk kez Amerika üniversite ve kolejlerinde verilmeye başlamış, ilk halkla ilişkiler mesleki derneği ABD'de oluşturulmuş ve mesleğin mesleki ve etik standartları yapılandırılmıştır.

Halkla ilişkiler *“bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişim anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olan, değişikliklerden etkin bir biçimde yararlanmak için yönetime yardımcı olan, ahlaki iletişim teknikleri ve araştırmayı kullanan bir yönetim fonksiyonudur”* (Okay ve Okay, 2005:2). Asnan'ın tanımına göre halkla ilişkiler kurum ve hedef kitlesi arasında karşılıklı anlayışa dayalı bir diyalog oluşturan ve kamuoyu önünde kuruma olumlu imaj ve desteği sağlayan bir faaliyet alanıdır (Asna, 1997:208). L'Etang'a göre (2008:18) halkla ilişkiler değişiklikleri kolaylaştırmayı amaçlayan bilgi ve fikir alış-verişini içermektedir. The World Assembly of Public Relations'un (1978) tanımına göre halkla ilişkiler hem kurumun hem de hedef kitlesinin çıkarları doğrultusunda programları uygulama, eğilimleri analiz etme, sonuçları tahmin etme ve üst yönetime danışmanlık etmeye yönelik faaliyetler bütünüdür.

3. Halkla İlişkiler Mesleğinin Ortaya Çıkışı

Amerika'da halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi Grunig ve Hunt'ın (1984) geliştirdiği dört halkla ilişkiler modeline göre (basın ajansı, kamuoyunu bilgilendirme, iki yönlü asimetric ve iki yönlü simetric yaklaşımlar). Başka bir deyişle Grunig ve Hunt'ın modelleri halkla ilişkilerin gelişme süreçlerinden ortaya çıkmıştır.

İlk halkla ilişkiler çalışması Barnum tarafından başlatılmıştır. Taylor Barnum Amerika'da 1800 yılların başında düzenlediği şovların afiş ve bültenleri hazırlayarak bu malzemelerin basında yer almasını sağlamıştır. 1900 yılında ilk halkla ilişkiler ajansı *Publicity Bureau* açılmıştır. 1904 yılında ise Ivy Lee kendi halkla ilişkiler ajansını kurmuştur. 1910 yılından sonra Ivy Lee John Rockefeller başta olmak üzere diğer sanayi kuruluşlarında danışmanlık etmeye başlamıştır. 1923 yılında ünlü halkla ilişkiler uzmanı Edward Bernays

“Kamuoyunun Aydınlatılması” kitabın çıkartmıştır. Bu kitap halkla ilişkiler kapsamını, yöntem ve tekniklerini anlatmaktadır. Bundan sonra Bernays New-York üniversitesinde ilk halkla ilişkiler dersini vermiştir (Cameron vd., 2004: 63-84).

1943'te Lee 21 kolejde halkla ilişkiler dersleri açıldığını belirtir. 1947'de bu sayı 30'dan fazladır. *PR Reporter*'a göre; 1977'de 130 okul bünyelerinde halkla ilişkilere bir disiplin olarak yer verilmiş, 162 okul da müfredatlarına en az bir halkla ilişkiler dersi eklemiştir. Günümüzde hemen her ABD üniversitesinin ya gazetecilikle ilgili bir mezuniyet programı ya da halkla ilişkileri bir disiplin ya da ders olarak kapsamına alan kitle iletişim mezuniyet programları bulunmaktadır. 1947'de Boston Üniversitesi'nde ilk halkla ilişkiler mastır programı açılmıştır. Günümüzde ABD'de üniversitelerinin çoğunda halkla ilişkiler lisans veyüksek lisans programları mevcuttur. Culberston'a göre, Amerikan eğitim ve teorileri dünyada bu alanın gelişimiyle ilgili önemli bir rol üstlenmiş ve bunu sürdürmektedir(Cameron vd., 2004: 79).

Halkla İlişkiler Araştırması ve Eğitimi Kurumu (Founation for Public Relations Research and Education) 1975 yılında halkla ilişkiler lisans, yüksek lisans ve doktora programlarına ilişkin “Halkla İlişkiler Eğitime İlişkin bir Tasarım” adını taşıyan bir müfredat önermiştir. İkinci rapor, 1985'te Mezuniyet Çalışmaları Ulusal Komisyonu (National Commision on Graduate Study) tarafından yayınlanan ve halkla ilişkiler mezuniyet düzeyine odaklanan rapordur. Üçüncü rapor Lisans Düzeyinde Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonunun(Commision on Undergraduate Public Relations Education) 1987'de yayınlanan rapordur. 1999 yılında Amerika'da 185 kolej ve üniversite halkla ilişkiler alanında eğitim kurslarını ve diplomaları vermekteydi. Bu Amerika'daki gazetecilik ve Kitle İletişim Araçları alanında eğitim veren kurulların yüzde 50'sini yapmıştır. *Association for Education in Journalism and Mass Communication* (AEMJC) için sosyolojik araştırmalar yapan Profesör Paul Peterson 1987 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, son zamanlarda üniversite öğrencilerin dikkatini reklamcılık ve halkla ilişkiler alanları çekmeye başlamıştır. Bundan başka Avustralya, Singapur, Almanya ve İngiltere'de halkla ilişkiler mesleğine ilgi artmıştır (Becerikli, 2005:102-103).

4. Kırgızistan'da Halkla İlişkilerin Gelişimi

Kırgızistan'da ilk halkla ilişkiler uygulamalarını gazeteciler yürütmüştür. Halkla ilişkiler kavramının farkına varan gazeteciler halkla ilişkilerde basın ajansı modeli temelinde çalışmıştır. Toplumda kitle iletişim araçlarına olan güven zedelenmiştir, çünkü basın ajansı

rolünü yerine getiren gazeteciler belirli bir ücret için basın makaleleri yazmıştır ve röportajlar hazırlamıştır (Kuvatova, 2014).

2000 yılında Kırgızistan'da ilk kez Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinde İletişim Fakültesi bünyesinde Halkla İlişkiler eğitimi verilmeye başlamıştır. 2004 yılında ilk halkla ilişkiler bölümü mezunları eğitimini tamamlamıştır. Bundan sonra ülkenin birkaç üniversitesinde halkla ilişkiler bölümleri açılmıştır.

