

نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه

دکتر حجت‌اله مرادی ۱ محمد گودینی ۲

چکیده

زلزله ۲۱ آبان ۱۳۹۶ کرمانشاه یکی از گسترده‌ترین و پرتلفات‌ترین بحران‌های طبیعی ایران در دهه‌های اخیر بود که مدیریت رسمی آن با محدودیت‌ها و چالش‌های متعددی روبه‌رو شد. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در مدیریت این بحران، از روش تحلیل گفتمان انتقادی سه‌بعدی نورمن فرکلاف استفاده کرده و پیام‌ها، پست‌ها، مصاحبه‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای و میدانی سلبریتی‌ها را تحلیل کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد سلبریتی‌ها با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی و شبکه‌های رسانه‌ای، توانستند آگاهی عمومی را افزایش دهند، مشارکت اجتماعی و جمع‌آوری کمک‌های نقدی و غیرنقدی را تسهیل کنند و پیامدهای روانی و اجتماعی بحران را کاهش دهند. پیام‌ها و کنش‌های آنان در سطوح اطلاع‌رسانی، جمع‌آوری کمک و حضور میدانی، ضمن تقویت همبستگی اجتماعی، گفتمان بحران را شکل داد و حتی بر پاسخ‌دهی نهادهای رسمی تأثیرگذار بود. با این حال، نبود چارچوب‌های نظارتی، فعالیت‌های پراکنده و گاه نمادین، چالش‌هایی نظیر کاهش شفافیت و تداخل با برنامه‌های رسمی ایجاد کرد. بر اساس یافته‌ها، تقویت نقش سلبریتی‌ها در مدیریت بحران نیازمند تدوین دستورالعمل‌ها، آموزش تخصصی، ایجاد سازوکار همکاری با نهادهای رسمی و ثبت تجارب پیشین است. این مطالعه نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها می‌توانند به‌عنوان بازیگران مؤثر اجتماعی و ارتباطی، مکمل ظرفیت‌های رسمی مدیریت بحران باشند و نقش کلیدی در بهبود پاسخ جامعه به حوادث طبیعی ایفا کنند.

کلیدواژه‌ها: سلبریتی، مدیریت بحران، زلزله کرمانشاه، مشارکت اجتماعی، سرمایه اجتماعی.

۱. دانشیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران

۲. نویسنده مسوول کارشناس ارشد مدیریت بحران، تهران، ایران، m.gaodini.com همراه ۰۹۱۸۷۳۷۳۳۶

مقدمه و بیان مسئله

امروزه رسانه‌های اجتماعی و ظهور چهره‌های مشهور یا سلبریتی‌ها به‌عنوان کنشگران جدید عرصه ارتباطات جمعی، نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی، جهت‌دهی به کنش‌های اجتماعی و بسیج مدنی ایفا می‌کنند (شریعتی و نقیب زاده، ۱۴۰۲). در شرایط بحران، به‌ویژه بلایای طبیعی مانند زلزله، حضور فعال سلبریتی‌ها می‌تواند ابعاد مختلف مدیریت بحران، از جمله کمک‌رسانی، اطلاع‌رسانی و تقویت همبستگی اجتماعی را تحت‌تأثیر قرار دهد. زلزله ۲۱ آبان ۱۳۹۶ کرمانشاه نمونه‌ای برجسته از این رخدادهاست که در آن، نقش سلبریتی‌ها در بسیج عمومی، جمع‌آوری کمک‌های مردمی، اطلاع‌رسانی گسترده و بازتاب رنج آسیب‌دیدگان بسیار پررنگ بود. با این حال، هم‌پوشانی فعالیت‌های آنان با نهادهای رسمی، نبود سازوکارهای نظارتی و شفافیت کافی، و نگرانی از موازی‌کاری و کاهش اعتماد عمومی نیز از مباحث چالش‌برانگیز این تجربه محسوب می‌شود. به بیان دیگر، سلبریتی‌ها در بحران کرمانشاه هم فرصت‌آفرین بودند و هم محل پرسش و مناقشه؛ از ایجاد امید و افزایش مشارکت اجتماعی تا احتمال بروز ناکارآمدی و اختلال در روند رسمی مدیریت بحران.

