

دیپلماسی انرژی و روابط عمومی پیش‌بین: بازتعریف تصویر صنایع راهبردی در افکار عمومی جهانی (با تمرکز بر جایگاه و اعتبار برند صنعت نفت ایران)

ارائه‌دهندگان :

دکتر ندا سلیمانی

استادیار گروه مدیریت فرهنگی و رسانه

یاسین کرمی

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه

پاییز ۱۴۰۴



بیان مسئله و ضرورت پژوهش

در نظم جدید انرژی جهانی، تصویر کشورها دیگر صرفاً با منابع طبیعی تعیین نمی‌شود، بلکه توسط «روایت‌های رسانه‌ای و ادراک افکار عمومی جهانی» ساخته می‌شود. صنعت نفت ایران به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی انرژی، در دهه اخیر با چالش‌های شدیدی در عرصه تصویر برند ملی مواجه بوده است: تحریم‌ها، جنگ روایت‌ها، و بازنمایی منفی در رسانه‌های غربی موجب تضعیف «اعتماد و مشروعیت برند ملی انرژی» شده‌اند. روابط عمومی سنتی که بر اطلاع‌رسانی یک‌سویه تکیه داشت، در این فضا ناکارآمد است. پژوهش حاضر تلاش دارد نشان دهد چگونه روابط عمومی آینده‌نگر و مبتنی بر تحلیل داده — یعنی روابط عمومی پیش‌بین — می‌تواند به ابزاری برای بازسازی اعتماد جهانی و تقویت قدرت نرم ایران در دیپلماسی انرژی بدل شود.





هدف و پرسش محوری

- پرسش اصلی:
- چگونه روابط عمومی پیش‌بین می‌تواند در قالب دیپلماسی انرژی، تصویر و برند صنعت نفت ایران را در افکار عمومی جهانی بازتعریف کند؟

۱ تحلیل مضامین نظری و تجربی در پیوند روابط عمومی و دیپلماسی انرژی

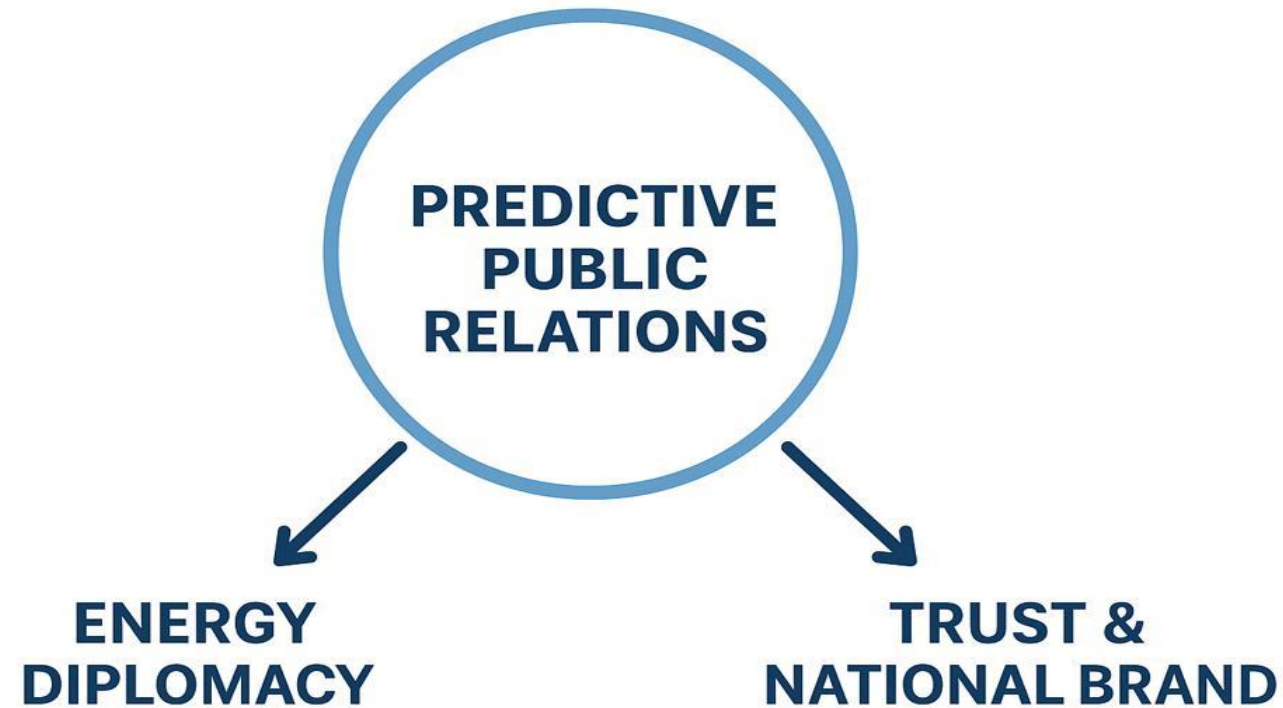
۲ تبیین نقش روابط عمومی پیش‌بین در بازسازی تصویر و برند ملی صنعت نفت ایران

