

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKA KULLANIMI VE GELECEĞİN İLETİŞİM STRATEJİLERİNİN ŞEKİLLENDİRİLMESİ

Using Artificial Intelligence in Public Relations and Shaping Future Communication Strategies

M. Erhan SUMMAK *

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Akşehir Sosyal Bilimler M.Y.O., Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ORCID: 0000-0002-1678-0609
summak@selcuk.edu.tr

Makale Türü
Article Type
Teorik Makalesi
Theoretical Article

Geliş Tarihi
Received
06.11.2024

Kabul Tarihi
Accepted
25.12.2024

Önerilen Atıf Şekli / Recommended Citation:
Summak, M. E., (2024). Halkla İlişkilerde Yapay Zeka Kullanımı ve Geleceğin İletişim Stratejilerinin Şekillendirilmesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, 18, 70-80.

ÖZET

Bu çalışmada, halkla ilişkiler alanında yapay zekanın kullanımı ve geleceğin iletişim stratejilerini nasıl şekillendirdiği çok yönlü olarak ele alınmıştır. Yapay zeka veri analizi ve kişiselleştirme odaklı iletişim stratejilerinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Halkla ilişkiler uzmanlarının daha hedefli ve etkili iletişim stratejileri oluşturmaya yardımcı olan yapay zeka, medya eğilimleri, kamuoyu ve paydaş davranışları hakkında içgörüler elde etmeyi kolaylaştırmaktadır. Yapay zekanın halkla ilişkiler üzerindeki etkisi, medya izleme ve rapor oluşturma gibi rutin görevlerin otomasyonu ile başlamış ve tahmine dayalı analitik, duygu analizi ve içerik oluşturma gibi daha karmaşık işlemlere genişlemiştir. Çalışmada, bu gelişmelerin halkla ilişkiler uzmanlarının daha incelikli ve duyarlı iletişim stratejileri geliştirmesine olanak tanıdığı belirtilmiştir. Yapay zekanın büyük miktarda veriyi gerçek zamanlı olarak işleyebilmesi ve analiz edebilmesi, iletişim stratejilerinin daha veri odaklı ve kanıtla dayalı olmasını sağlamaktadır. Bu sayede, mesajların optimize edilmesi ve hedef kitlelerle etkileşim kurmak için en etkili kanalların belirlenmesi mümkün hale gelmektedir. Yapay zeka araçları ve teknolojileri halkla ilişkiler kampanyalarının yürütülmesinde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Yapay zeka destekli algoritmalar, tekrarlayan görevleri otomatikleştirme ve stratejik karar alma süreçlerinde içgörü oluşturma da etkin olarak kullanılmaktadır. Makine Öğrenimi (ML) ve Doğal Dil İşleme (NLP) gibi teknolojilerin, halkın duygu ve düşüncelerini analiz etmede, içerik oluşturma ve dağıtımında, kitle hedefleme ve medya izleme konularında önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonu veri gizliliği, manipülasyon ve algoritmalarındaki önyargı gibi önemli etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Çalışmada ayrıca, yapay zekanın etik kullanımının doğrudan ele alınması ve bu kullanımın etik standartlara veya yasal gerekliliklere uygun bir çerçeveye oturtulması gerektiği vurgulanmıştır. Kullanıcı rızası ve bilgilendirilmiş onay, algoritmik açıklanabilirlik ve şeffaflık, yapay zekanın etik kullanımında temel unsurlar olarak belirtilmiştir. Ayrıca yapay zekanın aşırı kullanımının insan dokunuşunu ve empatiyi azaltabileceği, yanlış bilgi yayma veya yanlış kararlar alma riskini artırabileceği de ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Yapay Zeka, İletişim Stratejileri, Kişiselleştirme, Medya İzleme

ABSTRACT

In this study, the use of artificial intelligence in the field of public relations and how it shapes the communication strategies of the future are discussed in many aspects. Artificial intelligence plays an important role in the development of communication strategies focused on data analysis and personalization. Helping public relations professionals create more targeted and effective communication strategies, artificial intelligence makes it easier to gain insights into media trends, public opinion and stakeholder behavior. AI's impact on public relations has begun with the automation of routine tasks such as media monitoring and reporting and has expanded to more complex functions such as predictive analytics, sentiment analysis, and content creation. The study stated that these developments enable public relations experts to develop more nuanced and sensitive communication strategies. The ability of artificial intelligence to process and analyze large amounts of data in real time enables communication strategies to be more data-oriented and evidence-based. In this way, it becomes possible to optimize messages and determine the most effective channels to interact with target audiences. Artificial intelligence tools and technologies are playing an increasingly important role in running public relations campaigns. Artificial intelligence-supported algorithms are effectively used to automate repetitive tasks and create insight in strategic decision-making processes. It is seen that technologies such as Machine Learning (ML) and Natural Language Processing (NLP) make significant contributions to analyzing the public's emotions and thoughts, content creation and distribution, audience targeting and media monitoring. The integration of artificial intelligence into public relations also brings with it important ethical issues such as data privacy, manipulation and bias in algorithms. The study also emphasized that the ethical use of artificial intelligence should be addressed directly and that this use should be placed within a framework that complies with ethical standards or legal requirements. User consent and informed consent, algorithmic explainability and transparency have been cited as key elements in the ethical use of artificial intelligence. It has also been stated that excessive use of artificial intelligence may reduce the human touch and empathy, increasing the risk of spreading misinformation or making wrong decisions.

Keywords: Public Relations, Artificial Intelligence, Communication Strategies, Personalization, Media Monitoring

GİRİŞ

Yapay zeka halkla ilişkiler alanında köklü değişimlerin yaşandığı modern çağımızda önemli bir rol oynamaktadır. Yapay zekanın hızla gelişen yetenekleri, halkla ilişkiler stratejilerinin evriminde önemli bir katalizör görevi görmektedir. Özellikle öğrenme kapasitesi, akıl yürütme becerileri ve doğal dil işleme teknikleri, iletişim profesyonellerinin etkili stratejiler geliştirmesine imkan tanımaktadır. Yapay zekanın medya izleme, duygu analizi, içerik oluşturma ve hedef kitle belirleme gibi alanlardaki uygulamaları, halkla ilişkiler süreçlerini derinlemesine dönüştürmektedir. Bu teknolojiler büyük veri setlerini analiz ederek kritik iç görüler sağlar ve böylece stratejik karar alma süreçlerini güçlendirir. Özellikle yapay zeka destekli algoritmalar, halkla ilişkiler kampanyalarının etkisini artırmak için tercihlere göre özelleştirilmiş içerikler oluşturabilir ve bu da daha fazla katılım ve etkileşim sağlayabilir. Ancak bu teknolojik ilerlemelerin etik ve gizlilik gibi konuları da beraberinde getirdiği unutulmamalıdır. Veri güvenliği, kullanıcı gizliliği ve algoritmaların tarafsızlığı gibi konular, halkla ilişkiler profesyonellerinin yapay zeka uygulamalarını kullanırken dikkat etmesi gereken önemli hususlardır. Şeffaflık ve etik yönergeler, teknolojinin halkla ilişkiler alanındaki rolünü sürdürülebilir ve toplumsal olarak kabul edilebilir kılmak için kritik öneme sahiptir. Bu açıdan yapay zeka teknolojileri, halkla ilişkilerin geleceğini şekillendirmede önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu teknolojilerin etkin ve sorumlu bir şekilde kullanılması iletişim stratejilerinin daha derinlemesine ve etkili bir biçimde geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Büyük veri analiziyle hedef kitlelerin davranışlarını ve eğilimlerini anlamayı kolaylaştıran yapay zeka, kişiselleştirilmiş mesajlar üretmek iletişimi daha etkili hale getirebilir. Gerçek zamanlı sosyal dinleme ve erken uyarı sistemleriyle kriz yönetiminde hızlı ve doğru kararlar alınmasını sağlarken, içerik üretimi ve otomasyonu metin, görsel ve video gibi materyalleri hızlıca oluşturabilir. Chatbotlar ve sanal asistanlar, 7/24 müşteri ve medya temsilcileriyle etkileşim kurarak iletişim süreçlerini desteklerken, medya takibi ve etki analizi gibi alanlarda otomasyon sağlayarak zaman kazandırır.