زلزله ۲۱ آبان ۱۳۹۶ از گله کرمانشاه با بزرگی ۷٫۳ نشان داد که ایران، با وجود هشدارهای پیشین درباره فعال‌بودن گسل‌ها، در زمینه مدیریت بحران، آمادگی مردمی و مدیریتی کافی نداشت؛ مقایسه تلفات و خسارات این حادثه با کشورهایی مانند ژاپن بیانگر ضعف‌های جدی در برنامه‌ریزی کلان بحران است (ویسی و حسینعلی، ۱۴۰۳؛ مرکز لرزه‌نگاری کشوری، ۱۳۹۶؛ عباسی و همکاران، ۱۳۹۷). در روزهای نخست، رسانه‌ها با پوشش گسترده اما آشفته، احساسات خام مردم را بازتاب دادند؛ رویکردی که به‌جای کمک به سامان‌دهی، گاه خود باعث تشدید مشکلات شد. در دوره اسکان موقت نیز ارتباطات هدفمند و سازگار با بستر فرهنگی منطقه برقرار نشد و کمبود دانش ارتباطی در میان مردم، رسانه‌ها و حتی مسئولان نمایان شد (نظری و همکاران، ۱۳۹۸). محدودیت منابع، تناقض‌گویی مسئولان و عدم هماهنگی رسانه‌ای نیز بحران‌های ثانویه ارتباطی ایجاد کرد. در کنار این ضعف‌ها، نبود آموزش‌های عمومی درباره اقدامات ایمنی و امدادی، نقش مهمی در افزایش تلفات داشت (صالحی، ۱۴۰۳).

زلزله کرمانشاه، یکی از مهم‌ترین و پرتلفات‌ترین بحران‌های طبیعی دهه‌های اخیر ایران، ترکیب گسترده‌گی خسارات، ضعف زیرساختی و پراکندگی جغرافیایی حادثه، مدیریت بحران را با پیچیدگی‌های کم‌سابقه‌ای مواجه ساخت. در این میان، حضور و نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها—به‌عنوان طیفی از هنرپیشه‌ها، ورزشکاران و چهره‌های اجتماعی با نفوذ رسانه‌ای بالا—به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور در مدیریت بحران، صحنه امداد‌رسانی را دگرگون کرد. این گروه با تکیه بر سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و قدرت شبکه‌های اجتماعی، توانستند در زمانی کوتاه حجم بی‌سابقه‌ای از کمک‌های نقدی و غیرنقدی جذب کرده و صدای آسیب‌دیدگان را به سطوح ملی و بین‌المللی منتقل کنند. تجربه کرمانشاه، نمونه‌ای کم‌نظیر از هم‌افزایی سرمایه اجتماعی غیررسمی با سازوکارهای رسمی مدیریت

بحران بود که از یک سو ظرفیت‌های جدیدی خلق کرد و از سوی دیگر، پرسش‌ها و چالش‌هایی جدی را پیش روی پژوهشگران نهاد (مومنی و میری، ۱۴۰۴).

با وجود ظرفیت‌های قابل توجه، نقش سلبریتی‌ها در مدیریت بحران کرمانشاه تنها محدود به جنبه‌های مثبت نبود؛ بلکه خلأهای نظارتی، نبود چارچوب‌های قانونی و نگرانی از تداخل فعالیت‌ها با برنامه‌های نهادهای رسمی، زمینه‌ساز چالش‌های ساختاری شد. برخی پژوهشگران هشدار داده‌اند که مشارکت غیرسازمان‌یافته و فاقد شفافیت می‌تواند به تضعیف اعتماد عمومی نسبت به نهادهای رسمی، شکل‌گیری شایعات، بروز ابهام در نحوه هزینه‌کرد کمک‌ها و حتی کاهش کارآمدی اقدامات دولتی بیانجامد. از طرفی، تغییر الگوهای اطلاع‌رسانی و بسیج اجتماعی و ایفای نقش پیام‌رسانی توسط سلبریتی‌ها، اگرچه فاصله میان مردم و نهادهای رسمی را کاهش داد، اما نبود پاسخگویی و شفافیت نهادی می‌توانست همین سرمایه اجتماعی را تهدید کند. بنابراین، حضور سلبریتی‌ها در حوزه‌ای که ماهیتاً نیازمند هماهنگی نهادی، پاسخگویی و انسجام مدیریتی است، ضرورت ارزیابی عمیق و علمی این نقش را بیش از پیش آشکار می‌سازد.