۳ طراحی سناریوهای آینده‌نگر بر مبنای داده و تحلیل روندها

۴ ارائه مدل مفهومی روابط عمومی پیش‌بین در چارچوب قدرت نرم و ارتباطات فراملی

اهداف ویژه:

چارچوب نظری پژوهش



1. نظریه قدرت نرم (Joseph Nye, 2004)
روابط عمومی در دیپلماسی انرژی بازوی ارتباطی قدرت نرم است و می‌تواند جذابیت فرهنگی و اعتماد سیاسی کشور را افزایش دهد.

2. نظریه نظام‌های باز در روابط عمومی (Grunig & Hunt, 1984)
بر تعامل دوسویه و شفاف با ذی‌نفعان بین‌المللی تأکید دارد و روابط عمومی را نه فقط ابزار تبلیغ بلکه کنشگر ارتباطی می‌داند.

3. نظریه آینده‌پژوهی ارتباطی (Voros, 2017)
بر تحلیل روندها، سناریونویسی و پیش‌بینی تحولات محیطی در تصمیم‌گیری‌های ارتباطی تأکید می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی تبیینی – فراتحلیلی (Meta-Analytic Documentary Research) است.

جامعه پژوهش:

مقالات و گزارش‌های علمی منتشرشده در بازه‌ی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ در حوزه‌های روابط عمومی انرژی، دیپلماسی عمومی و تحلیل داده می باشد.