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKAYA GENEL BİR BAKIŞ

Yapay zekanın temellerini ve Halkla İlişkiler alanıyla olan ilişkisini anlamak, yapay zekanın bu alandaki dönüştürücü potansiyelini kabul etmekle başlar. Yapay zeka özünde öğrenme, akıl yürütme, problem çözme ve dili anlama gibi insan zekası gerektiren görevleri yerine getirebilen teknolojik araçlar veya yazılımlar geliştirmek ile ilgilidir (Jeong ve Park, 2023). Halkla ilişkiler bağlamında bu teknolojik ilerleme önemlidir. Çünkü iletişim stratejileri giderek daha fazla veri ve kişiselleştirme odaklı olup yapay zeka bu noktada sofistike analiz ve karar verme imkanları sunmaktadır (Panda vd., 2019). Yapay zekanın halkla ilişkilerdeki bu avantajı, halkla ilişkiler uzmanlarının medya eğilimleri, kamuoyu ve paydaş davranışları hakkında içgörüler elde etmek için büyük hacimli verileri analiz etmelerine yardımcı olabileceği ve böylece daha hedefli ve etkili iletişim stratejileri sağlayabileceği gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Haleem vd., 2022). Yapay zeka ve halkla ilişkilerin bu kesişimi, kuruluşların kitleleriyle iletişim kurma biçimlerini geliştirmek için yeni yollar açmakta ve yapay zekanın temellerini anlamayı halkla ilişkiler uzmanları için sadece faydalı değil aynı zamanda gerekli hale getirmektedir.

Yapay zekanın halkla ilişkiler sektöründeki iletişim stratejilerini geliştirmedeki etkisi hem hızlı hem de derin olmuştur. Başlangıçta, yapay zekanın halkla ilişkilerdeki rolü büyük ölçüde medya izleme ve rapor oluşturma gibi rutin görevleri otomatikleştirmekle sınırlıydı. Bununla birlikte yapay zeka teknolojileri geliştikçe, uygulama alanları önemli ölçüde genişledi ve tahmine dayalı analitik duygu analizi ve hatta içerik oluşturma gibi daha karmaşık işlevleri de kapsadı (Haleem vd., 2022). Bu gelişmeler, halkla ilişkiler uzmanlarının değişen medya ortamına ve izleyici beklentilerine uyum sağlayabilecek daha incelikli ve duyarlı iletişim stratejileri oluşturmalarının önünü açtı. Özellikle yapay zekanın büyük miktarda veriyi gerçek zamanlı olarak işleme ve analiz etme yeteneği, halkla ilişkiler stratejilerinin artık her zamankinden daha fazla veri odaklı ve kanıta dayalı olabileceği anlamına gelmekte ve mesajların optimizasyonuna ve hedef kitlelerle etkileşim kurmak için en etkili kanalların ve taktiklerin belirlenmesine olanak tanıdı. Bu evrim, yalnızca yapay zeka teknolojilerinin artan karmaşıklığını değil, aynı zamanda geleneksel halkla ilişkiler uygulamalarını daha etkili hale getirerek dönüştürme potansiyelini de vurgulamaktadır.

Yapay zeka teknolojisi gelişmeye ve farklı alanlara entegre olmaya devam ettikçe, halkla ilişkilerde yapay zekanın önemli bir etki yarattığı alanlar giderek daha belirgin hale gelmektedir. Bunlar arasında özellikle içerik oluşturma ve dağıtım, kitle hedefleme ve medya izleme, yapay zekanın yeteneklerinden büyük ölçüde yararlanan alanlar olarak öne çıkmaktadır. İçerik oluşturma ve dağıtımında belirli kitlelerin tercihlerine ve davranışlarına göre uyarlanmış haber bültenleri, sosyal medya gönderileri ve hatta makaleler oluşturmak için yapay zeka araçları

kullanılmakta böylece katılım ve erişim artmaktadır (Haleem vd., 2022). Kitle hedefleme için yapay zeka, demografik özelliklere, ilgi alanlarına ve davranışlara dayalı olarak kitlelerin tanımlanmasını ve segmentasyonunu sağlayarak daha kişiselleştirilmiş ve etkili iletişim stratejilerine olanak tanır. Medya izleme alanında yapay zeka teknolojileri çok çeşitli medya kuruluşlarında marka bahsini ve duyarlılığını gerçek zamanlı olarak izlemek için kullanılır ve stratejik kararlara ve kriz yönetim süreçlerine değerli geri bildirimler sağlar (Ali vd., 2024). Halkla ilişkilerde bu yapay zeka uygulamaları, iletişim çabalarının verimliliğini ve etkinliğini artırmakla kalmayıp aynı zamanda kitlelerle daha dinamik ve daha yüksek etkileşim potansiyeli sunmakta ve sonuçta kuruluşların halkla iletişim kurma şeklinin geleceğini şekillendirmektedir (Perifanis vd., 2023).

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKANIN GELECEK TRENDLERİ

Yapay zeka teknolojilerinin hızla gelişen manzarası halkla ilişkiler sektörü için benzeri görülmemiş ilerlemeler vaat eden yeni bir çağa işaret etmektedir. Yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonu yalnızca aşamalı bir değişim olmayıp mesleğin geleceğini yeniden tanımlayabilecek bir paradigma değişimidir. Yapay zekanın halkla ilişkilerdeki geleceğine yönelik tahminler, mevcut uygulamalarına ve teorik potansiyeline dayanmakta ve daha sofistike ve otonom halkla ilişkiler araçlarına ve platformlarına doğru bir hareketin sinyalini vermektedir. Bu ilerlemelerin şunları içermesi beklenebilir; Paydaşlarla daha incelikli ve bağlama duyarlı iletişim sağlayan gelişmiş doğal dil işleme yetenekleri. Medya trendlerini ve kamuoyu tepkilerini daha doğru tahmin edebilen gelişmiş veri analitiği ve makine öğrenimi algoritmaları. Rutin halkla ilişkiler görevlerinin otomasyonu ve buna bağlı olarak profesyonelleri stratejik planlama ve yaratıcı içerik oluşturmaya odaklanmaları için rahat bir ortam (Jeong ve Park, 2023; Nobre, 2020). Bu gelişmelerin sonuçları oldukça derin olup, yapay zekanın halkla ilişkiler uygulamalarını yalnızca güçlendirmekle kalmayıp, bazı açılardan yeniden şekillendirdiği bir geleceği kurgulamaktadır.

