

توسعه الگوی روابط عمومی پیش بین در نظام ارتباطات ملی ایران

چارچوبی برای سناریونویسی آینده‌نگر و مدیریت بحران‌های چندلایه

مسعود کریم خانی
کارشناس ارشد مدیریت رسانه – دانشگاه تهران
masoud.karimkhani@ut.ac.ir

یحیی احمدی
دانشجوی دکتری مدیریت رسانه – دانشگاه تهران
ahmadi.yahya@ut.ac.ir

در جهان معاصر، پویایی محیط‌های ارتباطی و شدت روزافزون بحران‌های اجتماعی، سیاسی، طبیعی و بهداشتی، ضرورت بازاندیشی در کارکرد روابط عمومی را دوچندان ساخته است.

روابط عمومی دیگر صرفاً یک نهاد واکنشی برای اطلاع‌رسانی یا تبلیغ نیست، بلکه باید به مثابه یک سیستم هوشمند و آینده‌نگر در مواجهه با پیچیدگی فزاینده بحران‌های چندلایه و سرریز اطلاعات در عصر دیجیتال عمل کند.

این پژوهش با تمرکز بر مفهوم «روابط عمومی پیش‌بین»، تلاشی برای ارائه یک الگوی بومی برای نظام ارتباطات ملی ایران است.

این الگو بر سه محور کلیدی استوار است: طراحی سناریوهای آینده‌نگر، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و تحلیل هوشمند داده، و اتخاذ یک رویکرد میان‌رشته‌ای.

اهداف کلیدی

توسعه الگوی روابط عمومی پیش‌بین و آینده‌نگر برای سازمان‌های ایرانی

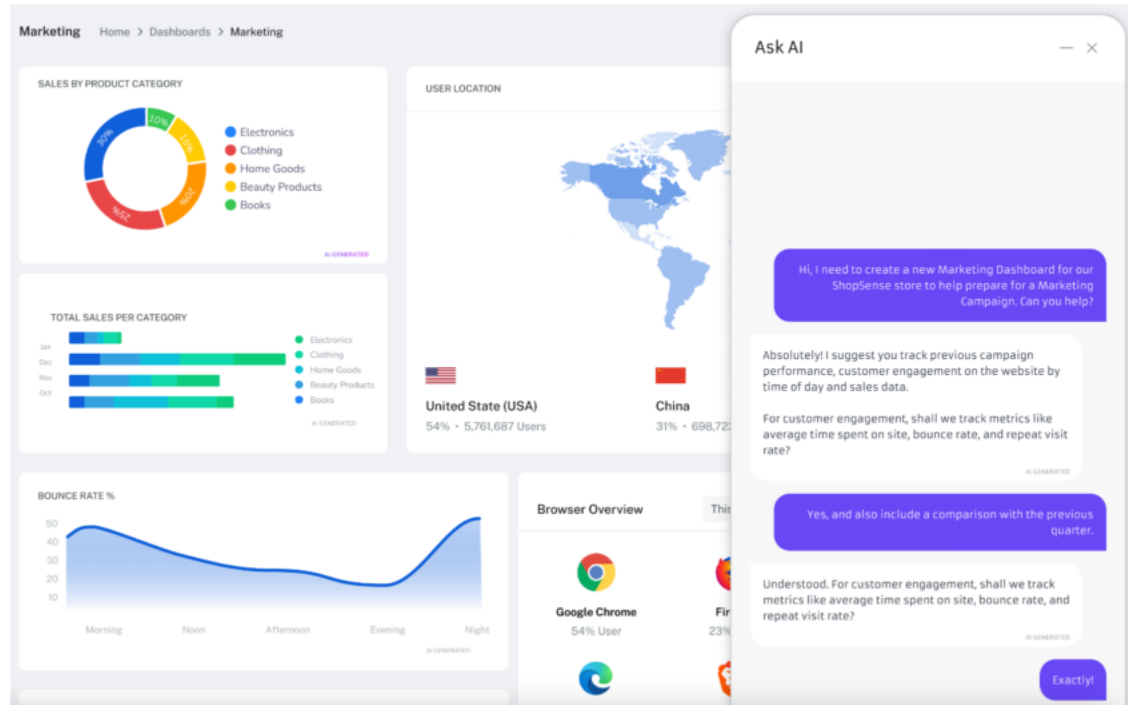
طراحی چارچوب سناریونویسی آینده‌نگر با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین

