

روابط عمومی هوشمند

حسین ناصری

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت،
واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
Vehar.ir@gmail.com

چکیده

روابط عمومی هسته مرکزی تعامل سازمان یا موسسات را تشکیل می‌دهد. در واقع این بخش از موسسات با اشاعه اخبار و اطلاعات، و ارتباط با کاربران مختلف به صورت سازمانی و فراسازمانی سعی در شهرت و سازمان‌دهی اطلاعات ذی‌ربط را دارد. بنابراین چنانچه روابط عمومی نتواند تعامل خود را با کاربران، کارکنان، سرمایه‌گذاران، عموم مردم و... به صورت منسجم و در رفاه پیگیری کند. کل سازمان با شکست روبرو خواهد شد. با پیدایش هوش مصنوعی و ایجاد امکانات زیاد و مناسب در امورات متفاوت که روابط عمومی هم می‌تواند از آن بهره‌مند شود. می‌توان اظهار کرد که این فناوری نوظهور موجب رقابت بین سازمان‌ها هم شده است. زیرا با استفاده از این فناوری می‌توان سرعت انتقال داده و اطلاعات، و آسودگی در موسسات را رقم زد. بدین ترتیب بهره‌گیری از هوش مصنوعی علاوه بر رضایت کاربران در سطح کلان، افتخارآفرینی و سهولت در امورات اداری را بدنبال خواهد داشت. لذا با وجود تکنولوژی‌های گوناگون این روابط عمومی است که بر حسب ذکاوت و سلیقه و همچنین بودجه سازمان جهت ارتقاء کیفیت کار خود و همچنین رضایت کاربران می‌تواند از هوش مصنوعی استفاده کند. در واقع روابط عمومی با استفاده از فناوری‌های روز می‌تواند به جذب مخاطب و پیشبرد اهداف مهم سازمان یا موسسه در سراسر دنیا کمک کند.؛ پردازش زبان طبیعی، درک زبان طبیعی، فناوری تولید زبان طبیعی از جمله فناوری‌های روز در هوش مصنوعی هستند که می‌توانند در تعامل بین افراد و سهولت در امر ارتباطات کمک شایانی به روابط عمومی‌ها داشته باشند. از این رو روابط عمومی‌ها با شناخت کاربردها و مصادیق این فناوری در جهت اهداف سازمانی بروزرسانی خواهند شد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی، هوش مصنوعی، اشاعه، داده، اطلاعات، زبان طبیعی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۹/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۸/۳

مقدمه و بیان مسئله

روابط عمومی قرن ۲۱ را می‌توان جلوه‌ای از روابط عمومی مدرن دانست. که نقش مهمی در برخورد با کاربران دارد، و به دلیل ارتباطات گسترده‌ای که با افراد زیادی جهت ارسال و همچنین دریافت اطلاعات دارد. نیازمند استفاده و بهره‌برداری از شیوه‌ها و تجهیزات هوشمند است. زیرا با استفاده از تکنولوژی روز در این حیطه می‌توان انتقال و اشاعه اطلاعات را سریع‌تر و با روند بهبودی کل سازمان مواجه کند. در حال حاضر با وجود فناوری هوش مصنوعی ارتباطات در سطح جهان با سرعت بی‌نظیر در حال جریان است. روابط عمومی به صورت تک بعدی و حضوری در اختیار اعضای سازمان یا کاربران خاص خود نیست، بلکه با دیگر افراد در سراسر دنیا از طریق رایانه، وبسایت، ایمیل و در ارتباط خواهد است. با تلفیق هوش مصنوعی در بخش روابط عمومی‌ها می‌توان جهت تامین نیازهای کاربران هوشمندانه عمل کرد. در حال حاضر با وجود هوش مصنوعی به نظر می‌رسد روابط عمومی باید تلاش کند تا جایگاه خود را مطابق با این فناوری روز جهت پیشبرد اهداف مدنظر بهبود بخشد. با وجود گستردگی مصادیق هوش مصنوعی کدام مصادیق در روابط عمومی‌ها مناسب به نظر می‌رسند؟ روابط عمومی‌ها جهت نیل به اهداف خود از چه فناوری از هوش مصنوعی می‌توانند استفاده کنند؟