Halkla ilişkiler eğitiminin verilmeye başlaması ve işletme yöneticilerin halkla ilişkiler ve iletişim stratejilerinin önemini anlamaya başlaması halkla ilişkiler mesleğine olan ilgiyi arttırmıştır. Toplumun halkla ilişkiler kavramının farkına varması gençlerin arasında mesleği daha çok tercih edilmesini ve işletme yöneticilerinin halkla ilişkiler uzmanlarına ihtiyaç duymaya başlamasını sağlamıştır. Ancak halkla ilişkiler uygulamalarının daha çok sivil toplum örgütleri yürütmüştür (Voronina, 2014). Çünkü bağımsızlığını kazandıktan sonra Kırgızistan'da birçok uluslararası STÖ faaliyet göstermeye başlamıştır.

Halkla ilişkiler kavramının ve halkla ilişkiler mesleğine olan ilginin artmasının diğer bir önemli nedeni toplumsal yaşamın her alanında rekabetin artmasıdır. İş dünyasında, siyasal alanda, STÖ'lerde ve diğer alanlarda rekabetin artması ve dolayısıyla halkın ve tüketicilerin bağlılığını kazanmak için halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarına ihtiyaç duyulmuştur. Ancak devlete ait kurumlarda rekabet oranı daha az olduğu için halkla ilişkilere sadece kriz dönemlerinde ihtiyaç duyulmuştur. Normal dönemlerde devlet kurumlarında halkla ilişkiler uygulayıcısı yerine basın sekreteri çalışıyordu. Siyasal alanda halkla ilişkiler uygulamaları daha çok seçimler döneminde yürütülmüştür (Azimov, 2014).

İdeal anlamda halkla ilişkiler uygulamaları yürütülmemiştir. Çünkü halkla ilişkiler kavramı çeşitli sektörlerce farklı algılanmıştır. Kavramın bir bütün anlayışı yoktu. Medyada kurumun basın bülteninin yer alması ya da kurum adının geçmesi mutlaka ücret karşılığında sağlanıyordu. Çünkü ülkenin zayıf ekonomisinden dolayı medya kurumlarıancaticari amaçlı haber ve reklamlar sayesinde geçinebiliyordu. Buna rağmen medya halkla ilişkiler uygulamalarında önemli rol oynamıştır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları medyayı halk ile temas kurmak için arabulucu olarak kullanmıştır. Halkla ilişkiler uygulamalarında medya çalışmaları kurumla ilgili bilgilendirme, uzman olarak alanla ilgili yorum vermek, sponsorluk ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinde yürütülmüştür.

Ancak internet teknolojilerin gelişmesiyle, özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması kurumlara geleneksel medyadan ziyade kendi internet-araçlarını oluşturma imkanını sağlamıştır. Kurumlar sosyal medya ve internet araçları yardımı ile hedef kitleleri ile irtibat kurmak için yeni interaktif ve hızlı iletişim alanı kurmuştur. Günümüzde sosyal medya

geleneksel medyayı geriye bırakıp kurumlarca etkili halkla ilişkiler, pazarlama ve reklam aracı olarak kullanılmaktadır(Şahin-Baylo, 2012).

5. Araştırma amacı

Bu çalışmanın amacı Kırgızistan'da yükseköğretim kurumlarında halkla ilişkiler eğitimi nasıl yürütüldüğünü ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda halkla ilişkiler eğitimi ders programları, derslerin içeriği, dersleri veren öğretim elemanlarının akademik gelişimleri incelenmiştir.

6. Yöntem

Kırgızistan'da halkla ilişkiler eğitimi değerlendirmek için halkla ilişkiler eğitimi veren yükseköğretim kurumları tespit edilmiştir. Veri toplamak için halkla ilişkiler eğitimi veren fakülte dekanları ve bölüm başkanlarıyla görüşülmüştür ve fakültelerin web-siteleri incelenmiştir.

7. Kırgızistan'da Yükseköğretim Kurumlarında Halkla İlişkiler Eğitime Yönelik Değerlendirme

Kırgızistan'da halkla ilişkiler eğitimi üniversite, akademi, enstitü ve kolej bünyesinde yürütülmektedir. Yüksek eğitim kurumları kendi bünyesinde şube, fakülte, bölüm, hazırlık bölümleri, araştırma merkezleri, laboratuvar, yüksek lisans,doktora ve diğer altbölümleri kapsamaktadır. Kırgızistan'da 55 yüksek eğitim kurumu faaliyet göstermektedir. Bu kurumlarda 223 241 öğrenci eğitim almaktadır. Her yıl yaklaşık 41 bin öğrenci mezun almaktadır. 55 yüksek eğitim kurumunun 35'i Kırgızistan başkenti Bişkek'te bulunmaktadır. Bişkek'te 143 802 öğrenci eğitim görmektedir(Milli İstatistik Komitesi, 2014:283). Diğer bölgelerde: Batken bölgesinde 1, Calalabad bölgesinde 3, Isık-Göl bölgesinde 1, Narın bölgesinde 1, Talas bölgesinde 1, Çüy bölgesinde 4, Oş bölgesinde 9 yüksek eğitim kurumu bulunmaktadır. Yüksek öğretim kurumların 21'i özel kurum statüsüne sahiptir. Ülkede Kırgızistan ile diğer ülke arasında sözleşmenin esasında eğitim yürüten kurumlar da faaliyet göstermektedir. Onlar: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgız-Rus Slavyan Üniversitesi, Kırgız-Özbek Teknoloji Koleji, Kırgızistan Uluslararası Üniversitesi, Orta Asya'da Amerikan Üniversitesi, Kırgız Milli Üniversitesinde Kırgız-Amerika, Kırgız-Avrupa ve Doğu fakülteleri bulunmaktadır.

Kırgızistan'da diğer ülke vatandaşları da eğitim görmektedir. Yabancı uyruklu öğrencilerin sayısı 11662'dir. Öğrenciler Azerbaycan, Ermenistan, Beyaz Rusya, Kazakistan, Moldova, Rusya, Tacikistan, Türkmenistan, Ukrayna, Özbekistan, Afganistan, Çin, Hindistan, İran, Moğolistan, Nepal, Suriye, Pakistan, Türkiye, Gürcistan'dan gelmektedirler.

Yüksek öğretim kurumlarında 14 binden fazla öğretim elemanı çalışmaktadır (Milli İstatistik Komitesi, 2014:283-302).