❖ جست‌وجوی نظام‌مند در پایگاه‌های Scopus ، ScienceDirect و Google Scholar

❖ غربالگری ۸۰ منبع و انتخاب ۴۰ مقاله کلیدی

❖ کدگذاری باز، محوری و انتخابی با نرم‌افزار NVivo

❖ تلفیق یافته‌ها برای طراحی مدل مفهوم

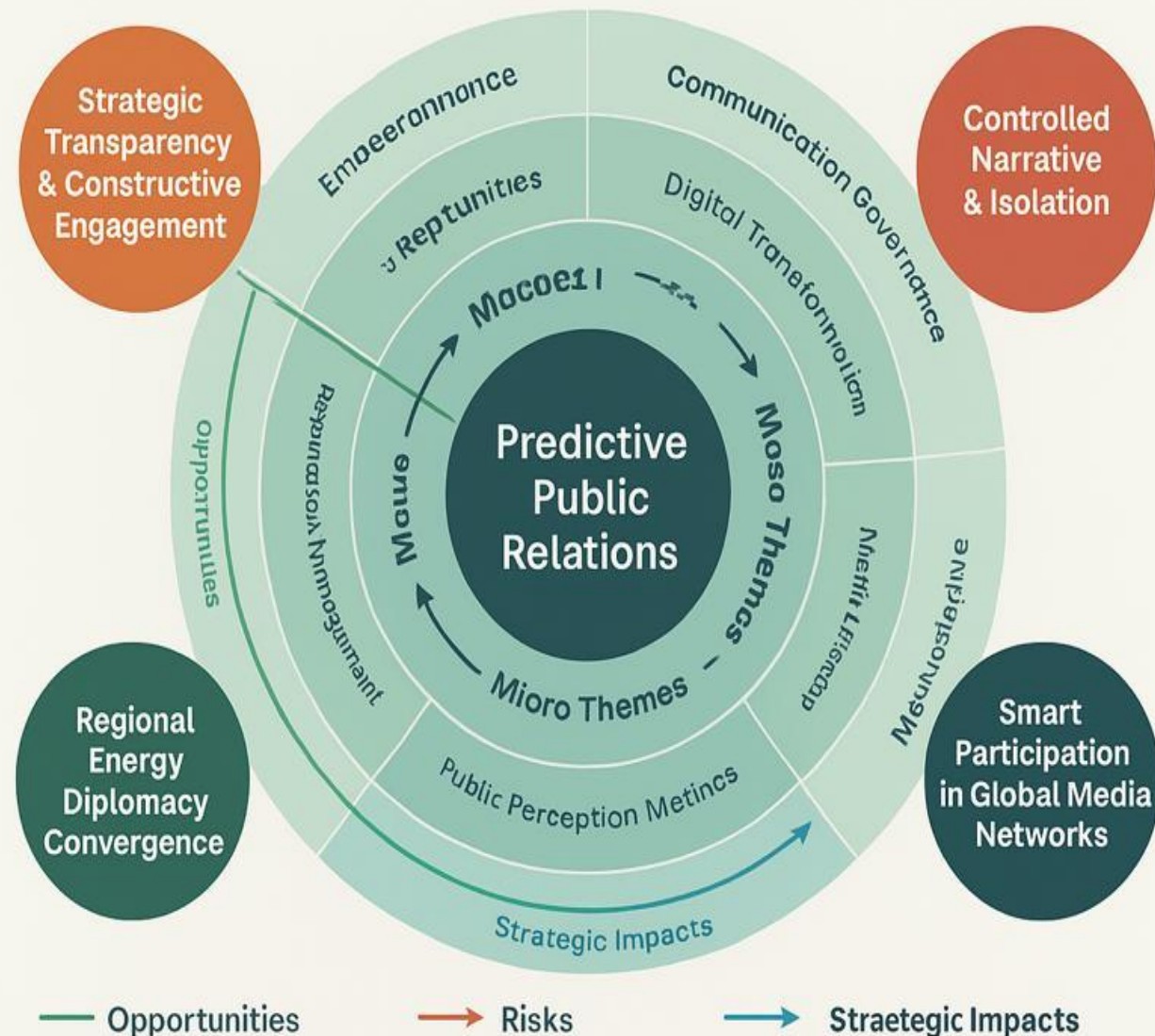
روش اجرا:



مضامین محوری پژوهش

در تحلیل محوری داده‌ها، ده مضمون کلیدی به‌عنوان ستون‌های روابط عمومی پیش‌بین در دیپلماسی انرژی شناسایی شد:

PREDICTIVE PUBLIC RELATIONS IN IRAN'S OIL INDUSTRY: SCENARIO FRAMEWORK AND THEMATIC LINKAGES



۱. اعتماد عمومی در صنعت انرژی
(عنصر حیاتی مشروعیت ارتباطی)

۲. تصویر برند ملی
(پیوند با هویت فرهنگی و قدرت نرم)

۳. روایت‌سازی استراتژیک
(ابزار بازتعریف ادراک جهانی)