Bu açıdan bakıldığında yapay zekanın halkla ilişkiler alanındaki iletişim stratejileri üzerindeki etkisinin hem dönüştürücü hem de çok yönlü olması beklenmektedir. Yapay zeka teknolojileri halkla ilişkiler uygulamalarına giderek daha fazla entegre oldukça, iletişim stratejilerinin birkaç temel şekilde gelişmesi beklenmektedir. Bu gelişmeler şu şekilde ifade edilebilir; Mesajların geniş ölçekte kişiselleştirilmesi, kuruluşların paydaşlarla daha hedefli ve anlamlı bir şekilde iletişim kurmasına olanak tanınması. Kamuoyu duyarlılığının gerçek zamanlı olarak izlenmesi ve analiz edilmesi, böylece daha etkin ve duyarlı iletişim stratejilerine olanak sağlanması. Trend konuları belirleyebilen ve hedef kitlelerde yankı uyandıran içerikler üretebilen yapay zeka destekli stratejik içerik oluşturulması (Panda vd., 2019); Haleem vd., 2022; Valin, 2024). Yapay zekada yaklaşan bu trendler, iletişim stratejilerinin verimliliğini ve etkinliğini artırmakla kalmayacak aynı zamanda halkla ilişkiler profesyonellerinden yeni bir stratejik düşünme düzeyi talep edecektir. Halkla ilişkiler uzmanlarının, yapay zeka araçlarının karmaşıklığı arasında gezinmeleri, yapay zeka tarafından üretilen içgörülerini doğru bir şekilde yorumlamaları ve etkili halkla ilişkiler için gerekli olan insan dokunuşunu kaybetmeden bu teknolojilerden yararlanan mesajlar oluşturmaları gerekecektir.

Yapay zeka halkla ilişkilerin özünü yeniden tanımlayabilecek tamamen yeni yetenekler ve katılım modelleri sunmayı vaat ediyor. Bu devrim niteliğindeki beklentiler arasında şunları sıralayabiliriz; Halkla ilişkiler kampanyalarının etkisini kampanyalar başlamadan önce tahmin edebilen ve daha stratejik kararlar alınmasına olanak tanıyan yapay zeka destekli analizler. Algoritmaların ortaya çıkan krizleri gerçek zamanlı olarak belirleyebilmek ve olumsuz etkileri azaltmak için en uygun iletişim stratejilerini önermek. Rutin etkileşimleri yönetebilen ve hatta paydaşlarla karşılıklı diyaloglara girebilen sanal halkla ilişkiler asistanlarının geliştirilmesi. Bu yenilikler, yapay zekanın yalnızca halkla ilişkiler uzmanlarını desteklemekle kalmayıp yaratıcı ve stratejik süreçlerde bir ortak olarak hareket ettiği bir geleceğe yön vermektedir (Haleem vd., 2022; Nah vd., 2024). Bu değişim, halkla ilişkilere daha veri odaklı, proaktif ve kişiselleştirilmiş bir yaklaşım getirerek kuruluşların kitleleriyle iletişim kurma ve itibarlarını yönetme biçimlerini dönüştürebilmektedir.

YAPAY ZEKANIN HALKLA İLİŞKİLER SONUÇLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİ

Halkla ilişkiler kampanyalarında yapay zekanın etkinliğini değerlendirmeye yönelik ölçümler bu teknolojilerin iletişim stratejileri üzerindeki etkisini anlamak için çok önemlidir. Temel ölçütler arasında katılım oranları, duyarlılık analizi ve kampanyaların erişimi yer almaktadır (Jeong ve Park, 2023). Örneğin katılım oranları, tüketici davranışlarının analizi ve mesajların kullanıcı tercihlerine uyacak şekilde kişiselleştirilmesi

yoluyla yapay zeka tarafından titizlikle izlenebilir ve iyileştirilebilir(Nobre, 2020). Yapay zeka tarafından kolaylaştırılan duyarlılık analizi, halkla ilişkiler uzmanlarının bir markaya veya konuya yönelik kamuoyu duyarlılığını gerçek zamanlı olarak ölçmesine olanak tanıyarak, kamuoyu algısını korumak veya iyileştirmek için hızlı ve bilinçli yanıtlar verilmesini sağlar(Haleem vd., 2022). Ayrıca, yapay zekanın çeşitli platformlarda içerik dağıtımını optimize etme yeteneği sayesinde kampanyaların erişimi genişletilerek maksimum görünürlük sağlanabilir(Valin, 2024). Bu ölçümler toplu olarak bir kampanyanın etkinliğinin kapsamlı bir görünümünü sunmakta ve yapay zekanın halkla ilişkiler alanındaki dönüştürücü gücünü ortaya koymaktadır.

Yapay zeka odaklı iletişim stratejilerinin yatırım getirisini analiz etmek de önemli bir konu olup bu analiz yalnızca finansal getirilere değil, aynı zamanda marka geliştirme ve müşteri katılımına da odaklanan çok boyutlu bir yaklaşım gerektirir(Panda vd., 2019). Yapay zeka odaklı stratejilerden elde edilen yatırım getirisi (ROI), artan verimlilik, azalan maliyetler ve iyileştirilmiş kampanya sonuçları ile kanıtlanmaktadır. Yapay zekanın rutin görevleri otomatikleştirme yeteneği operasyonel maliyetlerini azaltır ve halkla ilişkiler uzmanlarının stratejik planlama ve yaratıcı görevlere odaklanmaları için zaman kazandırır, böylece halkla ilişkiler kampanyalarının genel üretkenliğini ve etkinliğini artırır(Perifanis vd., 2023). Ayrıca, yapay zeka odaklı analitik yaklaşım, kampanya performansı ve tüketici davranışı hakkında içgörüler sağlayarak, katılım oranlarını önemli ölçüde artıran ve nihayetinde daha güçlü bir marka varlığına ve sadakatine katkıda bulunan daha hedefli ve kişiselleştirilmiş iletişim stratejilerine olanak tanır (Nobre, 2020). Bu durum yapılan yatırımların kuruluşlar için somut faydalara dönüşmesini sağlamaktadır.

Halkla İlişkilerde Yapay Zeka Uygulamalarının Zorlukları ve Sınırlamaları

Halkla ilişkiler profesyonellerinin yapay zekayı benimserken karşılaştıkları ortak zorlukları belirlemek, halkla ilişkiler görevleri ve teknoloji arasındaki karmaşık ilişkiyi anlamakla başlar. En önemli zorluklardan biri medya izlemede bilgi kalitesi, bilginin doğruluğu ve güncelliği ile ilgili konulardır (Haleem vd., 2022). Halkla ilişkiler uzmanları genellikle büyük miktarda veri arasından önemli bilgileri ayıklamakta zorlanır fakat yapay zeka bu süreci kolaylaştırabilmektedir. Ancak yapay zekanın halkla ilişkilerde kullanılmaya başlamasıyla birlikte mesleğin meşruiyeti konusundaki belirsizlikler bu geçişi daha da zorlaştırmaktadır (Ali vd., 2024). Daha fazla verimlilik ve etkinlik vaadine rağmen halkla ilişkilerde yapay zekanın gelişen doğası hem fırsatlar hem de belirsizliklerle dolu bir ortam yaratmaktadır. Bu zorluklar, yapay zekanın halkla ilişkiler uygulamalarına entegrasyonunda önemli bir boşluğu vurgulamakta ve yapay zekadan nasıl etkili bir şekilde yararlanılabileceğinin daha derinlemesine araştırılmasını ve anlaşılmasını gerektirmektedir.