Kırgızistan Yüksek Öğretim Kurumları'nda halkla ilişkiler eğitimi üniversite statüsünde eğitim veren kurumlarda yürütülmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi çoğu üniversitelerde gazetecilik ve iletişim fakülteleri bünyesinde, bazılarında işletme bölümü kapsamında verilmektedir. Kırgızistan'da eğitim ve öğretim yürüten 55 üniversite arasından halkla ilişkiler eğitimi verenlerin sayısı 7'dir. Halkla ilişkiler eğitimi 2000 yılında Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümünde başlamıştır. 2004 yılı bölümü 7 öğrenci bitirmiştir. Daha sonra 2003 yılında İ. Arabayev Devlet Üniversitesi Avrupa Uygarlıkları Enstitüsü'nde, 2004 yılında ise Kırgız Milli Üniversitesi ve Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi'nde Gazetecilik fakültelerinde halkla ilişkiler ayrı uzmanlıklar olarak okutulmaya başlamıştır. 2006 yılında Kırgız Devlet İnşaat Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi işletme bölümünde halkla ilişkiler uzmanlığı açılmıştır. 2003 yılında Orta Asya'da Amerikan Üniversitesi Gazetecilik ve Kitle İletişimi programına göre halkla ilişkiler dersleri verilmeye başlamıştır. 2013 yılında Kırgız-Rus Slavyan üniversitesinde Sosyal Bilimler fakültesinde Reklamcılık ve Halkla İlişkiler bölümü açılmıştır.

Tablo 1. Kırgızistan'daki üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimine başladığı tarih.

Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi.	2000
İ. Arabayev Kırgız Devlet Üniversitesi.	2003
Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi.	2004
Cusup Balasagın Kırgız Milli Üniversitesi.	2004
Kırgız Devlet İnşaat Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi.	2006
Kırgız-Rus Slavyan Üniversitesi	2013

Halkla ilişkiler eğitimi Kırgızistan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı Eğitim Standartlarına göre yürütülmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi KC Eğitim ve Bilim bakanlığı tarafından belirlenen 530700 resmi şifre ve 'lisans' akademik derecesiyle, eğitim süresi hazırlık sınıfı ile 4 yıl olan eğitim programına göre yürütülmektedir. Eğitim programı "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık" olarak adlandırılmaktadır. Eğitim programı temel genel dersleri, uzmanlık derslerini, staj ve devlet sınavlarını içermektedir. Toplam ders saati 7200'dür.(KC Eğitim ve Bilim Bakanlığı, 2012)

Tablo 2. Kırgızistan-Türkiye Manas üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü KC Eğitim ve Bilim Bakanlığı tarafından sunulmuş olan eğitim programı.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Eğitim Programı		
<i>Sosyo-Ekonomik Bölüm</i>	Kredisi	Saati
Kırgızca I – Rusça I	2	60
Kırgızca II – Rusça II	2	60
İngilizce I – İngilizce II	4	60
Ata-Meken Tarihi I-II	4	60
Felsefe	2	60
Manaşinaslık	2	60
Sosyoloji	2	60
Hukuka Giriş	2	60
İktisada Giriş	4	120
Siyaset Bilimine Giriş	4	120
İletişim Felsefesi	3	90
Mesleki İngilizce I-II	2	60
Mesleki Rusça I-II	2	60
Dünya ve Türk Uygarlıkları	2	60
<i>Matematik ve Fen Bilimleri</i>		
Enformatik	4	120
Ekoloji	2	60
Bilimsel Araştırma Yöntemleri I-II	8	240
<i>Uzmanlık Dersler</i>		
Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar	5	150
Temel Gazetecilik	6	180
Yazınsal Türler	2	60
Grafik I-II	8	240
Örgütsel ve Kişilerarası İletişim	3	90
Reklamcılığa Giriş	3	90
Haber Yapım ve Yayın Teknikleri	4	120
Etkili Yazılı ve Sözlü Anlatım	4	120
Pazarlama	3	90
Halkla İlişkilerde Kampanya Planlama ve Örnek Olay Analizi	5	150
Halkla İlişkilerde Model ve Yaklaşımlar	5	150
Pazarlama İletişimi	3	90
Animasyon	4	120
Siyasal İletişim	3	90
Reklamcılıkta Kampanya Planlama ve Örnek Olay Analizi	3	90
Halkla İlişkiler ve Reklam Metin Hazırlama	3	90
Tüketici Davranışları	2	60
Reklam Analizi	2	60
Siyasal Düşünce Tarihi	2	60
Kamuoyu ve Piyasa Araştırması	6	180
Halkla İlişkiler ve Yeni Medya	5	150
<i>Diğer</i>		
Beden Eğitimi	-	400
Staj I-II-II	12	360
Devlet Sınavları (Uzmanlık Sınavı, KC Tarihi Sınavı, Bitirme Tezi Savunması Sınavı)	10	300
Seçmeli Dersler (Toplam)	86	2580
Toplam	240	7200

Eğitim programında belirlendiği gibi dersler öğrencilerin hem teorik hem de uygulama birikimlerini geliştirmeye yönelik oluşturulmuştur. Ayrıca öğrencilerin uygulamada bilgi ve becerilerini kullanabilmeleri için staj programları işlenmiş ve öğrencilere Kırgızistan'da ve ülke dışında staj yapma olanakları sağlanmıştır. Öğretim sürecinde Rusya, Ukrayna, Türkiye, Amerika ve Avrupa yazarlarının halkla ilişkilerle ilgili kitap ve makalelerinden yararlanmaktadır. Kırgızistan'da halkla ilişkiler alanında Kırgızca akademik çalışmalar ve yayınlar çok az sayıda bulunmaktadır. Kırgızistan'da halkla ilişkiler yeniden gelişmekte olan bir alan olduğu için halkla ilişkilerin akademik açıdan incelenmeye de yeniden başlamaktadır. Yabancı yazarların kitap ve yayınlarını kullanmakla birlikte, bilgilerin yerel kültürel değerlere ve ülkenin sosyal, ekonomik ve siyasi yapısına göre adapte olmasına çaba gösterilmektedir. Dersler dışında Kırgızistan'ın halkla ilişkiler sektöründe çalışan uzmanlar davet edilerek öğrencilere seminerler, konferanslar ve workshoplar düzenlenmektedir. Üniversiteler arasında öğrenci bilimsel konferanslar, yarışmalar ve forumlar da düzenlenmektedir.