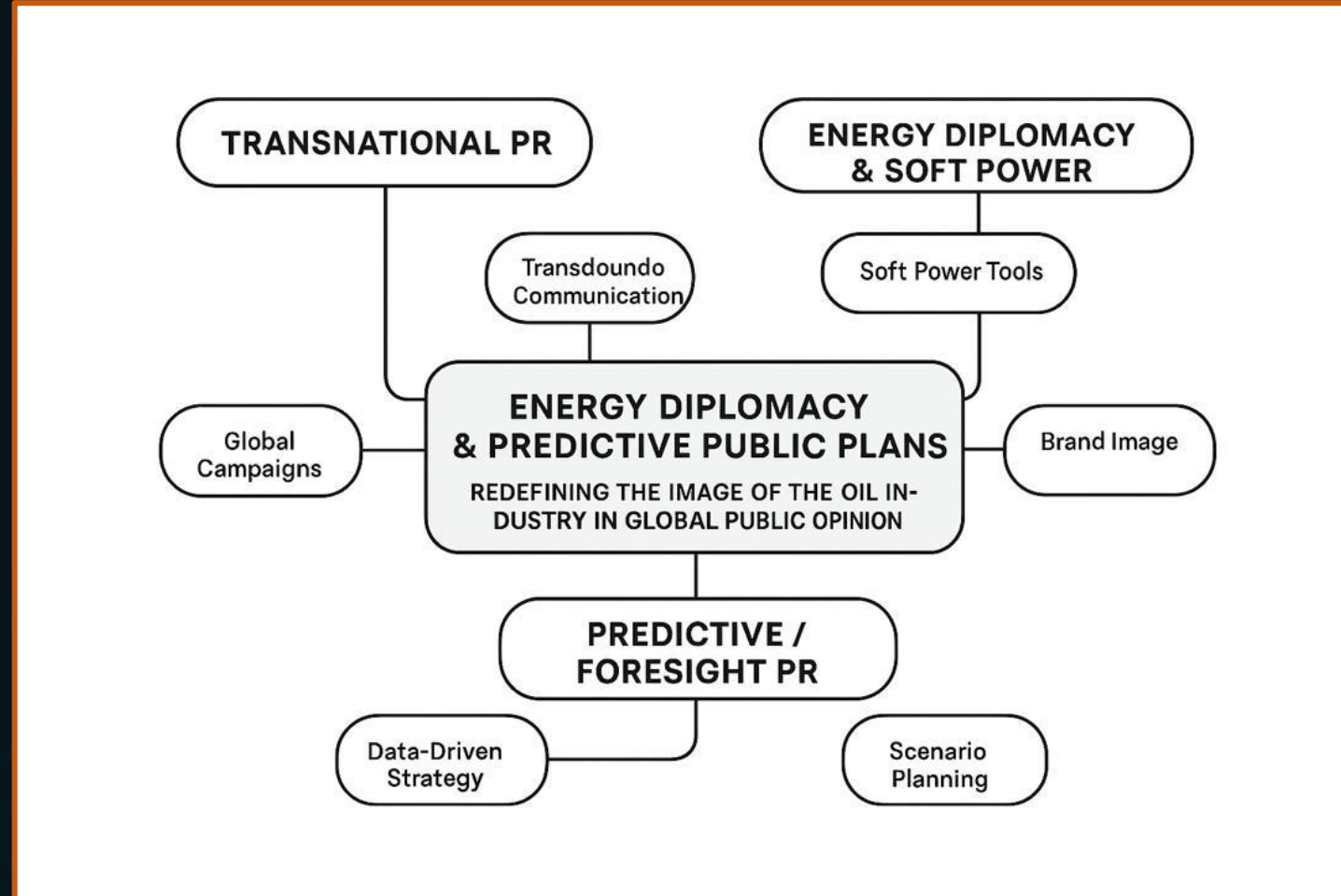
۴. شفافیت اطلاعاتی و اخلاق ارتباطی
(بنیان اعتماد جهانی)

۵. تحلیل افکار عمومی دیجیتال
(زیربنای روابط عمومی داده محور)

۶. دیپلماسی رسانه‌ای و CSR
(اخلاقی‌سازی برندهای انرژی)

۷. آینده‌نگری ارتباطی و هوش مصنوعی
(ابزار پیش‌بینی و واکنش سریع)

سه مضمون بنیادین مدل پیشنهادی



دیپلماسی داده محور:

- اتخاذ تصمیمات ارتباطی بر مبنای تحلیل احساسات، پیش بینی بحران ها و طراحی پاسخ های زمان مند که اثربخشی دیپلماسی انرژی را بالا می برد.