تاریخچه و تعریف روابط عمومی

ابتدایی‌ترین آثار علمی مربوط به ایجاد روابط عمومی در ایران مربوط به شرکت ملی نفت است. در شرکت نفت سابق ایران و انگلستان تا سال ۱۳۳۰ دفتری با نام "اطلاعات و مطبوعات" که رابط بین شرکت مذکور و مطبوعات بود، وجود داشت. بعد از ملی شدن صنعت نفت، دفتری تحت همین عنوان در شرکت ملی ایران احداث گردید. که بعد از سال‌ها نام این دفتر به روابط عمومی تغییر یافت (روابط عمومی، ۱۳۷۹) در سال ۱۹۸۷ در مکزیکو کنگره جهانی روابط عمومی این تعریف را از روابط عمومی ارائه داده است "روابط عمومی کاربردی است که از هنر و دانش اجتماعی تجزیه و تحلیل گرایش‌های مختلف، پیش‌بینی آثار آن‌ها، مشورت با رؤسای مؤسسات و تهیه و اجرای برنامه‌های عملی که هم در راستای منافع مؤسسه و هم همگان باشد(کوهن، ۱۳۷۶).

فرهنگ وبستر روابط عمومی را این گونه تعریف می‌کند: عمل ایجاد زمینه درک عامه از فرد، مؤسسه یا نهاد و ترغیب آنان برای داشتن حسن نیت نسبت به آن، همچنین درک و حسن نیت عامه نسبت به فرد، مؤسسه و یا نهاد(سفیدی، ۱۳۷۶). کاربرد اصطلاح روابط عمومی^۱

¹ Public Relation

به معنای خاص آن توسط اداره اتحادیه راه‌آهن ایالات متحده آمریکا برای اولین بار صورت گرفت. در دهه ابتدایی قرن ۲۰ اولین دفاتر روابط عمومی در مؤسسات گوناگون کشور آمریکا احداث شد. به صورتی که در سال ۱۹۰۶ اولین شرکت خصوصی، خدماتی را تحت نام روابط عمومی به کاربران خود ارائه کرد. این شرکت توسط «لی» فارغ‌التحصیل دانشگاه پرینستون و خبرنگار روزنامه نیویورک ورلد^۱ ایجاد شد (آقاداتود، ۱۳۸۰). روابط عمومی به عنوان زبان گویای سازمان، توانایی اتصال بین سازمان و جامعه را ایفا می‌کند. در صورت کم توجهی یا بی‌توجهی به این بخش سازمانی، چیزی جزء نابودی بلندمدت سازمان در پی نخواهد داشت. در حالی که با برنامه‌ریزی صحیح و منطقی برای روابط عمومی در سازمان می‌توان ارتباط دو طرفه بین سازمان و جامعه را تقویت کرد. که در نهایت اثربخشی سازمان را به همراه خواهد داشت (کیا، ۱۳۸۹). جایگاه روابط عمومی به عنوان بخشی از سازمان که مسئولیت «مدیریت تعامل با مخاطبان» در سه حوزه مدیریت زنجیره تامین و برنامه‌ریزی منابع سازمانی و مدیریت ارتباط با مشتریان را دارد (موسوی، ۱۳۹۹). در سال‌های اخیر متمرکز شدن بر روابط عمومی سنتی به جای بهره‌جویی از روابط عمومی هوشمند امری بدیهی است. ما نمی‌توانیم گرایش‌های مهم از جمله؛ استفاده از هوش مصنوعی، شکل‌گیری روابط عمومی اطلاعات‌گرا، از بین رفتن نشر و پخش اطلاعیه‌های رسمی سنتی، در روابط عمومی، بازاریابی فوری و تأثیرگذار، بازاریابی دیجیتال، اهمیت‌یابی نمایش اطلاعات و ترجیح تصویر بر متن، قابلیت سنجش این مشارکت‌ها مثل تحلیل تعداد لایک‌ها و ... در روابط عمومی نشان از عبور بشر از روابط عمومی سنتی به روابط عمومی فناور محور دارد (مهراد و فلاحتی مومنی، ۱۳۸۷).