8. Halkla İlişkiler Eğitimi Veren Üniversiteler

Kırgızistan'da halkla ilişkiler eğitimi 6 üniversitede bölüm bünyesinde sağlanmaktadır. Halkla ilişkiler eğitimi ilk olarak 2000 yılında Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İletişim fakültesinde vermeye başlamıştır. 2003 yılında A. Arabayev Kırgız Devlet Üniversitesinde, 2004 yılında Cusup Balasagun adlı Kırgız Milli Üniversitesi ve Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesinde, 2006 yılında Kırgız Devlet İnşaat Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesinde, 2013 yılında Kırgız – Rus Slavyan Üniversitesinde halkla ilişkiler eğitimi ayrı uzmanlık olarak vermeye başlamıştır. Tüm üniversiteler devlet üniversiteleridir, iki üniversite: Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi ve Kırgız – Rus Slavyan Üniversitesi uluslar arası statüye sahiptir.

Orta Asya'daki Amerikan Üniversitesi özel kurum olarak Gazetecilik ve Kitle İletişimi fakültesinde halkla ilişkiler derslerini sunmaktadır.

8.1. Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi

Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Hükümeti arasında 30 Eylül 1995 tarihinde İzmir'de imzalanan anlaşma temelinde kurulmuştur. Kırgızistan ve Türkiye gençleri ile diğer Türk Cumhuriyetleri ve Türk Topluluklarındaki gençlerin birlikte öğrenmelerini, ortak anlayış ve işbirliğini geliştirmelerini ve üniversitenin dünya bilimine katkı yapmasını sağlayan bu üniversitede 9 fakülte, 4 yüksekokulu, 1 Meslek Yüksekokulu, 1 konservatuar bulunmaktadır. Üniversitedeki eğitim öğretim dili Kırgızca ve Türkçedir.

Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi 2000 yılında açılmıştır. Başlangıçta fakültede Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ve Radyo Televizyon ve Sinema bölümlerinde eğitim verilmiştir. Gazetecilik bölümü ise 2002 yılında açılmıştır. Günümüzde İletişim fakültesinde çağdaş sinema salonu, grafik ve animasyon laboratuvarları, “Manas” öğrenci gazetesi editörlüğü, kurgu laboratuvarı bulunmaktadır.

Manas üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde eğitim - öğretim 2000 yılından beri yürütülmektedir. İlk mezunlar bölümü 2004 yılında bitirmiştir. İlk mezun sayısı 7’dir. Yıl geçtikçe bölümde okumak isteyen öğrencilerin sayısı artmıştır. Böylece Halkla İlişkiler bölümünden 2005 yılında 8, 2006 yılında 13, 2007’de 20 ve 2008 yılında 13, 2009 37, 2010 yılında 34, 2011 yılında 24, 2012 yılında 37, 2013 yılında 35, 2014 yılında 33, 2015 yılında 25, 2016 yılında 38 öğrenci mezun olmuştur (KTMÜ, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Denetleme Raporu, 2017).

Manas üniversitesi İletişim Fakültesinde Kırgızistan, Türkiye, Amerika ve Avrupa ülkelerinde eğitim alan ve iletişim, gazetecilik, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon, sinema, işletme, pazarlama alanında uzman olan öğretim elemanları çalışmaktadır. 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılında Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümünde 1 doçent, 1 yardımcı doçent doktor, 2 doktor, 2 öğretim görevlisi, 1 araştırma görevlisi ve 1 akademik uzman çalışmaktadır (<http://dep.manas.edu.kg>).

Dersler eğitim bakanlığı tarafından talep edilen standartlara göre belirlenip ortak zorunlu dersler, bölüm zorunlu dersler ve seçmeli dersler: bölüm içi seçmeli dersler ve bölüm dışı seçmeli dersler olarak verilmektedir. Ortak zorunlu dersler fakültedeki tüm 3 bölüm öğrencileri için verilmektedir. Bunlar sosyoloji, siyaset bilimine giriş, hukuka giriş, iletişim kuramları, yazılı sözlü anlatım, iletişim ve etik, bilimsel araştırma yöntemleri, iktisat dersleridir. Her bölümün kendi zorunlu dersleri bulunmaktadır. Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümü zorunlu dersler olarak halkla ilişkilerde temel kavramlar, reklamcılığa giriş, pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam kampanyaları planlama ve örnek olay analizi, halkla ilişkiler ve reklam metin yazarlığı, halkla ilişkilerde model ve yaklaşımlar, reklam incelemeleri, tüketici davranışları, kamuoyu ve pazar araştırmaları, halkla ilişkiler ve yeni medya, siyasal iletişim gibi dersleri belirtebiliriz. Uygulamaya dayalı olan zorunlu dersler arasında Grafik I-II ve Animasyon derslerini belirtmek mümkündür. 3. ve 4. sınıf öğrencileri seçmeli dersleri de almaktadır. Öğrenci mezun olabilmek için toplam 30 kredi seçmeli dersten başarılı olması şarttır. Seçmeli dersler olarak reklamcılıkta yaratıcılık, etkinlik ve protokol yönetimi, radyo ve televizyon reklamcılığı, kurumsal kimlik ve marka yönetimi, imaj yönetimi, sunuş teknikleri, internet reklamcılığı, ikna edici iletişim ve retorik, uluslar arası

reklamcılık, uluslar arası halkla ilişkiler, medya planlaması, siyasal iletişim kampanyaları dersleri müfredat programında yer almaktadır(KTMÜ, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü müfredat programı, 2012).

Öğrenciler stajlarını üniversite tarafından onaylanan staj yönergesine göre yapmaktadır. Eğitim süresinde öğrenciler 1, 3 ve 4. Sınıfta Staj I, Staj II ve Staj III olmak üzere kurumlarda staj yapmalıdır. 3 sınıf başarılı öğrenciler ise Türkiye'de staj yapma olanağına sahiptir.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü mezunları hem Manas Üniversitesi'nde hem yurt dışında üniversitelerinde lisansüstü programlarda eğitimini devam ettirmektedir. Mezunlar Kırgızistan, Türkiye, Kazakistan, Rusya ve Avrupa ülkelerinde istihdam görmektedir.