روایت سازی و تصویر برند:

- طراحی روایت های همدلانه و چند فرهنگی که تصویر «تولید کننده نفت» را به «شریک اخلاقی و پایدار انرژی» تبدیل کند و سرمایه نمادین را افزایش دهد.

اعتماد و شفافیت بین المللی:

- بازسازی اعتماد مبتنی بر داده های شفاف، گزارش دهی قابل راستی آزمایی و اخلاق ارتباطی چند فرهنگی که مشروعیت بین المللی صنعت نفت را تقویت می کند.

سناریوهای آینده روابط عمومی انرژی

FORESIGHT SCENARIOS

International Collaboration

- Risk: Dependence on global players
- Opportunity: Access to new markets
- Outcome: Balanced foreign

Economic Self-Reliance

- Risk: Limited investments
- Opportunity: Domestic market growth
- Outcome: Economic stability

Diplomatic Aggression

- Risk: International isolation
- Opportunity: Strategic partnerships
- Outcome: Political leverage

۱. سناریوی آرمانی: اعتماد هوشمند (Smart Trust)

روابط عمومی داده‌محور، شفاف و آینده‌نگر؛

برند ایران به‌عنوان «بازیگر اخلاقی انرژی» شناخته می‌شود؛

نتیجه: افزایش سرمایه نمادین و قدرت نرم ایران.

۲. سناریوی محتمل: روایت رقابتی (Competitive Narrative)

ایران روایت خود را تا حدی تثبیت کرده، اما رقابت رسانه‌ای جهانی ادامه دارد؛

روابط عمومی بیشتر در موضع واکنشی و تدافعی است.

۳. سناریوی بحرانی: بحران خاموش (Silent Crisis)

نبود شفافیت رسانه‌ای، ضعف در روایت‌سازی و بی‌اعتمادی جهانی؛

نتیجه: کاهش مشروعیت برند ملی انرژی

۱. سناریوی آرمانی: اعتماد هوشمند (Smart Trust)

در این وضعیت، روابط عمومی صنعت نفت ایران با بهره‌گیری از تحلیل داده، آینده‌نگری و شفافیت، توانسته است اعتماد جهانی را بازسازی کند. برند ملی ایران در بازار انرژی به‌عنوان «بازیگر اخلاقی» شناخته می‌شود.

ویژگی‌ها:

توضیح	شاخص	بُعد
بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی بحران‌ها	داده محور و تحلیلی	راهبرد ارتباطی
روایت‌های چند فرهنگی از ایران به‌عنوان شریک مسئول انرژی	روایت همدلانه	کنش رسانه‌ای
حضور فعال در پروژه‌های مشترک منطقه‌ای	مشارکتی	دیپلماسی انرژی
تصویر شفاف و اخلاقی ایران در رسانه‌های جهانی	اعتمادزا	برند ملی
واکنش هوشمند و پیش‌فعال به تحولات رسانه‌ای	پیش‌بین و یادگیرنده	روابط عمومی

۲. سناریوی محتمل: روایت رقابتی (Competitive Narrative)

ایران در این حالت بخشی از روایت خود را تثبیت کرده، اما رقابت در فضای رسانه‌ای جهانی همچنان شدید است. روابط عمومی بیشتر در موقعیت واکنشی و تدافعی عمل می‌کند.