Mevcut yapay zeka teknolojilerinin halkla ilişkiler görevlerini tamamen otomatikleştirmedeki sınırlamaları, hem teknolojik hem de insan merkezli endişeleri yansıtan çok yönlü bir durumdur. Bu sınırlamaların özünde yapay zekanın hızla ilerlemesine rağmen, stratejik halkla ilişkilerde karar verme süreci için gerekli olan incelikli anlayış ve yaratıcılığın henüz taklit edilememesi yatmaktadır (James, 2024). Yapay zeka sistemleri verileri analiz etmek ve kalıpları belirlemek için programlanmıştır, ancak insan duygularının ve toplumsal sonuçların karmaşık ağı içinde bilgiyi bağlamsallaştırma yeteneğinden yoksundurlar. Bu sınırlama, kitlenin duygularını anlamının ve insani düzeyde yankı uyandıran mesajlar oluşturmanın çok önemli olduğu halkla ilişkiler alanında önemlidir. Ayrıca mevcut yapay zeka teknolojileri, sisteme daha fazla veri girildikçe performansı ve doğruluğu öğrenme ve geliştirme sürecindedir (Nobre, 2020). Bu öğrenme eğrisi, yapay zekanın halkla ilişkilerdeki insan unsurunu destekleyebileceği ancak onun yerini alamayacağı bir geçiş aşamasına işaret etmekte ve tam otomasyona giden yolda kritik bir sınırlamanın altını çizmektedir.

Halkla ilişkilerde yapay zekadan tam anlamıyla yararlanmak için bu zorlukların üstesinden gelme stratejileri, teknolojik yenilik ile insan içgörüsünü dengeleyen kapsamlı bir yaklaşımı gerektirir. Halkla ilişkiler uzmanları yapay zekanın potansiyeli ile mevcut sınırlamaları arasındaki boşluğu doldurmak için birkaç temel alana odaklanabilirler. Bunları şu şekilde ifade edebiliriz; Bilginin kalitesini ve uygunluğunu sağlarken yapay zekanın veri analizi yeteneklerini geliştirmek (Bankins ve Formosa, 2023). İnsanın duygusal zekasını daha iyi anlayabilen ve taklit edebilen yapay zeka sistemleri geliştirmek ve böylece halkla ilişkiler mesajlarının ilginliğini iyileştirmek (James, 2024). Halkla ilişkiler profesyonellerinin yapay zeka teknolojileriyle birlikte etkin bir şekilde çalışabilmeleri için gerekli becerilerle donatılmalarını sağlayacak eğitim programlarına yatırım yapmak (Nah vd., 2024). Halkla ilişkiler uzmanları bu stratejik alanları ele alarak yalnızca mevcut zorlukların üstesinden gelmekle kalmaz aynı zamanda halkla ilişkiler uygulamalarını dönüştürmede yapay zekanın tüm potansiyelini ortaya çıkarabilir. Yapay zeka ve insan yaratıcılığı arasındaki sinerjinin ortaya çıkması gelecekteki iletişim stratejilerinin şekillendirilmesinde çok önemli olacaktır (Singhal vd., 2024).

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKA ARAÇLARI VE TEKNOLOJİLERİ

Yapay zeka araçları, etkili halkla ilişkiler kampanyalarının yürütülmesinin giderek daha fazla ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bu araçlar arasında yapay zeka destekli algoritmalar, geleneksel olarak gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık ve hatta propaganda ile ilişkilendirilen çok çeşitli faaliyetleri gerçekleştirme yetenekleriyle öne çıkmaktadırlar (Nobre, 2020). Bu algoritmalar özellikle tekrarlayan görevlerin otomatikleştirilmesinde ve stratejik karar alma süreçlerinde içgörülerini ortaya çıkarmak için büyük veri kümelerinin analiz edilmesinde yararlıdır. Örneğin yapay zeka, medya izleme süreçlerini kolaylaştırabilir, bir markanın çeşitli kanallardaki eğilimlerini ve bahsini gerçek zamanlı olarak belirleyebilir. Bu yetenek yalnızca halkla ilişkiler kampanyalarının verimliliğini artırmakla kalmaz, aynı zamanda uygulayıcıların ortaya çıkan fırsatlara veya tehditlere hızlı bir şekilde yanıt vermesini sağlar. Ayrıca, yapay zeka odaklı araçlar kitle segmentasyonunda da etkilidir ve mesajların belirli gruplara göre uyarlanmasını sağlar, böylece iletişim stratejilerinin ilgi düzeyini ve etkisini artırır (Haleem vd., 2022; Valin, 2024).

Yapay zekanın bir alt kümesi olan Makine Öğreniminin (ML) kamuoyunun duygularını analiz etmedeki rolü derin ve çok yönlüdür (Haleem vd., 2022). Makine öğrenimi algoritmaları, çok çeşitli konularda kamuoyunun görüşünü ölçmek için sosyal medya platformlarından, haber kaynaklarından ve diğer dijital alanlardan gelen büyük miktarda veriyi eleme konusunda mükemmeldir. Bu algoritmalar, gelişmiş veri analizi teknikleri kullanarak kalıpları, eğilimleri ve duyarlılıktaki değişimleri tespit edebilir ve halkın bir markayı, ürünü veya sorunu nasıl algıladığına dair değerli bilgiler sunabilir. Bu tür içgörüler halkla ilişkiler uzmanları için çok önemlidir, çünkü stratejilerin halkın duyarlılığına daha iyi uyum sağlayacak şekilde gerçek zamanlı olarak ayarlanmasına olanak tanır. Dahası, makine öğrenimi tahmine dayalı analizi kolaylaştırarak halkla ilişkiler uzmanlarının belirli eylemlere veya duyurulara yönelik kamuoyu tepkilerini önceden tahmin etmesini ve buna göre strateji geliştirmesini sağlar. Makine öğrenimi tarafından desteklenen bu proaktif halkla ilişkiler yaklaşımı, geleneksel reaktif stratejilerde önemli bir değişimi temsil etmekte (Haleem vd., 2022; Jeong ve Park, 2023) ve yapay zekanın bu alan üzerindeki dönüştürücü etkisini göstermektedir.

Bunun yanında Doğal Dil İşleme (NLP) teknolojisi halkla ilişkiler alanında içerik oluşturulmasına büyük ölçüde yardımcı olan bir diğer önemli yapay zeka teknolojisidir (www.regancomm.com, 2023). NLP, makinelerin insan dilini okumasını, anlamasını ve yorumlamasını sağlayarak basın bültenleri, sosyal medya gönderileri ve hatta makaleler gibi yazılı içeriklerin oluşturulmasını otomatikleştirmeyi mümkün kılar. Bu özellik yalnızca içerik oluşturma sürecini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda mesajlar arasında tutarlılık ve doğruluk sağlar. Dahası NLP, bir içeriğin tonunu ve tarzını analiz ederek amaçlanan mesaja ve hedef kitlenin tercihlerine uygun olmasını sağlayabilir. Halkla ilişkiler uzmanları NLP'den yararlanarak daha kişiselleştirilmiş ve ilgi çekici içerikler oluşturabilir ve kampanyalarının etkinliğini önemli ölçüde artırabilir (www.regancomm.com, 2023; Jungwirth vd., 2023). Ayrıca NLP araçları, gerçek zamanlı dil çevirisine yardımcı olarak dil engeli olmadan küresel kitlelere ulaşmayı kolaylaştırabilir ve böylece halkla ilişkiler çalışmalarının uluslararası ölçekte erişimini ve etkisini genişletebilir.