در این چارچوب، انجام پژوهش حاضر از منظر غنای علمی، توسعه دانش بومی و ضرورت‌های سیاست‌گذاری اهمیت ویژه‌ای دارد. این مطالعه می‌تواند خلأهای موجود در ادبیات مدیریت بحران ایران را در زمینه بازیگران نوظهور پر کرده و الگوهای جدید مشارکت اجتماعی را در تعامل میان نهادهای رسمی، جامعه مدنی و چهره‌های عمومی تبیین کند. همچنین، یافته‌های آن می‌تواند به تدوین دستورالعمل‌ها و چارچوب‌های قانونی برای مدیریت بهینه ظرفیت‌های غیررسمی و افزایش اعتماد عمومی کمک کند. عدم توجه به این موضوع در مقطع کنونی، پیامدهایی همچون تداوم ناهماهنگی نهادی، تکرار موازیکاری، ایجاد بحران اعتماد اجتماعی و از دست رفتن ظرفیت بهره‌برداری از سرمایه اجتماعی غیررسمی در بحران‌های آینده را به دنبال دارد. از این رو، بررسی علمی نقش سلبریتی‌ها در زلزله ۱۳۹۶ کرمانشاه نه تنها ضرورتی پژوهشی، بلکه گامی اساسی در جهت ارتقای نظام مدیریت بحران کشور محسوب می‌شود.

مبانی نظری

تعریف سلبریتی:

سلبریتی به افرادی گفته می‌شود که به دلیل شهرت و محبوبیت عمومی، در جامعه شناخته شده و مورد توجه قرار گرفته‌اند. این افراد معمولاً در زمینه‌های مختلفی از جمله هنر، سینما، موسیقی، ورزش، تلویزیون و حتی رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند و به دلیل دستاوردها، ظاهر، یا شخصیت خود به شهرت می‌رسند. سلبریتی‌ها غالباً تحت پوشش رسانه‌ها قرار می‌گیرند و زندگی شخصی و حرفه‌ای آنها مورد توجه عموم قرار می‌گیرد. شهرت آنها می‌تواند ناشی از عملکرد حرفه‌ای، رفتارهای خاص یا حتی حواشی زندگی خصوصی‌شان باشد.

تعریف مدیریت بحران:

مدیریت بحران مجموعه‌ای از اقدامات پیشگیرانه، برنامه‌ریزی، واکنش و بازسازی است که برای کاهش اثرات مخرب یک بحران انجام می‌شود. این فرآیند شامل شناسایی و ارزیابی مخاطرات، تدوین برنامه‌های عملیاتی، آموزش و تجهیز افراد، هماهنگی با سایر سازمان‌ها و پاسخگویی به موقع و مؤثر به بحران است. اهداف کلیدی این مدیریت معمولاً کاهش تلفات جانی و مالی، حفظ نظم و امنیت عمومی، تسریع در بازسازی و بازگشت به شرایط عادی است. در این مقاله به بررسی نکات مختلف در رابطه با مدیریت بحران خواهیم پرداخت.

تحولات ارتباطی معاصر موجب شده است سلبریتی‌ها از جایگاهی صرفاً هنری یا ورزشی فراتر رفته و به کنشگران اثرگذار اجتماعی تبدیل شوند. دسترسی مستقیم آنان به افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، نوعی قدرت نمادین ایجاد کرده است که در شرایط بحرانی می‌تواند به شکل‌دهی نگرش‌ها، تحریک احساسات جمعی و هدایت رفتارهای اجتماعی منجر شود (مقدس، ۱۴۰۰). این ظرفیت به‌ویژه در بحران‌هایی نظیر بلایای طبیعی، امکان ایفای نقش مکمل یا موازی با نهادهای رسمی مدیریت بحران را برای سلبریتی‌ها فراهم می‌سازد.