ویژگی‌ها:

توضیح	شاخص	بُعد
تحلیل داده‌ها محدود و ناپیوسته	ترکیبی (پیش‌بینی و واکنش)	راهبرد ارتباطی
تمرکز بر پاسخ به انتقادات بین‌المللی	روایت‌های دفاعی	کنش رسانه‌ای
همکاری با همسایگان، نفوذ محدود جهانی	منطقه‌محور	دیپلماسی انرژی
تصویر متناقض میان مناطق مختلف	دوگانه	برند ملی
مدیریت بحران به‌جای پیشگیری	تطبیقی	روابط عمومی

۳. سناریوی بحرانی: بحران خاموش (Silent Crisis)

در این وضعیت، روابط عمومی نتوانسته از ابزارهای پیش‌بینانه و داده‌کاوی استفاده کند. عدم شفافیت رسانه‌ای و ضعف در روایت‌سازی منجر به بی‌اعتمادی جهانی شده است.

ویژگی‌ها:

توضیح	شاخص	بُعد
تصمیم‌گیری بدون تحلیل داده	واکنشی و بسته	راهبرد ارتباطی
ناتوانی در رقابت با روایت‌های جهانی	تدافعی و محلی	کنش رسانه‌ای
خروج از مشارکت‌های بین‌المللی	منفعل	دیپلماسی انرژی
تصویر منفی در رسانه‌های بین‌المللی	بحران‌زده	برند ملی
فقدان نوآوری و آینده‌نگری	سنتی و غیرپویا	روابط عمومی