YAPAY ZEKA İLE KİŞİSELLEŞTİRME VE HEDEFLEME

Hedef kitlenin yapay zeka analitiği ile geliştirilmesi, halkla ilişkiler stratejilerinin evriminde dönüştürücü bir adım olarak değerlendirilebilir. Halkla ilişkiler uzmanları yapay zeka teknolojilerinden yararlanarak kitlelerinin tercihlerini, davranışlarını ve duygularını daha iyi anlamak için geniş veri havuzlarını inceleyebilmektedirler (www.regancomm.com, 2023). Bu derin içgörü, belirli kitle segmentlerinin tanımlanmasına ve mesajların daha etkili bir şekilde uyarlanması için çok önemli olan duygu analizinin izlenmesine olanak tanır. Yapay zeka analitiği, iletişim çalışmalarının kişiselleştirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunarak mesajların alıcı kitlelere ulaşmasını sağlar. Bu sadece halkla ilişkiler kampanyalarının verimliliğini artırmakla kalmaz aynı zamanda hedef gruplara ulaşmanın hızını ve etkinliğini de artırır.

Yapay zeka algoritmalarını kullanarak içerik ve mesajları kişiselleştirmek, etkili iletişim stratejilerinin temel taşlarından biri haline gelmiştir. Bu alanda yapay zekanın ortaya çıkışı yüksek düzeyde kişiselleştirme imkan vererek mesajların hedef kitle ile daha kişisel bir düzeyde yankı bulmasını sağlamaktadır (Moore ve Hübscher, 2021). Yapay zeka algoritmaları, doğrudan bireysel tercihlere ve ihtiyaçlara hitap eden içerikler oluşturmak için tarama alışkanlıkları, satın alma geçmişi ve sosyal medya etkileşimleri dahil olmak üzere kullanıcı verilerini analiz eder. Bu derece kişiselleştirme yalnızca etkileşim oranlarını artırmakla kalmaz aynı zamanda kuruluşlar ve kitleleri

arasında daha derin bağlantılar kurulmasını sağlar (Nobre, 2020). İçeriği gerçek zamanlı geri bildirimlere ve etkileşimlere göre dinamik olarak ayarlama yeteneği, iletişimin ilgi düzeyini ve etkisini daha da artırır. Yapay zeka odaklı kişiselleştirme sayesinde halkla ilişkiler çabaları, daha hedefe yönelik, ilgi çekici ve kitleyle anlamlı ilişkiler kurmada daha başarılı olur.

Ayrıca yapay zekanın Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) üzerindeki etkisi de hem derin hem de çok yönlüdür. Yapay zeka teknolojileri, veri analizini otomatikleştirerek CRM'de devrim yaratmakta ve böylece yeni içgörüler oluşturarak müşteri etkileşimlerini geliştirmektedir (Jungwirth vd., 2023). Bu gelişmeler, daha kişiselleştirilmiş ve verimli müşteri hizmetlerine olanak tanıyarak müşteri memnuniyetinin ve sadakatinin artmasına katkıda bulunmaktadır (Ifekanandu vd., 2023). Bunun yanında yapay zeka destekli CRM sistemleri, müşteri davranışlarını ve tercihlerini tahmin ederek işletmelerin ve markaların ihtiyaçlarını proaktif olarak ele alınmasını ve genel müşteri deneyimlerinin iyileştirmesini sağlayabilir (Haleem vd., 2022). Şirketler yapay zekayı CRM'e entegre ederek müşteri hizmetleri operasyonlarını dönüştürebilir bu da müşteriye elde tutma ve müşteri sadakatinin artmasını sağlayabilir (Iqbal ve Khan, 2021). Bu entegrasyon, yapay zekanın gelecekteki iletişim stratejilerini şekillendirmedeki önemli rolünü vurgulamakta ve pazarlama stratejilerini, iş modellerini ve müşteri katılımı uygulamalarını önemli ölçüde etkileme potansiyelini göstermektedir (Ledro vd., 2022).

KRİZ İLETİŞİMİNDE YAPAY ZEKANIN ROLÜ

Gerçek zamanlı kriz izleme ve müdahale için yapay zekadan yararlanmak halkla ilişkiler alanında önemli bir değişimi göstermektedir. Yapay zekanın çeşitli kaynaklardan gelen büyük miktarda veriyi gerçek zamanlı olarak analiz etme yeteneği, kuruluşların potansiyel krizleri tırmanmadan önce tespit etmelerine olanak sağlar (James, 2024). Bu önleyici yetenek, bir yanıtın zamanlamasının bir krizin ciddiyetini belirleyebildiği günümüzün hızlı tempolu bilgi ortamında çok önemlidir. Yapay zeka araçları sosyal medyayı, haber kaynaklarını ve diğer dijital platformları belirli anahtar kelimeler, duygular ve krizin yaklaşmakta olduğuna işaret edebilecek kalıplar için izleyebilir. Kriz tespit sürecini otomatikleştiren yapay zeka, kriz yönetimi çabalarının verimliliğini artırmakla kalmaz aynı zamanda halkla ilişkiler uzmanlarının stratejik karar alma ve uygun yanıtları hazırlamaya odaklanmalarını sağlar (Haleem vd., 2022).

Krizler sırasında iletişimi yönetmede yapay zeka karmaşık süreçleri kolaylaştıran bir dizi fayda sunmaktadır. Özellikle yapay zeka odaklı araçlar gerçek tehditleri belirlemek için gürültüyü ayırma konusunda ustadır ve kuruluşların yanıtlarını buna göre vermelerini sağlamaya yardımcı olur (Perifanis vd., 2023). Dahası yapay zeka kriz iletişiminin birden fazla kanalda yayılmasını otomatikleştirerek mesajların tutarlı olmasını ve geniş erişimini sağlayabilir. Bu otomatik iletişim yeteneği, bir kriz sırasında paydaşlarla şeffaflığı ve güveni sürdürmek için özellikle değerlidir. Ayrıca, yapay zeka sistemleri iletişim stratejilerini gerçek zamanlı geri bildirimlere ve analitiklere göre uyarlayabilir, böylece mesajları daha fazla etki için iyileştirmeyi mümkün kılar. Yapay zekanın kriz iletişimi çabalarına entegrasyonu yalnızca yanıtların hızını ve doğruluğunu artırmakla kalmaz, aynı zamanda daha hedefli ve etkili bir stratejiyi de destekler.

Birçok büyük şirket halkla ilişkilerde yapay zeka destekli kriz yönetimi tekniklerini benimsemeye başlamıştır ve bu tekniklerin etkili bir şekilde nasıl kullanılabileceğine dair örnekler de giderek artmaktadır. Bu örneklerden bir tanesinde büyük bir şirket, bir ürününü geri çağırma için yapay zeka algoritmalarından yararlanarak sosyal medyayı ve çevrim içi formları takip etmiş, tüketici endişelerini hızlı bir şekilde tespit ederek değerlendirmiştir. Bunun sonucunda olumsuz duyguları gidererek yanlış bilgilerin yayılmasını önlemiştir (James, 2024). Bir başka örnekte ise, bir doğal afet sırasında bir devlet kurumu tarafından halka gerçek zamanlı güncellemeler ve kritik bilgiler sağlamak, paniği hafifletmek ve verimli kaynak tahsisini kolaylaştırmak için yapay zeka güdümlü sohbet robotlarının kullanıldığını görmekteyiz (Perifanis vd., 2023). Bu örnekler, krizleri etkili bir şekilde çözmek için yapay zekadan nasıl yararlanılabileceğini örneklemekte ve yapay zekanın yalnızca krizleri tespit etme ve bunlara müdahale etme de değil, aynı zamanda krizi önleme ve yönetmede proaktif bir rol oynama potansiyelini de ortaya koymaktadır.