با توجه به اینکه روابط عمومی در ارتباط مستمر با کاربران است. بنابراین شناخت فناوری‌هایی که موجب تسهیل در امر سازمان می‌شود. لازم و ضروری است. فناوری‌های هوش مصنوعی از جمله؛ پردازش زبان طبیعی، درک زبان طبیعی، فناوری تولید زبان طبیعی^۲ که به نظر می‌رسد در بهبود فعالیت‌های روابط عمومی می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند. در این موارد در ادامه مطلب به اختصار ابتدا توضیحات مربوط به این فناوری‌ها و کاربردها و سپس مصادیق هوش مصنوعی جهت بهره‌برداری در بخش روابط عمومی توضیح داده شده است.

پردازش زبان طبیعی

کودکان زبان گویش را با توجه به کشف الگوها و قوانین یاد می‌گیرند. انسان در فرایند زبان‌آموزی یاد می‌گیرد که مفاهیم جمع و مفرد را چگونه بیان کند و چگونه مفاهیم را در

¹ New York World

² NLG

افعال و اسامی پیاده‌سازی نماید، و در نهایت یاد می‌گیرد که جمله‌ای خبری، سؤالی یا امری را چگونه بنویسد. در پردازش زبان طبیعی بر این فرض که اگر بتوان این الگوها را تعریف و برای رایانه توصیف کنیم. موفق خواهیم شد به ماشین یاد دهیم که انسان‌ها چگونه صحبت می‌کنند، و فرایند درک متقابل بین این دو به چه صورت است (سبزیانی و همکاران، ۱۳۹۲).

کاربردهای پردازش زبان طبیعی

کاربردهای این فناوری به دو دسته کاربردهای نوشتاری و گفتاری قابل تقسیم هستند. از جمله کاربردهای نوشتاری آن می‌توان به خلاصه‌سازی خودکار متون، غلط‌یابی املائی متون، سامانه نوشتاری پرسش و پاسخ، استخراج اطلاعات ساخت یافته از یک متن بدون ساختار، یافتن مستندات خاص در یک پایگاه داده نوشتاری (مانند یافتن کتاب‌های مرتبط به هم در یک کتابخانه) و همچنین ترجمه یک متن به زبانی دیگر اشاره کرد. فناوری تشخیص گفتار به رایانه‌ای که توانایی دریافت صدا را دارد برای مثال به یک میکروفن مجهز است این قابلیت را می‌دهد که صحبت کاربر را متوجه شود، این فناوری در تبدیل گفتار به متن و یا به عنوان جایگزین برای ارتباط با رایانه کاربرد دارد. برقراری ارتباط گفتاری با رایانه‌ها به جای استفاده از صفحه کلید و ماوس یکی از زمینه‌های تحقیقاتی مهم چند دهه اخیر است و شرکت‌های بزرگی چون مایکروسافت و ای بی ام سالانه هزینه‌های هنگفتی را برای این منظور پرداخت کرده و می‌کنند. از جمله کاربردهای گفتاری پردازش زبان طبیعی می‌توان به سرویس‌های اتوماتیک ارتباط با مشتری از طریق تلفن، تبدیل متن به گفتار و برعکس، سیستم‌های پرسش و پاسخ انسان با کامپیوتر، نرم افزار تایپ گفتار، سیستم‌های آموزش به دانش‌آموزان و یا سیستم‌های کنترلی توسط صدا اشاره کرد. در طی سال‌های اخیر حوزه علمی گفتاری و نوشتاری پردازش زبان طبیعی توجه محققان زیادی را به خود جلب کرده است. که در این زمینه تحقیقات قابل ملاحظه‌ای صورت گرفته است (شیپ، ۱۴۰۲).

درک زبان طبیعی

این فناوری هوشمند از زیر شاخه‌های پردازش زبان طبیعی است. که جهت درک بهتر بافت تفسیر معنایی زبان طبیعی از تحلیل معنایی و نحوی استفاده می‌کند. از جمله رایج‌ترین وظایف در درک زبان طبیعی شامل: تشخیص قصد، تجزیه و تحلیل احساسات، تحلیل معنایی و شناسایی موجودیت است. در تجزیه و تحلیل نحوی درک زبان طبیعی، ساختار جملات اصلاح و معنی دقیق یا فرهنگ لغت از متن ترسیم می‌شود. علاوه بر این، فناوری درک زبان طبیعی قالب دستوری جملات، تحلیل معنایی، از جمله چینش کلمات، عبارات و جملات را تحلیل می‌کند. بشر توانایی درک یک جمله و زمینه آن را دارد. اما با استفاده از ماشین‌ها،

توانایی درک معنای حقیقی جمله آسان نیست. به همین دلیل برخی نرم افزارها از این ترتیبات جهت تعریف و تعیین روابط بین عبارات و جملات مستقل در یک زمینه خاص استفاده می کنند. در واقع نرم افزارها با استفاده از ترکیب کلمات و عبارات معانی را آموزش می بینند، و با توسعه آن نتایج بهتری را برای کاربر فراهم می کنند (سفیدی، ۱۴۰۲).