تحلیل تطبیقی سناریوها و شاخص های کلیدی

شاخص های اعتماد هوشمند روایت رقابتی بحران خاموش

داده محوری بالا / متوسط / پایین

شفافیت بالا / متوسط / پایین

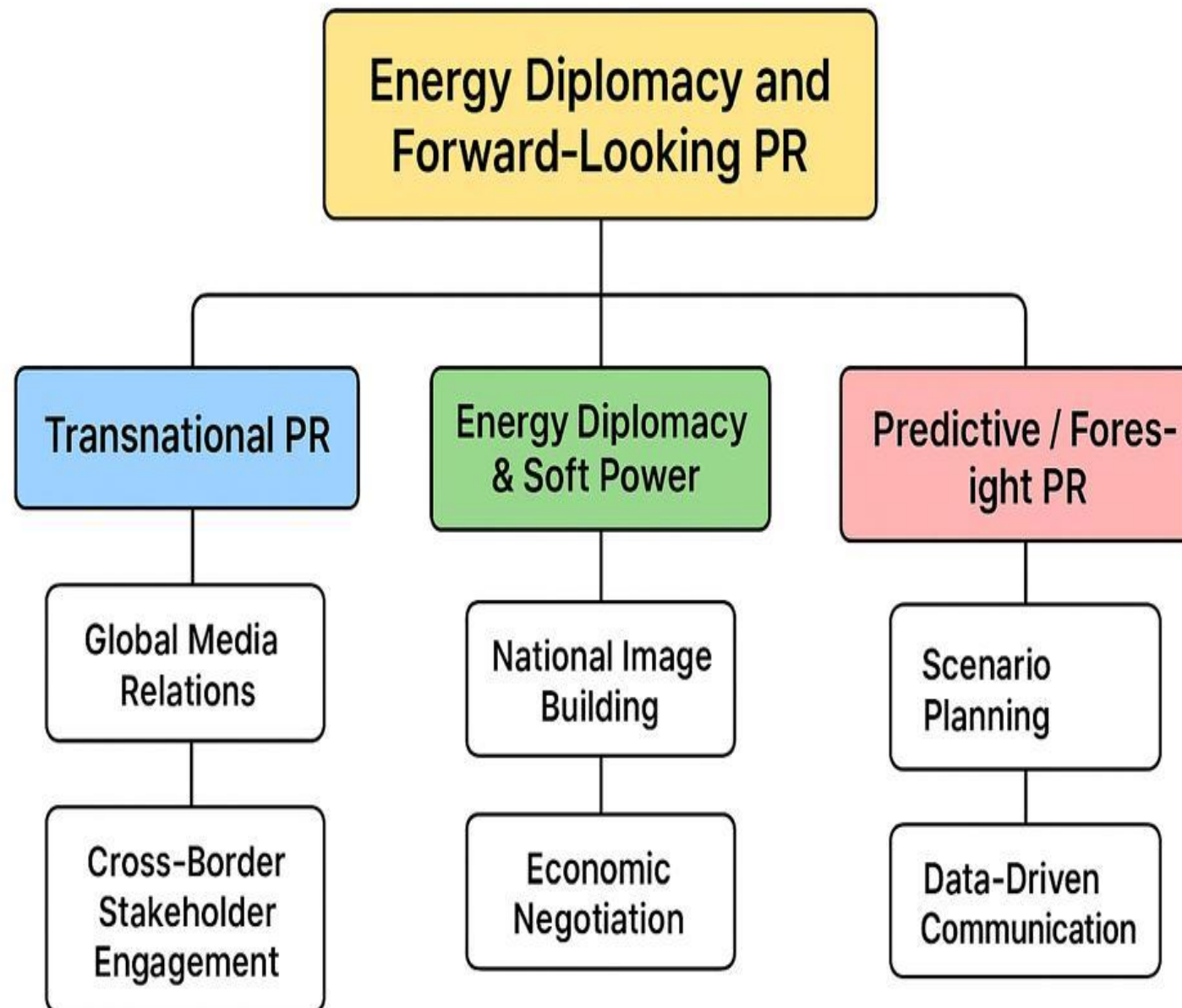
نوآوری ارتباطی بالا / محدود / فقدان

قدرت نرم صعودی / ایستا / نزولی

تصویر برند اخلاقی و پایدار دوگانه بحران

تفسیر:

حرکت از وضعیت بحران خاموش به اعتماد هوشمند نیازمند انتقال از روابط عمومی واکنشی به روابط عمومی تحلیلی و آینده نگر است.



مدل مفهومی نهایی و پیشنهادهای اجرایی



مدل نهایی پژوهش سه حلقه درهم تنیده دارد که در مرکز آن Predictive Public Relations قرار دارد:

Trust & National Brand Development

تقویت اعتماد جهانی و توسعه سرمایه نمادین برند ملی

Ethical & Multicultural Storytelling

روایت‌های چندفرهنگی و مبتنی بر مسئولیت اجتماعی

Data-driven Communication

تحلیل داده و آینده پژوهی برای تصمیم‌سازی ارتباطی

این سه حلقه در تعامل مداوم هستند و نظام یادگیرنده‌ای را برای دیپلماسی انرژی ایران ایجاد می‌کنند.

دستاوردهای کلیدی پژوهش:

✓ روابط عمومی پیش‌بین به‌عنوان حلقه اتصال میان سیاست انرژی، افکار عمومی جهانی و فناوری‌های ارتباطی شناخته شد.

✓ مسیرگذار از الگوی تبلیغی به الگوی تحلیلی و داده‌محور تبیین شد.

✓ مدل مفهومی «اعتماد هوشمند» معرفی شد که از مسیر داده → روایت → اعتماد، قدرت نرم ایران را تقویت می‌کند.

✓ روابط عمومی در صنعت انرژی، دیگر یک واحد اجرایی نیست؛ بلکه کنشگر استراتژیک در شبکه دیپلماسی عمومی است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای اجرایی:

➤ نتیجه‌گیری کلیدی:

در عصر پساکربن و رقابت روایی، روابط عمومی باید از مدیریت بحران به مدیریت آینده، گذار کند. اعتماد جهانی از مسیر شفافیت، داده‌محوری و روایت‌های اخلاقی شکل می‌گیرد.

➤ پیشنهادهای سیاستی:

- ❖ تدوین «سند ملی روابط عمومی پیش‌بین در صنعت انرژی»
- ❖ تأسیس «مرکز داده و رصد افکار عمومی جهانی برای پایش احساسات رسانه‌ای»
- ❖ طراحی «دوره‌های آموزشی Predictive PR & Energy Diplomacy»
- ❖ راه‌اندازی «شاخص اعتماد انرژی ایران (IETI) برای سنجش مستمر تصویر برند ملی»