مدیریت بحران، فرایندی چندبعدی است که افزون بر اقدامات فنی و اجرایی، به نظام ارتباطی منسجم و قابل اعتماد نیاز دارد. در این چارچوب، نحوه بازنمایی بحران، جریان اطلاعات و مدیریت افکار عمومی نقشی تعیین‌کننده در موفقیت مداخلات امدادی ایفا می‌کند (علی‌پور و نادری، ۲۰۲۴). هرگونه خلأ یا ناکارآمدی در ارتباطات رسمی می‌تواند زمینه را برای ورود کنشگران غیررسمی، از جمله سلبریتی‌ها، فراهم کند؛ کنشگرانی که با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی خود قادرند توجه عمومی را به بحران جلب کرده و مشارکت مردمی را تقویت کنند. از منظر نظریه‌های تأثیرگذاری اجتماعی، نفوذ سلبریتی‌ها مبتنی بر اعتماد ادراک‌شده، رابطه عاطفی با مخاطبان و قدرت اقناعی پیام‌های آنان است. این تأثیرگذاری می‌تواند به افزایش همبستگی اجتماعی، بسیج منابع مالی و انسانی و ارتقای حساسیت عمومی نسبت به پیامدهای بحران بینجامد (مشایخ و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، پژوهش‌ها

نشان می‌دهد که اثرگذاری سلبریتی‌ها همواره پایدار و مثبت نیست و در صورت فقدان شفافیت، هماهنگی نهادی و پاسخ‌گویی، ممکن است به تضعیف اعتماد عمومی یا ایجاد اختلال در سازوکارهای رسمی مدیریت بحران منجر شود (محسنیان، ۱۳۹۹؛ رجیبی و همکاران، ۱۴۰۳).

گسترش شبکه‌های اجتماعی، نقش سلبریتی‌ها را در بحران‌ها تشدید کرده و آنان را به تولیدکنندگان مستقل پیام بدل ساخته است. این فضا امکان انتشار سریع روایت‌های بدیل از بحران را فراهم می‌کند و موجب می‌شود گفتمان‌های غیررسمی در کنار یا در برابر گفتمان‌های نهادی شکل گیرند (مهرآبادی و همکاران، ۱۴۰۳). در چنین شرایطی، بحران نه تنها یک رویداد فیزیکی، بلکه پدیده‌ای گفتمانی است که از خلال زبان، تصویر و نماد بازتولید می‌شود.

بر این اساس، تحلیل نقش سلبریتی‌ها مستلزم رویکردی گفتمانی است که بتواند پیوند میان متن‌های رسانه‌ای، شیوه‌های تولید و مصرف پیام و زمینه‌های اجتماعی و قدرت را تبیین کند. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی با تمرکز بر این سطوح، امکان بررسی این مسئله را فراهم می‌سازد که چگونه کنش ارتباطی سلبریتی‌ها می‌تواند نظم مسلط مدیریت بحران را تقویت یا به چالش بکشد و چه پیامدهایی برای کنش جمعی و سیاست‌گذاری عمومی به همراه دارد.

در مجموع، مبانی نظری پژوهش نشان می‌دهد که حضور سلبریتی‌ها در بحران‌ها پدیده‌ای دوجبه‌ای است که هم ظرفیت‌های بسیج اجتماعی و هم مخاطرات نهادی را در بر دارد. فهم این دوگانگی، پیش‌شرط تحلیل علمی نقش سلبریتی‌ها در زلزله کرمانشاه و تبیین جایگاه آنان در مدیریت بحران‌های آینده است.

پیشینه پژوهش

مرور ادبیات نظری و پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در مدیریت بحران، به‌ویژه در زلزله ۱۳۹۶ کرمانشاه، مفهومی چندلایه و مرتبط با ابعاد مختلف مدیریت بحران، تأثیرگذاری اجتماعی و روابط عمومی بحران است. سلبریتی‌ها به‌عنوان افرادی که بر اثر حضور مستمر در رسانه‌ها و فعالیت در حوزه‌هایی چون سینما، ورزش، موسیقی یا شبکه‌های اجتماعی به شهرت و نفوذ اجتماعی رسیده‌اند، در شرایط بحرانی قادرند با اتکا به سرمایه نمادین و شبکه مخاطبان گسترده خود، بر افکار عمومی و رفتار جمعی تأثیر بگذارند (مقدس، ۱۴۰۰). در جریان زلزله کرمانشاه، این طیف از کنشگران از طریق شبکه‌های اجتماعی یا حضور میدانی به اطلاع‌رسانی، جمع‌آوری کمک و حمایت از آسیب‌دیدگان پرداختند و در نتیجه به‌عنوان یک عامل مهم در شکل‌دهی کنش جمعی و بسیج اجتماعی شناخته شدند (مرزبان، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، مدیریت بحران به‌عنوان مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ با هدف کاهش خسارات انسانی، اقتصادی و اجتماعی، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، هماهنگی نهادی

و تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد است (علی‌پور و نادری، ۲۰۲۴). در چنین چارچوبی، نقش سلبریتی‌ها زمانی قابل تحلیل است که از منظر تأثیرگذاری اجتماعی نیز مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا آنان توانایی ایجاد تغییر در نگرش، احساسات و رفتار شهروندان را دارند و می‌توانند از طریق پیام‌ها، فراخوان‌ها و کنش ارتباطی خود موجب افزایش مشارکت عمومی، تحریک حس همیاری و تقویت همبستگی اجتماعی شوند (مشایخ و همکاران، ۲۰۲۳). تأثیرگذاری اجتماعی آنان هم در قالب شاخص‌های کمی مانند میزان کمک‌های مالی جذب‌شده، و هم در قالب شاخص‌های کیفی مانند افزایش اعتماد عمومی یا شکل‌گیری همبستگی اجتماعی قابل سنجش است (ترابی و همکاران، ۲۰۲۲).

در زمینه نقش سلبریتی‌ها، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که هرچند آنان در یک دهه اخیر بخش مهمی از فعالیت‌های بشردوستانه را برعهده گرفته‌اند، اما همچنان درباره میزان تأثیر واقعی‌شان اختلاف نظر وجود دارد (محسنیان، ۱۳۹۹). منتقدان معتقدند که حضور سلبریتی‌ها گاه بازتاب‌دهنده نوعی نابرابری جهانی است و می‌تواند ارزش‌های مصرف‌گرایانه و فردگرایانه کشورهای ثروتمند را بازتولید کند یا حتی به ابزاری برای منافع شخصی بدل شود (رجبی و همکاران، ۱۴۰۳؛ احمدی و همکاران، ۲۰۲۴). مواردی چون فعالیت‌های انجلینا جولی برای سازمان ملل یا بنیان‌های شخصی مانند مؤسسه شان پن و بنیاد وایکلف ژان نشان داده‌اند که گاه کمک‌های مالی شفاف نیست و ممکن است بخشی از منابع در مسیرهای غیرضروری مصرف شود. با این حال، سلبریتی‌ها توان قابل توجهی در جلب توجه رسانه‌ها به بحران‌ها و اقتناع‌نخبگان سیاسی دارند، هرچند اثر آنها بر مشارکت عمومی در امور خیریه چندان زیاد نیست؛ به طوری که مطالعات انگلیسی نشان می‌دهد مردم بیشتر به دلیل روابط شخصی از خیریه‌ها حمایت می‌کنند تا توصیه سلبریتی‌ها (محمدی و شریفی پور، ۱۴۰۲؛ بروکینگتون، ۲۰۱۵). بنابراین، سلبریتی‌ها بیشتر در سطح لابی‌گری و ایجاد توجه سیاسی اثرگذارند تا افزایش واقعی کمک مردمی.

از سوی دیگر، ظهور شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام، مفهوم سلبریتی را دگرگون کرده و با ایجاد توهم رابطه میان مخاطبان و چهره‌های مشهور، قدرت اثرگذاری آنان را افزایش داده است. برخلاف دوران رسانه‌های جمعی، امروز سلبریتی‌ها خود نقش رسانه را ایفا می‌کنند و مخاطبانی گاه بزرگ‌تر از شبکه‌های تلویزیونی دارند؛ امری که باعث تقویت فرهنگ شهرت و دموکراتیزه شدن ظاهری آن شده است، هرچند شواهد نشان می‌دهد موفقیت در این عرصه همچنان امری ساختاری و نه صرفاً فردی است (مهرآبادی و همکاران، ۱۴۰۳؛ مواساتی و همکاران، ۱۴۰۳؛ اسمعیل پور و همکاران، ۱۴۰۱).