فناوری تولید زبان طبیعی

فناوری تولید زبان طبیعی از زیرشاخه های پردازش زبان طبیعی است. که تمرکز آن بر روی تولید زبان طبیعی از داده های ساختار یافته است. هدف اصلی این فناوری بوجود آوردن پاسخ زبانی و همچنین تبدیل داده ها به صورت گفتاری است (تائبی، ۱۴۰۲).

این فناوری، توان تولید کل حلقه بازخوردها را دارد. چون برخلاف بشر که با زبان های گوناگون نوشتاری و کلامی مانند ژاپنی، انگلیسی، کره ای و... با هم در تعامل هستند. رایانه ها فقط قادر به درک داده های ساختار یافته هستند (سفیدی، ۱۴۰۲).

این فناوری هوش مصنوعی از یک سیستم سه فاز جهت اطمینان از موفقیت خود و تولید خروجی های منطقی و دقیق بهره می برد. قواعد زبانی که تولید زبان طبیعی بر اساس آن فعالیت می کند. شامل: نحو و معناشناسی، صرف شناسی و واژگان است. فناوری تولید زبان طبیعی در رویکردهای خود از سه مرحله استفاده می کند. این مراحل شامل: تعیین محتوا، تولید زبان طبیعی و فاز تحقق است. که به اختصار هر کدام توضیح داده خواهد شد. در تعیین محتوا سیستم تولید زبان طبیعی با توجه به ورودی های کاربر مشخص می کند که چه محتوایی را باید تولید کند، و آن را به صورت منطقی ویرایش و اصلاح کند. در تولید زبان طبیعی علائم نگارشی، جریان متن و پاراگراف های محتوای خروجی در مرحله اول بررسی و ویرایش می شود. همچنین، در هر جایی از متن که لازم باشد ضمایر و حروف ربط به محتوای متن اضافه می شوند. در مرحله فاز تحقق که به عنوان سومین و آخرین مرحله این فناوری شناخته شده است. درست بودن گرامری محتوای متن به صورت مجدد مورد بررسی قرار می گیرد. علاوه بر این، محتوای متن از لحاظ اینکه از قوانین نقطه گذاری و صرف پیروی کرده باشد. مورد بررسی قرار می گیرد. برخی از کاربردهای فناوری تولید زبان طبیعی شامل: پیش بینی مالی، خلاصه نسل، چت ربات های خدمات مشتری و هوش تحلیل کسب و کار هستند (شیپ، ۱۴۰۲).

تفاوت بین پردازش زبان طبیعی، درک زبان طبیعی، فناوری تولید زبان طبیعی

پردازش زبان طبیعی شاخه‌ای از هوش مصنوعی است. که درک زبان طبیعی و فناوری تولید زبان طبیعی زیر مجموعه‌ای از آن محسوب می‌شوند. هدفی که پردازش زبان طبیعی به دنبال آن است درک دستورات کاربر و پاسخ‌دهی مناسب و منطقی به آن است. از سوی دیگر، درک زبان طبیعی می‌تواند با استفاده از زبان طبیعی و از طریق رایانه تعامل ایجاد کند. این فناوری جهت رمزگشایی هدف دستور و تولید خروجی‌های منطقی برنامه‌ریزی شده است. حتی اگر ورودی آن حاوی تلفظ اشتباه در عبارت یا جمله باشد. فناوری تولید زبان طبیعی توانایی بهتری نسبت به دارد. که قادر به ارائه پاسخ‌های جذاب‌تر، روان‌تر و هیجان‌انگیزتری به کاربران است. علاوه بر این ماهیت سند را تشخیص می‌دهد، و بر اساس آن پاسخ‌ها و تحلیل‌های بسیار دقیقی را تولید می‌کند (شیپ، ۱۴۰۲).