Manas üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü dersleri eğitim kaynakları (yayınlar, kitaplar, tezler, dergiler) üniversitenin kütüphanesi ve dersin sorumlu öğretim görevlisi tarafından sağlanmaktadır. Üniversite kütüphanesi web-sitesi öğrenci ve öğretim elemanları için Taylor & Francis Online, Oxford Journals, J-Stor, Sage Journals, The Royal Society, Cambridge University Press, Elgar Online, IOP Science gibi uluslar arası elektronik veri tabanlara erişebilme olanağını sağlamaktadır.

8.2. İ. Arabayev Kırgız Devlet Üniversitesi

Üniversite 1949 yılında Kadın Pedagojik Okulu olarak kurulmuştur. 1950 yılı Ekim ayında okul Kadın Öğretmenlik Enstitüsü olmuştur. Enstitü 1994 yılında İ. Arabayev pedagoji üniversitesi, 2005 yılında Kırgız Devlet Üniversitesi olarak faaliyet göstermeye başlamıştır.

Üniversitede halkla ilişkiler eğitimine 2003 yılında Avrupa Uygarlıkları Enstitüsü'nde başlanmıştır. 2007 yılından itibaren Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Siyaset Bilimi, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler bölümünde günümüze kadar devam etmektedir. Bölümde reklamcılık, halkla ilişkiler ve siyaset bilimi ayrı uzmanlıklar olarak okutulmaktadır. Bölümde 2 profesör, 4 doçent doktor, 9 öğretmen elemanı ders vermektedir. Öğretim görevlilerin bazıları Rusya'nın üniversitelerinde eğitim almışlardır. Halkla ilişkiler eğitim programı Eğitim Bakanlığı devlet standartlarına göre hazırlanmıştır. Halkla İlişkiler eğitimini gören mezunlara halkla ilişkiler uzmanı diploması verilmektedir.

Öğrenciler iletişim, halkla ilişkiler ve diğer ilişkili alanlardan dersler görmektedirler. Temel derslerden iletişime giriş, gazetecilik temelleri, halkla ilişkilere giriş, ekonomi, pazarlama ve tüketici davranışları dersleri verilmektedir. Halkla İlişkiler eğitiminde başka üniversitelerde olduğu gibi Rusya'da yayınlanan Rus, Avrupa ve Amerikalı yazarların kitapları uygulanmaktadır.

Öğrencilerin staj yapma programları hem Kırgızistan sınırlarında hem de yabancı ülkelerde staj yapabilmek için sağlanmaktadır. Her öğrenci Kırgızistan'da faaliyet gösteren kurumlarda önceden yapılmış anlaşmalar esasında staj yapmaktadır. Yurt dışına ise başarılı öğrenciler staj yapmak için üniversite tarafından gönderilmektedir. Böylece öğrenciler bir Rusya'da ve Avrupa ülkelerinde staj yapabilmek için olanağına sahip olmuştur.

Halkla İlişkiler dersleri çerçevesinde halkla ilişkilerin temelleri, halkla ilişkiler faaliyetinde pazarlamanın önemi, halkla ilişkiler kampanyaları, lobcilik, lobi yöntemleri, KİA ve iletişim, haber bülteni hazırlama kuralları, bilgi kabul etme süreci yönetimi, Kırgızistan'da medya ve reklam faaliyetleriyle ilişkisi gibi konular esas olarak alınmaktadır (Artışeva, 2009:59).

8.3. C. Balasagun Kırgız Milli Üniversitesi.

Kırgız Milli Üniversitesi 1932 yılında Kırgız Devlet Eğitim (pedagoji) Enstitüsü olarak kurulmuştur. 1951 yılında Kırgız Devlet Üniversitesine, 1993 yılında ise Kırgız Milli Üniversitesine değiştirilmiştir. 2003 yılında üniversiteye Orta Asya'nın ünlü düşünürü Cusup Balasagun'un ismi verilmiştir. Üniversitede 26 alanda eğitim programı geliştirilmiştir. Bu programlara göre farklı 54 uzmanlıkta eğitim verilmektedir. Günümüzde üniversitede yaklaşık 20 bin öğrenci eğitim görmektedir, binden fazla öğretim elemanı çalışmaktadır.

Üniversitenin eğitim sistemi Kırgızistan Cumhuriyeti Eğitim ve Bilim Bakanlığı tarafından belirlenen devlet standartlarına göre düzenlenmiştir. Fakat günümüzde üniversitede çağdaş eğitim modellerini de uygulanmaktadır. Şu an üniversitede Bolonya sisteminin uygulanması yürütülmektedir. Öğrencilerin çoğu kredi sistemiyle okutulmaktadır.

Kırgız Milli Üniversitesi'nin birçok yurtdışı üniversiteleriyle anlaşmaları vardır. Bu iki taraflı anlaşmalara göre üniversite öğrencileri yurtdışı üniversitelerinde eğitimini devam edebilme olanağına sahiptir. Kırgız Milli Üniversitesi'nde ise Rusya, Tacikistan, Özbekistan, Çin, Türkiye, Güney Kore, İran, Hindistan, Pakistan gibi ülkelere de öğrenciler eğitim almaktadırlar.

Kırgız Milli Üniversitesi'nde halkla ilişkiler eğitimi Gazetecilik Fakültesi kapsamında uzmanlık alanı olarak verilmektedir. Bu fakülte, Eğitim ve Bilim bakanlığı tarafından onaylanan gazetecilik alanında uzmanları hazırlamak için devlet standartlarına göre eğitim öğretim sunmaktadır.

Kırgız Milli Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi 1956 yılında açılmıştır. 1995 yılına kadar bu fakülte ülke boyunca tek gazetecilik eğitimi sağlayan birimdi. Günümüzde Gazetecilik Fakültesi 3 alanda uzmanları hazırlamaktadır:

- Radyo ve Televizyon Gazeteciliği

- Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
- Basın Gazeteciliği

İlk iki yıl içerisinde öğrenciler genel programa göre okutulmaktadırlar. Üçüncü yıldan itibaren uzmanlıklara göre eğitim verilmektedir. Eğitim iki dilde, Kırgızca ve Rusça verilmektedir. Fakültede “gazetecilik” uzmanlığında yüksek lisans ve doktora programı uygulanmaktadır(Halilov, 2009).