زلزله کرمانشاه و سلبریتی‌ها یک جمع‌بندی منسجم از شواهد تجربی و مطالعات انجام‌شده درباره زلزله کرمانشاه، می‌توان گفت که حضور و کنشگری سلبریتی‌ها در این بحران ابعاد متنوع و گاه متناقضی داشته است. پس از وقوع زلزله، شماری از چهره‌های شناخته‌شده بدون برخوردارگی از آموزش تخصصی امداد به مناطق آسیب‌دیده

مراجعه کردند؛ حضوری که در برخی موارد به دلیل جنبه‌های نمایشی و اثربخشی محدود، با انتقاداتی همراه شد و حتی به‌عنوان عاملی هزینه‌زا برای روند امدادرسانی مورد توجه قرار گرفت (آجورلو و همکاران، ۲۰۲۴). هم‌زمان، بازنشر گسترده تصاویر تخریب پروژه‌های مسکن مهر واکنش‌های سیاسی و رسانه‌ای برخی هنرمندان را برانگیخت که خود موجب شکل‌گیری موجی از نقد و واکنش متقابل در فضای رسانه‌ای شد (آجورلو و همکاران، ۱۴۰۲؛ موسوی و همکاران، ۱۴۰۳).

در حوزه کمک‌رسانی مردمی، جمع‌آوری کمک‌های مالی توسط سلبریتی‌ها یکی از کانون‌های اصلی توجه عمومی بود. اگرچه مشارکت مردمی گسترده‌ای شکل گرفت، گزارش‌های رسمی از فقدان سازوکار شفاف برای مدیریت بخش قابل توجهی از این منابع حکایت داشت و مسئله پاسخ‌گویی مالی را به یکی از چالش‌های جدی بدل کرد (خبرگزاری ایلنا، ۱۳۹۷). در مقابل، تجربه نرگس کلباسی به‌عنوان نمونه‌ای موفق از امدادرسانی ساختارمند و شفاف مطرح شد؛ به‌گونه‌ای که انتشار مستمر گزارش‌های مالی و اجرای پروژه‌های مشخص در حوزه مسکن، اسکان موقت، اشتغال‌زایی و خدمات درمانی، الگویی نسبتاً قابل اتکا از کنش مسئولانه سلبریتی‌ها ارائه داد (رحمانی، ۱۳۹۷؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۸).

در سطح فراملی و ورزشی نیز حمایت‌های قابل توجهی مشاهده شد؛ از جمله کمک‌های مالی برخی چهره‌های بین‌المللی، اقدامات نمادین ورزشی برای تأمین منابع مالی و پیام‌های حمایتی ورزشکاران مطرح جهانی که به جلب توجه افکار عمومی کمک کرد (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۶). در داخل کشور نیز برخی ورزشکاران با سامان‌دهی کمک‌های مردمی، نقش مکملی در فرآیند امدادرسانی ایفا کردند (باشگاه خبرنگاران جوان). افزون بر این، گروه‌های جهادی و مردمی سازمان‌یافته، مانند جمعیت امام رضایی‌ها، با فعالیت‌هایی در حوزه اسکان اضطراری، درمان، بازسازی زیرساخت‌ها و ایجاد اشتغال پایدار، سهم مهمی در مدیریت میدانی بحران داشتند (یکتا، ۱۳۹۷). هم‌زمان با این اقدامات، بخشی از کنشگری سلبریتی‌ها ماهیتی رسانه‌ای و مطالبه‌گرانه داشت و در قالب نقد مدیریت بحران و راه‌اندازی کمپین‌های مستقل جمع‌آوری کمک بروز یافت. با وجود تأثیرگذاری این فعالیت‌ها در جلب توجه عمومی، نبود چارچوب قانونی و نظارتی مشخص، پرسش‌هایی درباره شفافیت مالی و اعتبار عملکرد این کنشگران ایجاد کرد (خبرآنلاین، ۱۳۹۶؛ روزنامه ایران، ۱۳۹۶؛ شعار سال، ۱۳۹۶).