ارتقای توانمندی پیش‌بینی و مدیریت بحران‌های چندلایه در نظام ارتباطات ملی

تقویت انسجام ارتباطی و سرمایه اجتماعی در سطوح سه‌گانه ملی، استانی و شهری

بهبود تصویر ملی از طریق دیپلماسی رسانه‌ای و روایت‌سازی استراتژیک

هدف اصلی: تبدیل روابط عمومی از یک نقش واکنشی به یک «رادار ارتباطی» که به سازمان‌ها و دولت‌ها کمک می‌کند در مواجهه با تغییرات، غافلگیر نشوند
این واقعیت، خلأ یک سیستم مدیریتی و استراتژیک برای جلوگیری از آسیب به سرمایه اجتماعی و تصویر ملی را بر جسته می‌کند.



رویکردی استراتژیک و آینده نگر که بر پیش بینی و مدیریت فعالانه افکار عمومی، جریان اطلاعات و بحران ها تمرکز دارد.

تفاوت با رویکرد سنتی:

- گذار از واکنش گرایی به کنش گرایی استراتژیک
- استفاده از تحلیل داده و هوش مصنوعی
- طراحی سناریوهای متعدد و برنامه ریزی برای آینده های محتمل

اهمیت در عصر پیچیدگی:

- افزایش پیچیدگی بحران ها و محیط ارتباطی
- سرعت گرفتن جریان اطلاعات در فضای دیجیتال
- ضرورت پاسخگویی سریع و هماهنگ در سطح ملی
- تقویت حکمرانی هوشمند و ارتقای سرمایه اجتماعی

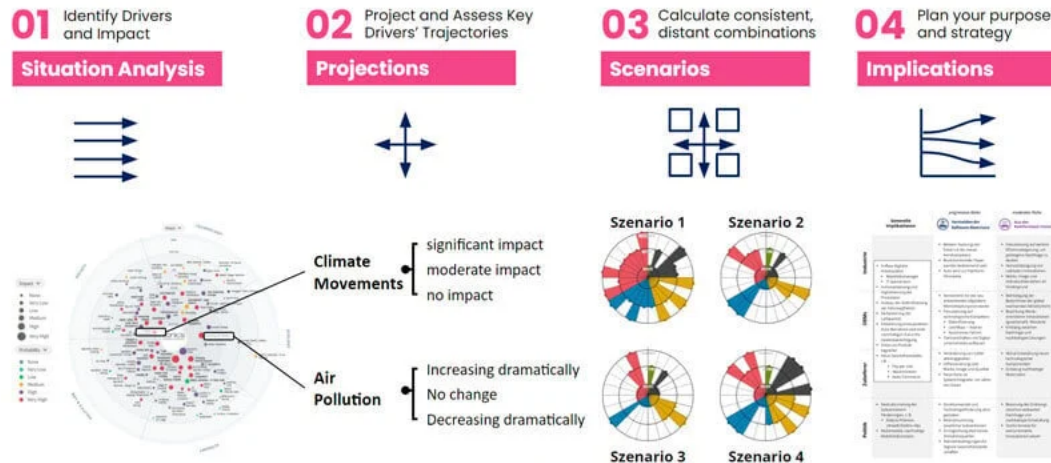
"روابط عمومی پیش بین، از واکنش منفعل به رویدادها فراتر رفته و با طراحی سناریوهای آینده نگر، به تقویت اعتماد عمومی و انعطاف پذیری سازمانی می انجامد." – کومبز (۲۰۱۹)

سناریونویسی، روشی برای مدیریت عدم قطعیت از طریق طراحی آینده‌های محتمل و آمادگی سازمان‌ها برای مواجهه با شرایط مختلف است.

فرآیند توسعه سناریو - از شناسایی عدم قطعیت‌ها تا تدوین استراتژی

The Scenario Development Process

DEFINE FOCAL ISSUE, QUESTION, OR DECISION AND RELEVANT TIMEFRAME REVIEW
PAST EVENTS & ALTERNATIVE INTERPRETATIONS



مزایای سناریونویسی در روابط عمومی:

- کاهش زمان پاسخگویی در شرایط بحرانی
- بهبود انسجام پیام‌ها و تقویت اعتماد عمومی
- شناسایی نقاط آسیب‌پذیر و فرصت‌های پنهان
- افزایش انعطاف‌پذیری و آمادگی سازمانی

چگونگی سناریونویسی موفق:

- شناسایی عوامل کلیدی و عدم قطعیت‌های محیطی
- طراحی حداقل ۳-۴ سناریوی متمایز و باورپذیر
- تدوین راهبردهای واکنش برای هر سناریو
- پایش مستمر شاخص‌های هشداردهنده

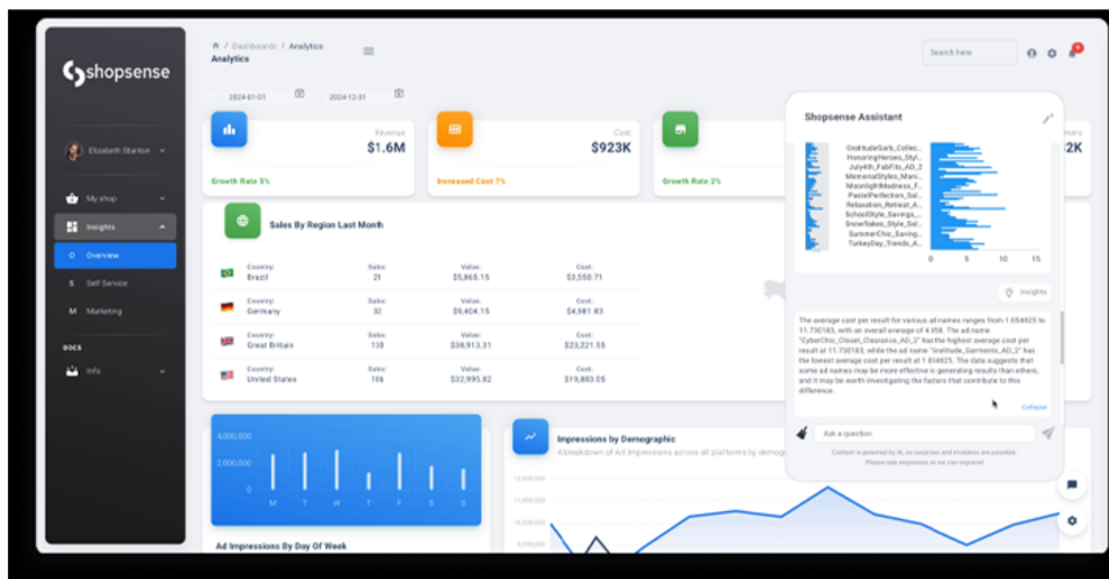
سناریونویسی موجب افزایش انعطاف‌پذیری و آمادگی سازمان‌ها در برابر تغییرات محیطی می‌شود و " (به طراحی استراتژی‌های مناسب در سطح ملی و محلی کمک می‌کند. " - ویلکینسون و کوپرز (۲۰۱۳)

● فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی در روابط عمومی پیش بین

داده کاوی (Data Mining)

پردازش حجم عظیمی از داده‌های رسانه‌ای و اجتماعی برای کشف الگوها، روندها و ارتباطات پنهان که به پیش‌بینی رفتارهای آینده کمک می‌کند.

تصویر: داشبورد تحلیل احساسات و پیش‌بینی روندهای افکار عمومی



تحلیل احساسات (Sentiment Analysis)

تشخیص لحن عاطفی مکالمات آنلاین و بررسی روندهای افکار عمومی به صورت بی‌درنگ. این تکنیک می‌تواند نقاط بحرانی را قبل از تبدیل به بحران شناسایی کند.

پرسوناهای هوش مصنوعی پیش‌بین (Predictive AI Persona)

تحلیل الگوهای رفتاری مخاطبان هدف پیش‌بینی واکنش‌ها به سیاست‌ها و اطلاعیه‌ها تولید محتوای هدفمند و شخصی‌سازی شده طراحی سناریوهای واکنش در شرایط مختلف

پرسوناهای هوش مصنوعی پیش‌بین: پروفایل‌های پویا و داده‌محور هستند که براساس بینش‌های رفتاری در لحظه تکامل می‌یابند. برای تجزیه و تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها و پیش‌بینی اقدامات آینده استفاده می‌شود.

یافته‌های مصاحبه با متخصصان

نتایج مصاحبه با ۱۵ متخصص نشان داد که روابط عمومی در ایران با چالش‌های بنیادینی در گذار از رویکرد واکنشی به رویکرد پیش بین مواجه است.

این تحقیق کیفی نشان می‌دهد که مشکل اصلی، نه فقدان دانش و آگاهی، بلکه چالش‌های ساختاری، فرهنگی و سیاستی است.