YAPAY ZEKANIN HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ VE ÖĞRETİMİNE ENTEGRASYONU

Yapay zekanın halkla ilişkilerin akademik müfredatlarına entegrasyonu, yapay zekanın stratejik iletişimdeki genişleyen rolü ve halkla ilişkiler uygulamalarını yeniden şekillendirme potansiyeli nedeniyle giderek daha önemli hale gelmektedir. Yapay zeka teknolojileri geliştikçe bu gelişim, halkla ilişkiler alanına yeni fırsatlar ve zorluklar sunmakta ve geleceğin halkla ilişkiler profesyonellerinin nasıl eğitileceği konusunda bir paradigma değişikliğini zorunlu kılmaktadır (Moore ve Hübscher, 2021; Galloway ve Swiatek, 2018). Yapay zekanın halkla ilişkilerin akademik müfredatlarına dahil etme ihtiyacı şunlardan kaynaklanmaktadır; Yapay zeka teknolojilerinin hızlı bir şekilde ilerlemesi ve halkla ilişkiler de dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde uygulanması. İletişim stratejilerini geliştirmede ve kitlelere kişiselleştirilmiş içerik sunmada artan önemi. Geleceğin halkla ilişkiler profesyonellerini kariyerlerinde yapay zekadan etkin bir şekilde yararlanabilecek bilgi ve becerilerle donatma gerekliliği. Akademik kurumlar yapay zekayı halkla ilişkiler eğitimine entegre ederek, öğrencileri modern halkla ilişkilerin karmaşıklıklarını anlamaya ve stratejik iletişim ile kitle katılımı için yapay zeka araçlarını etkili bir şekilde kullanmaya hazırlayabilir. Bu sayede öğrenciler günümüzün dinamik ve veri odaklı iletişim ortamında başarılı olabilecek donanımına sahip olurlar.

Bu noktada yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonunu kapsayan akademik eğitim programları öğrencilere hem teorik hem de pratik bilgi ve beceriler kazandırmayı hedeflemelidir. Programlar, öncelikle yapay zekanın temel prensipleri, tarihçesi ve gelişimi ile makine öğrenimi, derin öğrenme ve doğal dil işleme gibi alt dalları tanıtmalıdır. Bunun yanında veri toplama ve analiz yöntemleri ile büyük veri analiz teknikleri ve araçlarını öğretmek de önemlidir. Öğrencilere, yapay zeka tabanlı halkla ilişkiler stratejilerini geliştirme konusunda bilgi verilmelidir. Bu kapsamda, kişiselleştirilmiş iletişim stratejilerinin nasıl oluşturulacağı, medya izleme ve duygu analizi kullanarak halkla ilişkiler kampanyalarının nasıl optimize edileceği ve hedef kitle analizi ile segmentasyonu gibi konular da işlenmelidir. Yapay zeka destekli halkla ilişkiler araçlarının kullanımı, sosyal medya izleme ve analiz araçlarının kullanımı ve yapay zeka ile içerik oluşturma ve yönetme teknikleri de öğretilmelidir.

Veri gizliliği, manipülasyon ve algoritmalarındaki önyargılar gibi etik konular, algoritmik açıklanabilirlik ve şeffaflık ilkeleri ile kullanıcı rızası ve bilgilendirilmiş onay konuları da ele alınmalıdır. Ayrıca, gerçek dünyadaki örnekleri ve vaka analizleri üzerinden yapay zekanın halkla ilişkilerdeki rolü incelenmeli ve öğrencilerin yapay zeka tabanlı halkla ilişkiler kampanyaları tasarlayıp uyguladığı projeler geliştirilmelidir. Programlar, yapay zeka ve halkla ilişkilerin gelecekteki olası etkileşimleri ve trendleri üzerine öngörüler sunmalı, yapay zekanın halkla ilişkilerdeki rolünü nasıl değiştirebileceği üzerinde durmalıdır. PR firmaları ve teknoloji şirketleriyle iş birlikleri yapılmalı, öğrencilere yapay zeka ve halkla ilişkiler alanında staj ve iş imkanları sunulmalıdır. Bu şekilde, öğrencilerin yapay zekanın halkla ilişkiler üzerindeki etkilerini anlamaları ve bu teknolojileri stratejik iletişim planlarında etkin bir şekilde kullanmaları sağlanabilir.

Bunun yanında halkla ilişkilerde yapay zeka eğitiminin etkinliğini değerlendirmek, akademik müfredatların ve eğitim programlarının mesleğin değişen ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamak için kritik öneme sahiptir. Bu değerlendirme, halkla ilişkiler uzmanlarının yapay zeka teknolojilerini gerçek dünya senaryolarında ne kadar iyi uygulayabildiklerini değerlendirerek ve yapay zeka destekli stratejilerin iletişim sonuçları üzerindeki etkisini ölçerek gerçekleştirilebilir (Stamer vd., 2023; Haleem vd., 2022). Bu değerlendirme sürecinde göz önünde bulundurulması gereken bazı noktaları şu şekilde ifade edebiliriz; Halkla ilişkiler uzmanlarının yapay zeka araçlarını işlerine etkili bir şekilde entegre etme becerisi ve yapay zekanın yeteneklerini ve sınırlamalarını anlama becerisi. Artan kitle katılımı ve daha hassas hedefleme gibi yapay zeka kullanan iletişim kampanyalarının verimliliği ve etkinliğindeki iyileşme. Halkla ilişkiler profesyonellerinden, akademiden ve sektör uzmanlarından aldıkları yapay zeka eğitiminin uygunluğu ve uygulanabilirliği hakkında geri bildirim alarak iyileştirme alanlarını vurgulamaları. Kurumlar, halkla ilişkilerde yapay zeka eğitiminin etkinliğini sistematik olarak değerlendirerek müfredatlarını ve eğitim programlarını iyileştirebilirler.

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKANIN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonu beraberinde üzerinde dikkatle düşünülmesi gereken önemli etik sorunları da gündeme getirmektedir. Halkla ilişkilerde yapay zeka kullanımının amacı genellikle operasyonları kolaylaştırmak ve daha kişiselleştirilmiş iletişim stratejileri oluşturmaktır. Bununla birlikte bu teknolojik ilerleme

veri gizliliği, manipülasyon ve yapay zeka algoritmalarındaki önyargı potansiyeli ile ilgili konular da dahil olmak üzere etik ve yasal sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (James, 2024). Halkla ilişkilerde yapay zekanın etik kullanımı, bu etkileri doğrudan ele alan ve bu tür teknolojilerin kullanımının etik standartlardan veya yasal gerekliliklerden ödün verilmemesini sağlayan bir çerçeve gerektirmektedir (Bankins ve Formosa, 2023). Bu çerçevede, yapay zeka teknolojilerinin yaygınlaşmasının insan deneyimi üzerindeki etkilerini de göz önünde bulundurarak, yapay zekanın halkla ilişkiler sektöründe çalışanların iş kalitesini nasıl etkilediğine dikkat etmek gereklidir.

Ayrıca yapay zeka odaklı iletişimde şeffaflık konusu da halkla ilişkiler alanında kamu güvenini ve etik bütünlüğü korumak için çok önemlidir. Halkla ilişkiler stratejilerinde yapay zeka teknolojilerinin kullanımı, karar verme süreçlerine bilgi sağlamak için kapsamlı veri setlerinin toplanmasını ve analiz edilmesini içerir. Yapay zeka algoritmaları daha fazla veriyle öğrenip performanslarını artırdıkça (Haleem vd., 2022), halkla ilişkiler uzmanlarının iletişim stratejilerini şekillendirmek için yapay zekanın nasıl kullanıldığı konusunda şeffaf olmaları çok önemlidir. Bu şeffaflık, toplanan veriler, bu verilerin nasıl analiz edildiği ve yapay zekaya dayalı içgörülerin nasıl uygulandığı hakkında net bir iletişimi içerir (Nah vd., 2024). Bu alanlardaki şeffaflık, kamuoyunda güven oluşturmaya yardımcı olur ve yapay zeka odaklı halkla ilişkiler uygulamalarının en yüksek etik davranış standartlarına uymasını sağlar.