Halkla İlişkiler 2000 yılında gazetecilik uzmanlığına ek uzmanlık olarak okutulmaya başlamıştır. Mezunlar gazetecilik uzmanı diplomasını almıştır. Aynı Halkla İlişkiler uzmanlarını hazırlama ise 2004 yılında Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü açıldıktan sonra başlamıştır. Halkla İlişkiler eğitimi programı, hem Kırgızistan Eğitim Bakanlığı devlet standartlarına göre, hem de komşu ülkeler, Kazakistan, Rusya'daki üniversitelerde halka ilişkiler eğitimi tecrübesine göre hazırlanmıştır.

Her yıl halkla ilişkiler bölümüne 20 – 25 öğrenci alınmaktadır. Eğitim süresi 4 yıldır. 4 yıl içerisinde eğitim planında dersleri aldıktan sonra, mezunlar halkla ilişkiler uzmanında lisans derecesi diploma belgesini almaktadır.

Bölümde lisans eğitimi süresi 4 yılı, yüksek lisans eğitimi 2 yıl, ikinci yüksek öğretim süresi 2 yıl, uzaktan eğitim 5 yıl olmak üzere farklı eğitim türleri sunulmaktadır. Bölümde 1 profesör, 1 doçent, 1 doktor ve 7 öğretim görevlisi çalışmaktadır.

Eğitim süresinde kullanılan eğitim materyalleri, kitaplar, yayınlar üniversitenin kütüphanesi tarafından ve öğretim elemanları tarafından sağlanmaktadır. Üniversitenin elektronik kütüphanesi “Web of Science”, “IMF E-Library” ve “Duke University Press Journals Online” gibi veri tabanlara açık erişim sağlamaktadır(<https://www.knu.kg>).

Staj programı ile ilgili öğrenciler, 2. sınıftan sonra staj yapmaya başlamaktadırlar. Öğrenciler, fakülte tarafından ülkedeki halkla ilişkiler alanında çalışan ajanslara, haber ajanslarına ve merkezlerine, şirketlerin halkla ilişkiler bölümlerine ve hükümet bakanlıklarının halkla ilişkiler kurumlarına gönderilmektedirler.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü müfredat programında Halkla İlişkiler Teorisi ve Uygulaması, Siyasette Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Ekonomi, Kriz Yönetimi, Halkla İlişkiler Danışmanlığı, Halkla İlişkiler Teknolojisi, İmaj Yönetimi, Medya ve Hukuk, Pazarlama, Uluslararası Ekonomi etleri, Televizyon ve Bilgisayar Teknolojileri, Ticari Süreçte Reklamcılık, Halkla İlişkilerde Pazar Araştırmaları, Çağdaş Uluslararası İlişkiler, Çağdaş İşletme, Sosyoloji, Halkla İlişkiler Kampanyaları, Sunum Temelleri, Mesleki Yabancı Dil (İngilizce), Söz Kültürü ve Retorik, Uluslararası Halkla İlişkiler, Halkla İlişkilerin Hukuki

ve Etik Yönü, Çağdaş Basın Bürosu Faaliyetleri, İnternet Reklamcılığı, İnternette İletişim gibi dersler yer almaktadır (Maksutova, 2017).

8.4. Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi

Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi 1979 yılında Rus Dili ve Edebiyatı Frunze Devlet Pedagoji Enstitüsü olarak açılmıştır. 1992 yılında Sosyal Bilimler ve Diller enstitüsüne, 1994 yılında Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesine dönüştürülmüştür. Üniversitede yaklaşık 500 öğretim elemanı çalışmaktadır. 10 binden fazla öğrenci eğitim görmektedir. Üniversitede eğitim 14 dilde verilmektedir. Öğrenciler Avrupa ve Doğu dillerini öğrenmektedirler.

Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesinde halkla ilişkiler eğitimi Gazetecilik ve Bilgi Sistemleri fakültesinde verilmektedir. Fakülte 1999 yılında açılmıştır. 5 yıllık eğitimden sonra öğrencilere Halkla İlişkiler uzmanı derecesi verilmektedir. Halkla İlişkiler uzmanları ile birlikte Gazetecilik ve Bilgi Sistemleri fakültesinde gazeteci, kütüphane memurları, tarihçi – arşivciler ve kitap yayıncılığı uzmanları hazırlanmaktadır. Halkla İlişkiler bölümü ise 2004 yılında açılmıştır.

Eğitim programı Kırgızistan Cumhuriyeti devlet standardına göre hazırlanmış ve dersler de programda belirlenen sürece göre verilmektedirler. Ders programı bir kaç bölümden, bloktan oluşmaktadır, her blok belirli bir alana ayıt olan dersleri kapsamaktadır:

1. Blok. Genel sosyal ve sosyoekonomik disiplinler.
2. Blok. Genel matematik ve doğa bilimleri.
3. Blok. Genel mesleki disiplinler.
4. Blok. Özel - mesleki disiplinler.
5. Blok. Ek uzmanlık disiplinleri.
6. Blok. Ek disiplinler.

Fakültede 35 öğretim elemanı çalışmaktadır. Onların arasında 3 profesör, 6 doçent doktor, 5 doktor bulunmaktadır. Öğretim elemanları Rusya, ABD, Kazakistan, Çin gibi ülkelerde staj yapmıştır. Fakülte yurt dışındaki üniversiteler ile işbirliği kapsamında farklı seminer ve konferansları düzenlemiştir. Öğrenciler stajlarını yerel medya kurumlarında, özel sektör işletmelerinde ve devlet organlarında yapmaktadırlar.

Eğitim programında yer alan dersler arasında felsefe, halkla ilişkiler teorisi ve uygulaması, kitle iletişim psikolojisi, iletişim sürecinde reklam, kitle iletişim sosyolojisi, işletme, halkla ilişkiler kampanyaları düzenleme ve uygulama, halkla ilişkilerde danışmanlık, retorik, halkla ilişkilerde pazarlama araştırmaları, halkla ilişkiler departmanı faaliyetlerini düzenleme, kampanyalar hazırlama, medya ve etik gibi dersler verilmektedir. Dersler dışında

öğrenciler için kurslar, seminer ve workshoplar düzenlenmektedir. Öğrenciler kendi teorik bilgilerini uygulamada kullanabilmek için üniversitenin basın hizmetinde çalışmaktadır (Asanova, 2017).