نکته کلیدی:

تجربه بحران‌های اخیر نشان می‌دهد که علی‌رغم وجود پژوهش‌های آینده‌نگر، ضعف‌های ساختاری در مدیریت ارتباطات بحران همچنان پابرجاست.

چالش‌های اصلی شناسایی شده

🔥 فرهنگ «مدیریت آتش‌سوزی»

فرهنگ غالب در روابط عمومی‌ها، «مدیریت آتش‌سوزی» است و نه «پیشگیری از آتش‌سوزی». بسیاری از مدیران تمایل کمی به آینده‌نگری و سناریونویسی دارند.

🔧 چالش‌های ساختاری و سیاستی

فقدان یک «قانون جامع روابط عمومی» در کشور که جایگاه، وظایف و اختیارات این حوزه را مشخص کند. انتصاب مدیران غیرمتخصص و تغییرات مدیریتی مداوم.

🖋️ محدودیت‌های سناریونویسی

علی‌رغم اهمیت سناریونویسی آینده‌نگر، تجربه سیستماتیک و عملی در این زمینه محدود است. بسیاری از سازمان‌ها فاقد چارچوب‌های مدون هستند.

● یافته‌های تحلیل هوشمند: الگوهای رفتاری افکار عمومی

تحلیل احساسات (Sentiment Analysis)

واکنش اولیه مخاطبان با احساسات منفی مانند ترس و نگرانی همراه است. با این حال، در صورت اطلاع‌رسانی سریع و شفاف، این احساسات به تدریج به اعتماد نسبی و پذیرش تصمیمات سازمانی تبدیل می‌شود.

تحلیل موضوعی (Topic Modeling)

مباحث عمومی در زمان بحران حول محورهای کلیدی «شفافیت و پاسخگویی»، «هماهنگی دستگاه‌ها» و «مشارکت مردم» متمرکز است. مردم آمادگی کمک دارند، اما در صورت عدم هدایت و سازماندی، به بخشی از مشکل تبدیل می‌شوند. در مواقع بحران، تصمیم‌گیری‌های غیرکارشناسی و احساسی جایگزین راهبردهای مبتنی بر داده و تجربه می‌شود.