از جمله فناوری‌های هوش مصنوعی که در پردازش زبان طبیعی، قابل استفاده در روابط عمومی‌ها هستند. به اختصار شرح داده شده است.

تحلیل متن: سامانه‌های تحلیل متن مانند مانکی لرن^۱ و آیلین^۲ از جمله پلتفرم‌های هوش مصنوعی هستند. که از پردازش متن و پردازش زبان طبیعی برای تحلیل متن‌هایی مانند ایمیل‌ها، مقالات و پست‌های وبلاگی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

تحلیل گفتمانی: رپیدماینر^۳ و چت‌بات واتسون^۴ از جمله سامانه‌های تحلیل گفتمانی هستند. که از پردازش متن و پردازش زبان طبیعی برای تحلیل تعداد زیادی از متون مانند مقالات، نظرات کاربران، خبرها و غیره مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند.

¹ MonkeyLearn

² Ayleen

³ RapidMiner

⁴ IBM Watson

تحلیل احساسات: هویت سویت^۱ و برندواچ^۲ سامانه‌های تحلیل احساسات هستند. که از پردازش متن و پردازش زبان طبیعی برای تحلیل احساسات و نظرات کاربران در شبکه‌های اجتماعی و سایر منابع آنلاین مورد استفاده قرار می‌گیرند.

سامانه‌های پاسخگویی خودکار: در حال حاضر دستیارهای هوشمندی مانند کورتانا^۳، سیری^۴ و الکسا^۵ از پردازش متن و پردازش زبان طبیعی به شکل گسترده‌ای جهت پاسخ‌دهی به پرسش‌های کاربران و همچنین تفسیر دستورات کاربران مورد استفاده قرار می‌گیرند.

ترجمه ماشینی: مترجم مایکروسافت^۶ و گوگل ترنسلیت^۷ از جمله سامانه‌های ترجمه ماشینی هستند که از پردازش متن و پردازش زبان طبیعی در سامانه‌های مختلفی مانند بازیابی اطلاعات، خدمات مشتری، تحلیل احساسات، تحلیل داده‌ها، ترجمه و ... مورد استفاده قرار می‌گیرند (تائبی، ۱۴۰۲).

نتیجه‌گیری

استفاده از کاربردهای فناوری پردازش زبان طبیعی، درک زبان طبیعی، فناوری تولید زبان طبیعی از جمله نوشتاری، گفتاری، تفسیر معنایی و تولید زبان طبیعی در بخش روابط عمومی منجر به افزایش سرعت، دقت و کاهش استخدامی افراد مختلف در بدنه سازمان می‌شود. میزان آگاهی مدیران بر این فناوری و چگونگی استقرار آن نقش مهمی در موفقیت استفاده از آن دارد. با وجود تغییری که هوش مصنوعی در کارکردهای روابط عمومی ایجاد کرده است. می‌توان مزیت‌های متفاوتی را برای تسریع در امر فعالیت‌های روابط عمومی به وسیله تکنولوژی جدید برشمرد. از جمله کاهش تعداد مراجعه افراد به سازمان، سرعت در ارائه خدمات به صورت آنلاین، اشاعه اطلاعات در کمترین زمان ممکن و ... برشمرد. از جهتی

¹ Hootsuite

² Brandwatch

³ Cortana

⁴ Siri

⁵ Alexa

⁶ Microsoft Translator

⁷ Google Translate

نسبت به بودجه‌بندی سازمان جهت استقرار فناوری هوش مصنوعی باید نگران بود. زیرا مستقر کردن هوش مصنوعی در سازمان جهت تسریع در بخش روابط عمومی خود حامل هزینه‌های زیادی است. که متاسفانه در بسیاری از سازمان‌های کشور ایران در بحث بودجه مشکلات زیادی وجود دارد. در حالی که اگر سازمان‌ها نسبت به استقرار هوش مصنوعی تدبیری بیاندیشند. چه بسا برخی هزینه‌ها کمتر و در واقع بودجه سالانه به نحوه بهتری در بخش‌های مختلف سازمان تقسیم می‌شود.

پیشنهاد

روابط عمومی‌ها نسبت به آگاهی و آموزش خود در بحث فناوری هوش مصنوعی و مدیریت آن تلاش کنند.