8.5. Kırgız Devlet İnşaat, Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi (KGUSTA)

Kırgız Devlet İnşaat, Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi 1992 yılında Kırgız Mimarlık ve İnşaat Enstitüsü olarak oluşmuştur. 1998 yılında Kırgız Devlet İnşaat Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi'ne değiştirilmiştir. Üniversitede 9 enstitü ve 45 farklı bölüm bulunmaktadır. 49 eğitim ve araştırma laboratuvarı faaliyet göstermektedir. 1992 yılından itibaren bu üniversiteden 10 binden fazla öğrenci mezun olmuştur. Üniversitede Bolonya deklarasyonunda dayanan üç aşamalı Avrupa Eğitim sistemi uygulanmaktadır. Üniversite Rusya, Almanya, Avusturya, Hindistan, İsveç, Hollanda, Estonya, Fransa, İngiltere, ABD, Çin, Tayland, Ürdün, Türkiye, Güney Kore üniversiteleri ve araştırma merkezleri ile işbirlikleri yürütmektedir. Kırgız Devlet İnşaat, Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi birçok uluslar arası kurumları üyesidir, üniversite öğrencileri TEMPUS, ERASMUS+, Erasmus Mundus, TACIS, DAAD eğitim programlarına farklı projelerle katılabilmektedir(<http://ksucta.kg/ru>).

Kırgız Devlet İnşaat, Ulaşım ve Mimarlık Üniversitesi'nde halkla ilişkiler eğitimi 2006 yılından itibaren verilmeye başlamıştır. Halkla ilişkiler eğitimi İşletme bölümünde verilmektedir. İşletme bölümü 2005 yılında açılmıştır. Halkla ilişkilerin dışında, işletme, devlet ve yerel yönetim eğitimleri de verilmektedir. Bu bölüm aslında Kırgızistan'ın inşaat sektörü yönetimini iyileştirmek amacıyla oluşmuştur. Şu an halkla ilişkiler bölümünde öğrencilerinin aldığı dersler arasında iletişime giriş, kişilerarası iletişim, ekonomi, bilgisayar teknolojileri, dünya edebiyatı tarihi, kitle iletişimi sosyolojisi ve yönetim teorisi, iletişim teorileri, halkla ilişkiler teorisi ve uygulaması, yönetim ve planlama teorileri, felsefe, kültürel çalışmalar dersleri almaktadırlar(Derbişeva, 2009).

8.6. Kırgızistan - Rusya Slavyan Üniversitesi

Kırgızistan - Rusya Slavyan Üniversitesi 1993 yılında Kırgız Cumhuriyeti ve Rus Federasyonu arasındaki dostluk, işbirliği ve karşılıklı yardım anlaşması temelinde kurulmuştur. 2004 yılından itibaren üniversite Rusya'nın ilk başkanı Boris Yeltsin'in ismini taşımaktadır. Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümü 2013 yılında Edebiyat Fakültesinde açılmıştır. Bölümün amacı iletişim, halkla ilişkiler, pazarlama ve reklamcılık alanında yüksek kaliteli uzmanları hazırlamaktır. Bölümde 4 profesör, 2 doçent ve 4 öğretim görevlisi çalışmaktadır.

Bölümün eğitim programında Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Temel Kavramlar, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Tarihi, Reklam Tasarımı, İletişim Uzmanlıklarına Giriş, Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Bilgi Teknolojileri, Basın Reklamı, Reklam Faaliyetinin Devlet ve Toplum Tarafından Düzenlenmesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Kampanya Düzenleme, İletişim Kuramları, Kitle İletişim Psikolojisi, Reklamda Dijital Teknolojiler, Devlet Kurumlarında Halkla İlişkiler, Kitle İletişim Sosyolojisi, Uluslar arası Reklamcılık, Marka Yönetimi, Pazarlama Araştırmaları ve Durum Analizi gibi dersler yer almaktadır(<http://www.krsu.edu.kg>).

8.7. Orta Asya'da Amerikan Üniversitesi (AUCA)

Orta Asya'da Amerikan Üniversitesi 1993 yılında açılmıştır. Amerikan üniversitesi ABD'deki Bard Koleji ile işbirliği yaparak Orta Asya'da sosyal bilimlerde derecelerini veren ilk eğitim kurumudur. Üniversitede 14 lisans, 4 yüksek lisans programında eğitim verilmektedir. AUCA' da halkla ilişkiler eğitimi ayrı uzmanlık değil, Gazetecilik ve Kitle İletişimi (Journalism and Mass Communication) programı kapsamında verilmektedir. Gazetecilik ve Kitle İletişimi programı 1997 yılından itibaren gazetecilik, pazarlama, iletişim ve halkla ilişkiler alanında profesyonel uzmanları hazırlamaktadır. Mezun olmuş öğrenciler Kırgızistan'daki önemli medya araçlarında çalışmakta ve ABD ve Avrupa ülkelerinde lisansüstü programlarda eğitimini devam ettirmektedirler. Gazetecilik ve Kitle İletişimi programı ABD'deki Bard Koleji akreditasyon komisyonu tarafından kabul edilmiştir, böylece öğrenciler sadece Kırgızistan ve Orta Asya ülkelerinde değil, tüm dünyada çalışabilme olanağına sahiptir.

Öğrenciler teorik bilgilerini pekiştirmek için üniversitenin "AUCA TV" televizyonunda, "The New Star" öğrenci gazetesinde ve üniversitenin halkla ilişkiler departmanında çalışma olanağına sahiptir. Fakülte Kırgızistan ve diğer ülkelerdeki medya kurumları ile işbirliği yapmaktadır. Fakültede sürekli seminer, çalıştay ve bilimsel toplantılar düzenlenmektedir. Fakültede Kırgızistan, Rusya, ABD ve Büyük Britanya'da doktoralarını almıştır.

Dersler dışında fakültede özel kurslar düzenlenmektedir. 2017-18 eğitim-öğretim yılı için İşletme bölümü ile birlikte "Halkla İlişkiler ve Pazarlama" kursu açılmıştır. Kurs kapsamında öğrenciler pazarlama araştırmaları, dijital halkla ilişkiler, tüketici davranışları, pazarlama ve halkla ilişkiler konsantrasyonu gibi konular işlenecektir ve kurs sonunda katılım sertifikaları verilecektir(<https://dss.auca.kg>).