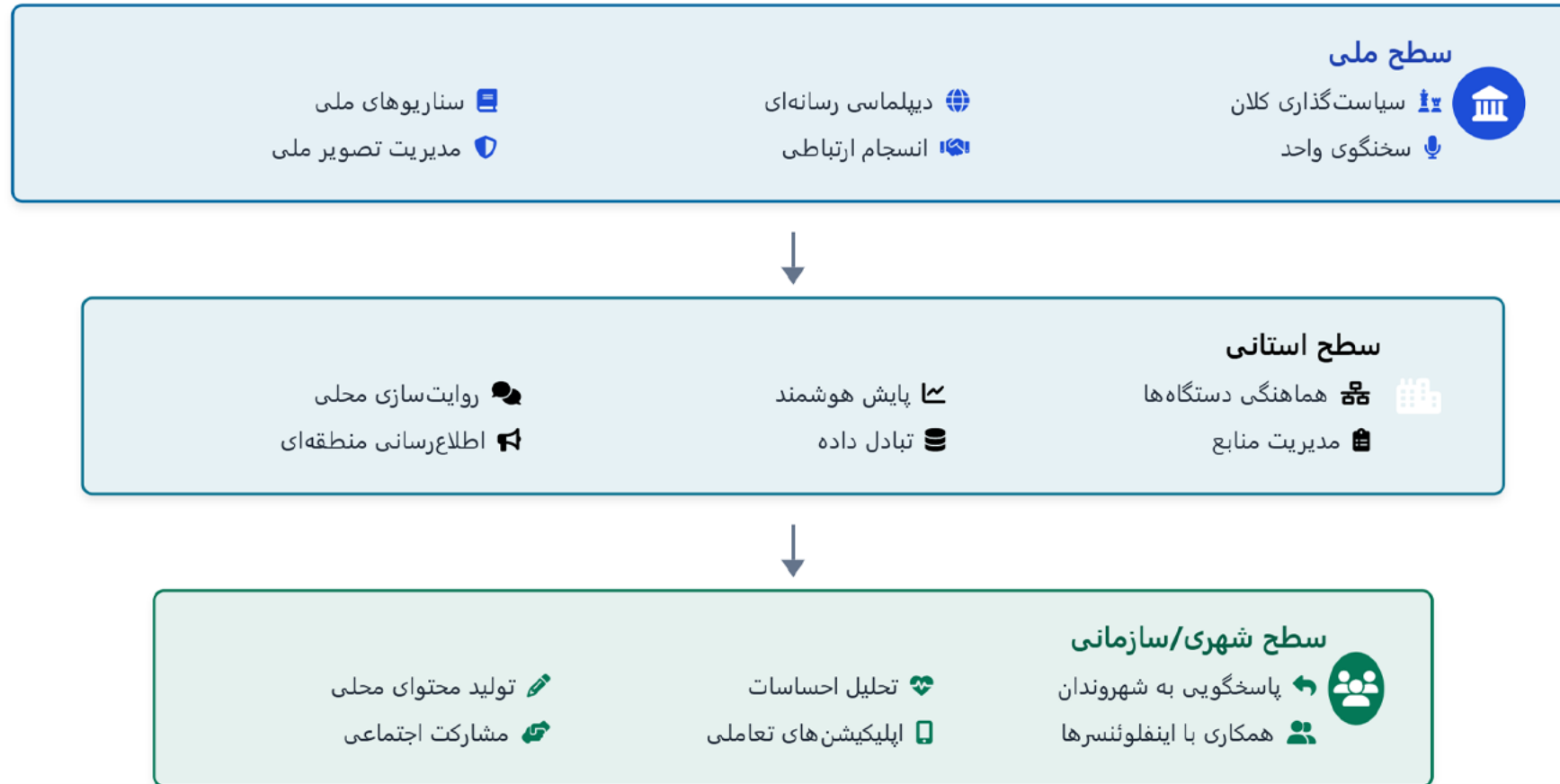
ارزش پیش‌بینی

الگوهای رفتاری قابل پیش‌بینی افکار عمومی در زمان بحران می‌تواند در طراحی پیام‌های استراتژیک و مدیریت بحران استفاده شود. هوش مصنوعی می‌تواند روندهای آینده را با دقت قابل قبولی پیش‌بینی کند.



“مدل‌های زبانی آموزش‌دیده بر داده‌های رسانه‌ای قادر به پیش‌بینی گرایش‌های افکار عمومی هستند. این قابلیت، روابط عمومی پیش‌بین را قادر می‌سازد تا تغییرات نگرش‌ها و رفتارهای جمعی را به صورت تقریبی پیش‌بینی کند.” – چو و آنسولا بهیر (۲۰۲۳)

۱ چارچوب روابط عمومی پیش بین در نظام ارتباطات ملی



محورهای مشترک در هر سه سطح: برنامه ریزی استراتژیک | روایت سازی | تحلیل هوشمند داده | اعتماد سازی

| کارکردهای کلیدی

-  پاسخگویی مستقیم و بی واسطه به سؤالات و دغدغه‌های شهروندان
-  تحلیل آنی احساسات و واکنش‌های مردمی نسبت به تصمیمات سازمانی
-  تولید محتوای شخصی‌سازی شده متناسب با نیازهای گروه‌های مختلف مخاطبان
-  همکاری با اینفلوئنسرها و رهبران فکری محلی برای افزایش اعتبار پیام
-  هدایت و سازماندهی مشارکت مردمی در زمان بحران‌های محلی

| ابزارها و فناوری

-  اپلیکیشن‌های تعاملی برای ارتباط دوسویه با شهروندان و جمع‌آوری نظرات
-  سیستم‌های هوشمند تحلیل احساسات برای رصد واکنش‌ها به صورت لحظه‌ای
-  چت‌بات‌های پاسخگوی خودکار برای سؤالات متداول شهروندان در شرایط بحرانی
-  نقشه‌های تعاملی برای نمایش اطلاعات محلی در زمان وقوع بحران
-  داشبوردهای مدیریتی برای تصمیم‌گیری داده‌محور و سریع مدیران سازمانی

سطح ملی



سیاست‌گذاری کلان

تدوین استراتژی ملی ارتباطات بحران و تهیه سناریوهای پایه با هماهنگی تمام دستگاه‌های دولتی و نهادهای حکومتی



دیپلماسی رسانه‌ای

تعامل استراتژیک با رسانه‌های بین‌المللی و مدیریت تصویر ملی در رسانه‌های خارجی با هدف کاهش فشارهای خارجی در زمان بحران