بودجه سالانه سازمان‌ها جهت استقرار هوش مصنوعی در بخش روابط عمومی تامین گردد. روابط عمومی‌ها از فرصت‌های هوش مصنوعی جهت تبادل و ارتباطات گسترده به صورت بین‌المللی را فراهم آوردند. در واقع تنها به جغرافیای نزدیک خود سازمان اشراف نداشته باشند.

منابع

- آقاداتود، سید رسول. (۱۳۸۰). وظایف روابط عمومی. مجله روابط عمومی، ۲۰، شهریور ۱۳۸۰: ۱
قابل مشاهده در: <https://ensani.ir/fa/article/205747>
- تائبی، حمید رضا. (۱۴۰۲). پردازش متن چیست، چگونه پیاده سازی می شود و چه کاربردهایی دارد؟، ماهنامه شبکه شماره ۲۶۶: ۵۷-۶۰.
- روابط عمومی. (۱۳۷۹). تاریخچه روابط عمومی، مجله روابط عمومی، شماره ۱۷: ۱ قابل دسترس در: <https://ensani.ir/fa/article/205723>.
- سفیدی، هوشمند. (۱۳۷۶). روابط عمومی چیست؟، مجله روابط عمومی، شماره ۸: ۱-۲، قابل دسترس در: <https://ensani.ir/fa/article/205659>
- سفیدی، هوشمند. (۱۴۰۲). معرفی ساده‌ای از فناوری پردازش زبان طبیعی.
- سبزیانی، حسین، منصوری زاده، محرم، راسخ‌مهند، محمد. (۱۳۹۲). استخراج خودکار روابط رده بندی مفاهیم از متون بدون ساختار با استفاده از روش‌های هوشمند پردازش متن. پایان نامه کارشناسی ارشد، مهندسی کامپیوتر گرایش هوش مصنوعی و رباتیک، دانشکده مهندسی، دانشگاه بوعلی سینا
- کوهن، پائولا مارانتز. (۱۳۷۶). درسنامه روابط عمومی: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

کیا، علی اصغر. (۱۳۸۹). جایگاه روابط عمومی نوین (اینترنتی) در سازمان. مجله روابط عمومی ایران، شماره ۷۵: ۵۳-۵۹.

مهرداد، جعفر، فلاحتی فومنی، محمدرضا. (۱۳۸۷). معناشناسی و بازیابی اطلاعات، هفت گفتار، شیراز: کتابخانه منطقه‌ای علوم و تکنولوژی شیراز.

موسوی، سید محمد. (۱۳۹۹). رسانه و چشم انداز آینده روابط عمومی؛ ظهور روابط عمومی نسل سوم، دوفصلنامه مطالعات هنر و رسانه، سال ۲، شماره ۳: ۱۴۳-۱۶۶.

Smart Public Relations

Hossein Naseri

PhD student in media management, Department of Management,
Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
Vehar.ir@gmail.com

Abstract

The core of the interaction of the organization or institutions is public relations. In fact, this part of the institutions by spreading news and information, and communicating with various users in an organizational and organizational way, is trying to replace and organize the relevant information. Therefore, if public relations fail to interact with users, employees, investors, the general public, etc., it is coherent and prosperous. The whole organization will fail. With the emergence of artificial intelligence and the creation of many facilities in different affairs that public relations can also benefit. It can be stated that this emerging technology has also led to competition between organizations. Because using this technology can transmit speed and information, and comfort in institutions. Thus, using artificial intelligence, in addition to the satisfaction of users at the macro level, will lead to pride and ease of administrative affairs. Therefore, despite the various technologies, it is public relations that it can use artificial intelligence in terms of intelligence and taste as well as the organization's budget to improve the quality of its work as well as users' satisfaction. In fact, public relations can help to attract audiences and advance the important goals of the organization or institution around the world. Natural Language Processing (NLP), Natural Language Understanding, Natural Language Production Technology (NLG) are among the day -to -day technologies in artificial intelligence that can help public relations in interaction between individuals and ease of communication. Therefore, public relations will be updated by understanding the applications and instances of this technology for organizational goals.

Keywords: Public Relations, Artificial Intelligence, Dissemination, Data, Information, Natural Language