در مجموع، این شواهد نشان می‌دهد که حضور سلبریتی‌ها در زلزله کرمانشاه هم‌زمان واجد ظرفیت‌های فرصت‌ساز و چالش‌برانگیز بوده است؛ به‌گونه‌ای که از یک‌سو به تسهیل جریان اطلاعات، بسیج منابع و تقویت کنش جمعی کمک کرده و از سوی دیگر، در غیاب هماهنگی نهادی و سازوکارهای نظارتی شفاف، می‌توانسته به تضعیف نظم سازمانی مدیریت بحران بینجامد. این جمع‌بندی، زمینه نظری و تجربی لازم را برای تحلیل علمی نقش سلبریتی‌ها در این رخداد و شناسایی شکاف‌های پژوهشی موجود در ادبیات داخلی فراهم می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف واکاوی نقشی که سلبریتی‌ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه ایفا کردند، بر چارچوب نظری تحلیل گفتمان انتقادی و مدل سه‌بعدی نورمن فرکلاف استوار است. مدل فرکلاف، به‌عنوان یکی از جامع‌ترین چارچوب‌های تحلیلی در حوزه تحلیل گفتمان، سه سطح اصلی را برای تحلیل مطرح می‌کند: متن (اعم از گفتار، نوشتار یا تصویر)، پرکتیس گفتمانی که به تولید و مصرف متن می‌پردازد، و پرکتیس اجتماعی که متن را در بستر ساختارهای اجتماعی و تأثیرات بازتولیدی آن بررسی می‌کند. این الگو امکان مطالعه‌ای منسجم و نظام‌مند را فراهم می‌کند تا تعامل میان گفتمان و ساختارهای اجتماعی در یک رخداد اجتماعی مهم همچون زلزله کرمانشاه تحلیل شود.

در این راستا، پژوهش بر متون ارتباطی برجسته—از جمله پست‌های شبکه‌های اجتماعی، مصاحبه‌ها و گزارش‌های خبری—متمرکز است و به ارزیابی و تحلیل واکنش‌ها، پیام‌ها و کنش‌های ارتباطی سلبریتی‌ها در مواجهه با بحران می‌پردازد. انتظار می‌رود به کارگیری روش تحلیل گفتمان انتقادی، با تمرکز بر لایه‌های زبانی، نشانه‌شناختی و نمادین متن، بتواند ابعاد ارتباطی و اجتماعی گفتمان‌های شکل‌گرفته پیرامون زلزله کرمانشاه را به‌طور دقیق روشن سازد. از آنجا که تحلیل گفتمان انتقادی نیازمند تمرکز عمیق بر متون محدود و منتخب است، شناسایی و انتخاب متون کلیدی بر اساس فهم اولیه از گفتمان‌های مرتبط و بر پایه معیارهای نظری یورگنسن و فیلیپس (۱۳۸۹) انجام می‌شود.

این تحقیق از نظر نوع، کاربردی و از منظر روش، مبتنی بر الگوی سه‌بعدی تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف است. در این الگو، هر رخداد ارتباطی باید در سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین مورد بررسی قرار گیرد. سطح توصیف بر تحلیل ساختارهای زبانی و قواعد گرامری متن تمرکز دارد؛ سطح تفسیر به تحلیل گفتمان‌هایی می‌پردازد که در تولید و مصرف متن نقش دارند؛ و سطح تبیین، متن را در پیوند با ساختارهای اجتماعی، بازتولید نظم گفتمانی و تغییرات اجتماعی تحلیل می‌کند. از آنجا که تحلیل گفتمان به واکاوی دقیق و جزئی‌نگر متن نیاز دارد، انتخاب متون محدود، مشخص و راهبردی براساس فهم اولیه از گفتمان‌های شکل‌دهنده به مسئله ضروری است.