سناریوسازی و آینده‌نگاری

طراحی و تدوین سناریوهای متنوع برای بحران‌های احتمالی و تهیه پروتکل‌های ارتباطی مناسب برای هر سناریو



سخنگوی واحد

ایجاد نظام سخنگویی متمرکز برای جلوگیری از پراکندگی پیام و تقویت انسجام روایت در سطح ملی

سطح استانی



هماهنگی دستگاه‌های محلی

ایجاد اتاق فکر و هماهنگی بین سازمان‌های استانی برای مدیریت یکپارچه بحران و تبادل اطلاعات در زمان واقعی



پایش هوشمند

استقرار سیستم‌های تحلیل داده و رصد افکار عمومی در سطح استان برای شناسایی زودهنگام بحران‌های منطقه‌ای



روایت‌سازی محلی

تطبیق روایت ملی با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی استان و تولید محتوای مناسب با زبان، لهجه و نیازهای بومی



آموزش تخصصی

برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای کارشناسان روابط عمومی استانی و محلی با هدف ارتقای مهارت‌های تحلیلی و ارتباطی

● نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نقطه عطف حیاتی برای روابط عمومی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که روابط عمومی در ایران در یک نقطه عطف حیاتی قرار دارد. وضعیت فعلی منجر به ناکارآمدی در مدیریت بحران و فرسایش سرمایه اجتماعی شده است.

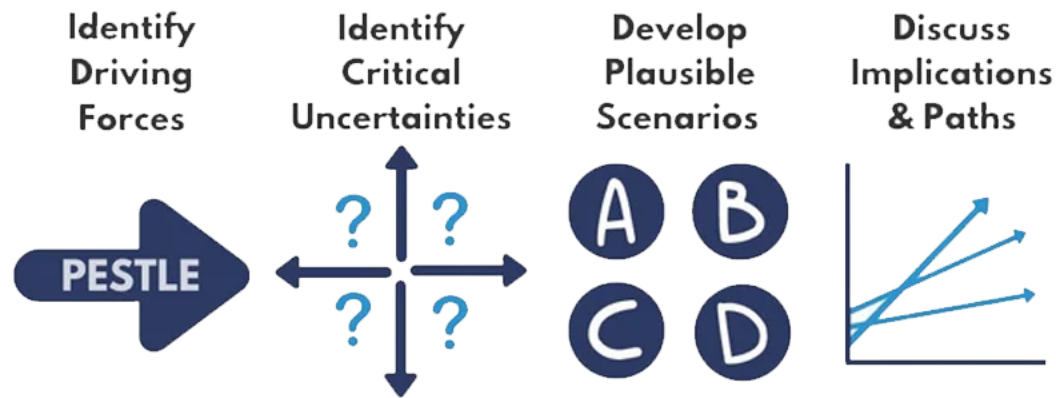
ضرورت تغییر پارادایم

- گذار از روابط عمومی واکنشی به روابط عمومی پیش‌بین
- استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته و تحلیل داده
- تقویت هماهنگی میان سطوح ملی، استانی و شهری

پیشنهادهای کلیدی

- تدوین قانون جامع روابط عمومی با تعریف دقیق جایگاه و اختیارات
- بکارگیری متخصصان روابط عمومی و ثبات در مدیریت
- طراحی چارچوب ملی برای سناریونویسی و مدیریت بحران
- سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین (هوش مصنوعی، تحلیل داده)
- آموزش گسترده برای نهادهای سازنده رویکرد آینده‌نگر
- پذیرش و بومی‌سازی استانداردهای بین‌المللی مدیریت بحران

تصویر: سناریونویسی استراتژیک برای آینده روابط عمومی



در عصر اطلاعات، روابط عمومی پیش‌بین تنها یک گزینه نیست، بلکه یک ضرورت برای حفظ سرمایه اجتماعی و "تقویت تصویر ملی است. نهادهای سازنده این رویکرد نیازمند تغییر فرهنگ سازمانی، ساختار و سیاست‌های ارتباطی است."

سپاس از توجه شما آماده پاسخگویی به پرسش‌های شما هستیم

مسعود کریم‌خانی



masoud.karimkhani@ut.ac.ir



یحیی احمدی



ahmadi.yahya@ut.ac.ir



۰۹۱۲۹۲۳۷۲۶۱

دیپلماسی رسانه‌ای

تحلیل هوشمند داده

مدیریت بحران

سناریونویسی آینده‌نگر

روابط عمومی پیش‌بین