Halkla ilişkilerde yapay zekanın kullanımını çevreleyen etik tartışmalarda gizlilik kaygıları da ön planda yer almaktadır. Yapay zeka teknolojileri halkla ilişkiler stratejilerine giderek daha fazla entegre oldukça gizlilik ihlalleri potansiyeli de artmaktadır. Yapay zekanın bu bağlamda etik kullanımı, stratejik iletişim amaçları için verilerden yararlanma ile bireylerin gizlilik haklarını koruma arasında dikkatli bir denge kurulmasını gerektirmektedir (Singhal vd., 2024). Yapay zeka teknolojileriyle ilgili gizlilik endişelerinin ele alınması, sağlam veri koruma önlemlerinin uygulanmasını ve ilgili gizlilik yasalarına ve düzenlemelerine uygunluğun sağlanmasını içerir (Haleem vd., 2022). Dahası yapay zeka gelişmeye devam ettikçe, halkla ilişkiler uzmanlarının gizliliğin korunmasına yönelik proaktif yaklaşımlar benimseyerek veri uygulamaları konusunda şeffaf bir şekilde gizlilik sorunlarının önüne geçmeleri zorunludur.

Kullanıcı rızası ve bilgilendirilmiş onay, yapay zekanın etik kullanımı için temel unsurlar olarak değerlendirilebilir. Halkla ilişkilerde kullanılan verilerin nasıl toplandığı, saklandığı ve işlendiği hakkında kullanıcılara açık bilgi sağlanmalı ve kullanıcıların verdikleri onayı geri çekme hakkına sahip olmaları sağlanmalıdır. Algoritmik hesap verebilirlik ve şeffaflık da çok önemli olup yapay zeka algoritmalarının nasıl çalıştığı ve hangi kriterlere dayandığı açıkça belirtilmelidir. Algoritmaların karar verme süreçleri anlaşılabilir ve gerektiğinde açıklanabilir olmalıdır. Bu şeffaflık durumu halkla ilişkiler kampanyalarının daha adil ve güvenilir olmasına katkıda bulunur.

Aynı zamanda yapay zekanın halkla ilişkilerde aşırı kullanımı insan dokunuşunu ve empatiyi azaltabilir. Müşteri hizmetleri ve kamu iletişimde yapay zekanın kişiselleştirilmiş ve samimi etkileşimlerin yerine geçmesi, ilişkilerin soğuk ve mekanik hale gelmesine neden olabilir. Ayrıca yapay zeka algoritmalarının yanlış bilgi yayma veya yanlış kararlar alma riskleri de vardır. Böyle bir durum halkla ilişkiler kampanyalarında yanlış bilgilendirme ve kamuoyunun yanıltılması riskini artırabilir. Sahte haberler ve deepfake videoları gibi yapay zeka ürünleri de toplumda güven kaybına yol açabilir.

Yapay zeka teknolojileri geniş çapta veri toplama ve izleme yeteneklerine sahip olup bu da bireylerin sürekli olarak kendilerini gözetim altında hissetmesine ve mahremiyetlerinin ihlal edilmesine yol açabilir. Verilerin kötüye kullanımı veya izinsiz paylaşımı da bireylerin mahremiyet haklarının ihlali anlamına gelir. Bu nedenle halkla ilişkilerde kullanılan verilerin güvenliği ve gizliliği korunmalıdır. Yapay zekanın otonom karar alma yetenekleri de yanlış veya zarar verici kararların sorumluluğunu kimin üstleneceği konusunda belirsizlik yaratabilir. Bu açıdan halkla ilişkiler alanında yapay zekanın aldığı kararların sonuçlarından kimin veya kimlerin sorumlu olduğu açıkça belirlenmelidir. Ayrıca halkla ilişkiler alanında yapay zekaya aşırı bağımlılık insan becerilerinin ve yaratıcı düşüncenin gerilemesine neden olabilir. Bu yüzden teknoloji bir araç olarak kullanılmalı ve insan yeteneklerinin yerine geçmemelidir. Bunun yanında yapay zekanın kullanımı etik liderlik ve sorumlu yönetim anlayışı gerektirir ve bunların eksikliği etik ihlallerin ve kötüye kullanımın artmasına neden olabilir. Halkla ilişkilerde yapay zekanın kullanımı topluma karşı sosyal sorumluluk bilinciyle yürütülmeli ve uygulamaların toplumsal etkileri dikkate alınmalı ve olumlu sosyal değişimlere katkı sunmalıdır.

SONUÇ

Yapay zekanın halkla ilişkiler alanında kullanılması köklü bir dönüşümü de beraberinde getirmiştir. Yapay zekanın öğrenme, akıl yürütme, problem çözme ve dili anlama yetenekleri, halkla ilişkiler stratejilerinin daha hedefli ve etkili hale gelmesini sağlamaktadır. Yapay zekanın medya izleme, duygu analizi ve içerik oluşturma gibi işlevleri de halkla ilişkiler uzmanlarının veri odaklı ve kanıta dayalı stratejiler geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Bu, halkla ilişkiler uygulamalarını dönüştürerek iletişim stratejilerinin daha incelikli ve duyarlı olmasını sağlamaktadır.

Yapay zekanın halkla ilişkilerdeki etkisi özellikle içerik oluşturma ve dağıtımını, kitle hedefleme ve medya izleme gibi alanlarda belirginleşmiştir. Yapay zeka belirli kitlelerin tercihlerine göre uyarlanmış içerikler oluşturarak katılımı ve erişimi artırmaktadır. Demografik özellikler ve davranışlar doğrultusunda kitlelerin tanımlanmasını ve segmentasyonunu sağlayarak daha kişiselleştirilmiş iletişim stratejilerine imkan tanımaktadır. Medya izleme alanında ise yapay zeka teknolojileri, marka bahsini ve duyarlılığını gerçek zamanlı olarak izleyerek stratejik kararlar ve kriz yönetimi süreçlerine değerli geri bildirimler sunmaktadır.

Halkla ilişkilerde kullanılan yapay zeka araçları arasında yapay zeka destekli algoritmalar, makine öğrenimi (ML) ve doğal dil işleme (NLP) teknolojileri önemli bir yer tutmaktadır. Bu araçlar, tekrarlayan görevlerin otomatikleştirilmesi ve stratejik karar alma süreçlerinde iç görüler elde edilmesi için büyük veri kümelerinin analiz edilmesinde kullanılır. Makine öğrenimi, kamuoyunun duygularını analiz ederek halkla ilişkiler uzmanlarının stratejilerini gerçek zamanlı olarak ayarlamasına olanak tanır. NLP teknolojisi ise içerik oluşturma sürecini hızlandırır ve mesajlar arasında tutarlılık ve doğruluk sağlar.

Yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonu aynı zamanda önemli etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Veri gizliliği, manipülasyon ve yapay zeka algoritmalarındaki önyargı potansiyeli gibi konular, etik ve yasal sonuçlar doğurmaktadır. Halkla ilişkilerde yapay zekanın etik kullanımı, bu etkileri ele alan ve teknolojinin kullanımının etik standartlara uygun olmasını sağlayan bir çerçeve gerektirir. Şeffaflık ve gizlilik konuları, kamu güvenini ve etik bütünlüğü korumak için hayati öneme sahiptir. Halkla ilişkiler uzmanları, yapay zekanın karar verme süreçlerinde nasıl kullanıldığını açıkça belirtmeli ve veri uygulamaları konusunda şeffaf olmalıdır. Ayrıca, kullanıcı rızası ve bilgilendirilmiş onay, yapay zekanın etik kullanımı için temel unsurlar olarak değerlendirilmelidir.

Yapay zeka analitiği halkla ilişkiler stratejilerinin kişiselleştirilmesine ve hedef kitlelerin daha iyi anlaşılmasına olanak tanır. Yapay zeka kitlelerin tercihlerini, davranışlarını ve duygularını analiz ederek iletişim çalışmalarının kişiselleştirilmesini sağlar. Bu durum mesajların hedef kitlede daha kişisel bir düzeyde yankı bulmasını ve daha derin bağlantılar kurulmasına imkan tanır. Yapay zekanın müşteri ilişkileri yönetiminde (CRM) kullanımı veri analizini otomatikleştirerek müşteri etkileşimlerini geliştirmekte ve daha kişiselleştirilmiş müşteri hizmetlerine olanak tanımaktadır. Yapay zekanın CRM'e entegrasyonu, müşteri hizmetleri operasyonlarını dönüştürerek müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırır.

Yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonunda teknolojinin etik kullanımı, şeffaflık ve gizlilik de dikkatli olunması gereken diğer konular arasında yer alır. Halkla ilişkiler uzmanları, yapay zekanın dönüştürücü potansiyelinden yararlanarak daha hedefli ve etkili iletişim stratejileri geliştirebilirler. Bu sayede, kuruluşlar ve kitleleri arasında daha güçlü ve anlamlı bağlantılar kurulabilir. Ayrıca yapay zekanın halkla ilişkilerdeki potansiyeli, hem kriz yönetiminde proaktif bir yaklaşım sunma hem de iletişim stratejilerini daha etkili hale getirme konusundaki yetenekleri ile belirginleşmiştir. Yapay zekanın, krizleri erken tespit etme, hızlı ve tutarlı yanıtlar sağlama kapasitesi, modern halkla ilişkiler uygulamalarında hayati bir rol oynamaktadır.

Bunun yanında halkla ilişkiler eğitiminde yapay zekanın entegrasyonu da öğrencilerin gelecekteki profesyonel yaşamlarında bu teknolojiden nasıl yararlanacaklarını öğrenmelerini sağlayacak kritik bir adımdır. Eğitim programları, öğrencilere yapay zekanın temel prensiplerini ve halkla ilişkilerdeki uygulamalarını öğretmeli, aynı zamanda etik konulara ve yapay zekanın sınırlamalarına dikkat çekmelidir. Bu sayede öğrenciler modern halkla ilişkilerin karmaşıklıklarını anlamaya ve stratejik iletişim ile kitle katılımı için yapay zeka araçlarını etkili bir şekilde kullanmaya hazırlanabilirler.

Yapay zekanın halkla ilişkiler üzerindeki etkisinin ölçülmesi ve bu teknolojinin sağladığı avantajların doğru bir şekilde değerlendirilmesi önemlidir. Katılım oranları, duyarlılık analizi ve kampanyaların erişimi gibi temel ölçütler, yapay zekanın iletişim stratejileri üzerindeki etkisini anlamak için kritik öneme sahiptir. Ancak, yapay zekanın halkla ilişkilere entegrasyonunda karşılaşılan zorluklar ve sınırlamalar da göz önünde bulundurulmalıdır.

Bilgi kalitesi, duyarlılık analizi ve yapay zekanın duygusal zekayı taklit etme yeteneği gibi konularda daha fazla araştırma ve geliştirme gereklidir.

KAYNAKÇA

- Ali, M. Y., Naeem, S. B., & Bhatti, R. (2024). Artificial Intelligence (AI) applications and usage among the LIS professionals of Pakistan. *Journal of Librarianship and Information Science*, 09610006241241306.
- Bankins, S., & Formosa, P. (2023). The ethical implications of artificial intelligence (AI) for meaningful work. *Journal of Business Ethics*, 185(4), 725-740.
- Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public relations and artificial intelligence: It's not (just) about robots. *Public Relations Review*, 44(5), 734-740.
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Singh, R. P., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3, 119-132.
- [www.regancomm.com](https://regancomm.com/using-ai-to-revolutionize-public-relations/). (2023). Using AI to revolutionize public relations. <https://regancomm.com/using-ai-to-revolutionize-public-relations/> adresinden 1 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ifekanandu, C. C., Anene, J. N., Iloka, C. B., & Ewuzie, C. O. (2023). Influence of artificial intelligence (AI) on customer experience and loyalty: Mediating role of personalization. *Journal of Data Acquisition and Processing*, 38(3), 1936.
- Iqbal, T., & Khan, M. N. (2021). The Impact of Artificial Intelligence (AI) on CRM and Role of Marketing Managers. *Yüksek Lisans Tezi*, Faculty Of Education And Business Studies Department of Business and Economics Studies, University of Gavle. İsveç.
- James, M. (2024). The ethical and legal implications of using big data and artificial intelligence for public relations campaigns in the United States. *International Journal of Communication and Public Relation*, 9(1), 38-52.
- Jeong, J., & Park, N. (2023). Examining the influence of artificial intelligence on public relations: Insights from the organization-situation-public-communication (OSPC) model. *Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange*, 9(7), 485-495.
- Jungwirth, D., & Haluza, D. (2023). Artificial intelligence and public health: an exploratory study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4541.
- Ledro, C., Nosella, A., & Vinelli, A. (2022). Artificial intelligence in customer relationship management: Literature review and future research directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(13), 48-63.
- Moore, S., & Hübscher, R. (2021). *Strategic communication and AI: Public relations with intelligent user interfaces*. Routledge.
- Nah, S., Luo, J., & Joo, J. (2024). Mapping scholarship on algorithmic bias: Conceptualization, empirical results, and ethical concerns. *International journal of communication (Online)*, 18, 548-570.
- Nobre, G. (2020). Artificial intelligence (AI) in communications: Journalism, public relations, advertising, and propaganda. https://www.researchgate.net/profile/Guilherme-Nobre/publication/343425849_Artificial_Intelligence_AI_in_communications_journalism_public_relations_advertising_and_propaganda/links/5f296006a6fdcccc43a8c9ef/Artificial-Intelligence-AI-in-communications-journalism-public-relations-advertising-and-propaganda.pdf adresinden 1 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Panda, G., Upadhyay, A. K., & Khandelwal, K. (2019). Artificial intelligence: A strategic disruption in public relations. *Journal of Creative Communications*, 14(3), 196-213.
- Perifanis, N. A., & Kitsios, F. (2023). Investigating the influence of artificial intelligence on business value in the digital era of strategy: A literature review. *Information*, 14(2), 85.
- Singhal, A., Neveditsin, N., Tanveer, H., & Mago, V. (2024). Toward fairness, accountability, transparency, and ethics in AI for social media and health care: Scoping review. *JMIR Medical Informatics*, 12(1), e50048.

Stamer, T., Steinhäuser, J., & Flägel, K. (2023). Artificial intelligence supporting the training of communication skills in the education of health care professions: scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e43311.

Valin, J. (2024). How is Artificial intelligence Shaping Public Relations, <https://www.globalalliancepr.org/thoughts/2024/5/8/how-is-artificial-intelligence-shaping-public-relations>
E.T.: 01/07/2024