Sonuç

Kırgızistan'da halkla ilişkiler alanı hem özel sektörde hem de kamusal alanda yeni gelişmekte olan alan olmakla birlikte, yeni iletişim teknolojilerin yaygınlaşması nedeniyle bir faaliyet alanı olarak arzu edilen meslek haline gelmiştir. Kurumların halkla ilişkiler uzmanlarına ihtiyaç duymaları üniversitelerde halkla ilişkiler eğitiminin verilmeye başlamasını sağlamıştır. Üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi müfredat programları Kırgız Cumhuriyeti Eğitim ve Bilim Bakanlığı Devlet Standartlarına göre hazırlanmıştır. Aynı zamanda her üniversite eğitim programında ufak değişiklikleri yapabilmektedir. Halkla ilişkiler eğitim programları öğrencilerin hem teorik bilgilerini sağlayacak hem de uygulamada becerilerini geliştirecek şekilde hazırlanmıştır. Halkla ilişkiler eğitimi çoğu üniversitelerde ayrı uzmanlık olarak İletişim ya da Gazetecilik fakültesinde verilmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi veren öğretim elemanları iletişim, gazetecilik, işletme, siyaset bilimleri, halkla ilişkiler alanında eğitim görmüş uzmanlardır. Öğretim elemanlarının çoğu doktoralarını yapmıştır. Eğitim sürecinde daha çok yabancı yazarların kitapları kullanılmaktadır. Üniversitelerin kütüphanelerinde dünyaca ünlü olan elektronik veri tabanlara erişim açıktır. Bunun dışında öğretim elemanları derslerle ilgili ders notlarını hazırlamaktadır. Dersler dışında fakülterde öğrenciler için seminer, kongre, çalıştaylar düzenlenmektedir. Öğrenciler hem Kırgızistan hem de yurtdışında staj yapabilmeye olanağına sahiptir. Öğrenciler lisans eğitimini tamamladıktan sonra lisansüstü programlarda eğitimini devam ettirmekte, böylece de halkla ilişkilerin akademik açıdan gelişmesinde katkıda bulunmaktadır.

Halkla ilişkiler bölümleri mezunları ülkenin özel şirketlerinde ve devlete ait organlarında istihdam görebilmektedir. Mezunlar şirketlerin reklam, pazarlama, satış, halkla ilişkiler departmanlarında, devlete ait kurumların basın hizmeti ve halkla ilişkiler bölümlerinde çalışmaktadır.

Genel olarak Kırgızistan'da halkla ilişkiler eğitimini ele aldığımızda, halkla ilişkiler bölümlerin müfredat programları uluslar arası standartlara göre hazırlandığı tespit edilmektedir. Ancak derslerde sunulan bilgiler yerel anlayış ve değerlere göre adapte edilmektedir. İletişim alanı dinamik ve hızla değişen bir alan olduğundan dolayı halkla ilişkiler alanında da sürekli yeni teknolojiler ortaya çıkmaktadır. Kırgızistan'da halkla ilişkiler eğitimi standartları da bu yenilikleri dikkate almaktadır.

Ancak yükseköğretim kurumlarında verilen teorik bilgiler ile sektörün beklentileri arasında farklılıklar gözükmemektedir. Mezunlar sektörde çalışmaya başladıklarında uygulamaya yönelik becerilerini iş sırasında geliştirmektedir. Dolayısıyla yükseköğretim kurumların halkla ilişkiler alanında yeni eğilimleri, sektörün beklentilerini sürekli takip

etmeleri gerekmektedir. Dersler daha çok öğrencilerin analitik düşünmesini ve uygulama becerilerini geliştirmeye yönelik olmalıdır. Bu kapsamda halkla ilişkiler eğitimini sağlayan kurumlar sektörel ilişkilerini geliştirmelidir.

Kaynakça

- AGEE, W., CAMERON, G., AULT, P., (2004). Essentials Of Public Relations. Piter.
- ANGELOVSKIY, A. (2010). «Profession», «Professional Conscience», «Professional Activity», «Professionalism»: Notion Analysis. Rus Bilimler Akademisi Samara Bilim Merkezi Dergisi. Sayı 12 No5 (2). ss. 306-314
- ARTIŞEVA, M. (2009). Kırgızistan'da Halkla İlişkiler Eğitimi. Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas üniversitesi. Lisans Tezi.
- ASNA, A. (1997). Halkla İlişkiler Public Relations P.R. Dünden Bugüne Bir Sanat - Meslek Öyküsü. Sabah Kitapçılık. ss. 208
- BECERİKLİ, S.(2005).Uluslararası Halkla İlişkiler. İstanbul, İzmir. ss.102-103
- DENİZ, S. (2001). Bireyin Meslek Seçimini Etkileyen Kaynaklar: Yeni Teknolojilerden İnternet. Muğla üniversitesi. SBE Dergisi. Sayı 6. ss. 1-9
- İLHAN, S. (2008). “Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları zerine”. Dumlupınar üniversitesi. Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı 21. ss. 313-328
- KC MİLLİ İSTATİSTİK KOMİTESİ (2014). Kırgızistan'da Eğitim ve Bilim. İstatistiksel derleme. Bişkek
- KUVATOVA, AZİMOVA, VORONİNA. (2014). “Kırgızistan'da Halkla İlişkilerin Gelişim Eğilimleri. Press-Cafe. [http://www.vzglyad.kg/society/2132_press-kafe_tendentsii_razvitiya_PR_v_kyirgyvistane_stenogramma/\(22.08.2017\)](http://www.vzglyad.kg/society/2132_press-kafe_tendentsii_razvitiya_PR_v_kyirgyvistane_stenogramma/(22.08.2017))
- L'ETANG, J. (2008). Public Relations. Concepts and Critique. Sage Publicatons. ss. 16-18
- OKAY, A., OKAY, A. (2005). Halkla İlişkiler. Kavram, Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları. ss. 2
- ŞAHİN-BAYLO, T. (2015). Kırgızistan Halkla İlişkilerinde Etkililik Değerlendirme Sistemi Hakkında. Veçerniy Bişkek. <http://dep.manas.edu.kg/department/Public%20Relations%20and%20Advertising/home> (15.09.2017)
- https://www.knu.kg/index.php?option=com_content&view=article&id=5256:2012-11-12-12-31-29&catid=92:2010-03-01-06-39-27&Itemid=551 (16.09.2017)
- <http://ksucta.kg/ru/component/content/article.html?id=36> (16.09.2017)
- http://www.krsu.edu.kg/index.php?option=com_content&view=article&id=1540&Itemid=808&lang=ru (17.09.201)
- <https://dss.auca.kg/bachelor-in-journalism-and-mass-communications/> (17.09.2017)