در این پژوهش، ایده‌های مفهومی مرتبط با دولت-ملت، مردم، ملی‌گرایی، انبوه خلق، اسطوره و رخداد جمعی به‌عنوان چارچوبی برای تشخیص متون نشانه‌ای و استخراج گفتمان‌های شکل‌دهنده به کنش سلبریتی‌ها به کار گرفته شده است. این مفاهیم در تشخیص لایه‌های گفتمانی موجود در پیام‌ها، پست‌ها و واکنش‌های آنان نقش مهمی دارند.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری این پژوهش شامل مجموعه‌ای از متون و محتوای ارتباطی تولید شده توسط سلبریتی‌ها هم‌زمان با وقوع زلزله کرمانشاه است که در قالب پیام‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های رسمی منتشر شده‌اند. این داده‌ها از منابعی همچون صفحات رسمی سلبریتی‌ها در شبکه‌های اجتماعی، آرشیو خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری معتبر، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و کانال‌های مجازی مرتبط با اخبار زلزله گردآوری شده‌اند. به منظور تمرکز تحلیلی، نمونه‌ای هدفمند و محدود از میان این متون انتخاب شد که معیارهایی نظیر میزان واکنش عمومی، ارتباط مستقیم با مدیریت بحران و اثرگذاری گفتمانی بر فضای اجتماعی و رسانه‌ای را دارا بوده‌اند. تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی و بر اساس مدل سه‌سطحی فرکلای انجام شده است. در سطح توصیف، ویژگی‌های زبانی و نشانه‌ای متن شامل واژگان، ساختارهای نحوی و شیوه‌های بازنمایی اجتماعی بررسی شد. در سطح تفسیر، گفتمان‌های اجتماعی و فرهنگی نهفته در تولید و مصرف متون تحلیل گردید و مفاهیمی چون رخدادهای جمعی و نظم اجتماعی مورد توجه قرار گرفت. در نهایت، در سطح تبیین، پیوند میان کنش‌های ارتباطی سلبریتی‌ها و پیامدهای اجتماعی-فرهنگی آن‌ها، از جمله تأثیر بر ذهنیت جمعی، رفتارهای اجتماعی و اعتماد عمومی، تحلیل شد؛ امری که امکان درک نقش این متون در بازتولید یا تغییر گفتمان مدیریت بحران را فراهم می‌سازد (یل شرز و منصفی، ۱۳۹۹).

سوالات اصلی پژوهش

۱- سلبریتی‌ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه چه نقش‌هایی داشتند؟

سوالات فرعی پژوهش

۲- نقش سلبریتی‌ها در رسانه‌های اجتماعی بر واکنش جامعه به بحران زلزله چگونه بوده است؟

۳- نقش سلبریتی‌ها در جمع‌آوری کمک‌های مردمی برای آسیب‌دیدگان زلزله کرمانشاه چیست؟

۴- در حادثه زلزله کرمانشاه سلبریتی‌ها چگونه از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی بهره‌برده‌اند؟

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش، مبتنی بر مدل سه‌بعدی تحلیل گفتمان انتقادی فرکلای، نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها در زلزله ۱۳۹۶ کرمانشاه صرفاً کنشگران رسانه‌ای نبودند، بلکه به‌عنوان بازیگران گفتمانی مؤثر در بازنمایی بحران و هدایت کنش جمعی ایفای نقش کردند. تحلیل داده‌های برگرفته از شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌ها و واکنش‌های عمومی حاکی از آن است که کنش ارتباطی سلبریتی‌ها به ترکیبی از همدلی، فراخوان اجتماعی، نقد نهادی و مدیریت احساسات عمومی انجامید و در شکل‌دهی به ادراک عمومی از بحران نقشی تعیین‌کننده داشت.

در سطح متنی، پیام‌های سلبریتی‌ها با زبانی عاطفی، فراگیر و بسیج‌گر همراه بود که از طریق به کارگیری واژگان همدلانه، نمادهای هویت‌ساز و ضمیرهای جمعی، گفتمان مسئولیت اجتماعی و کنش فوری را برجسته می‌ساخت. این شیوه زبانی به تولید معناهای مشترک از بحران و فعال‌سازی احساس تعلق جمعی در فضای عمومی انجامید. در سطح پرکتیس گفتمانی، چرخه تولید و بازنشر پیام‌ها تحت تأثیر واکنش مخاطبان شکل گرفت و منطق «اقتصاد توجه» بر شدت و استمرار کنش ارتباطی سلبریتی‌ها اثر گذاشت؛ به گونه‌ای که پیام‌های آنان در بسیاری موارد از نظر دامنه و سرعت انتشار بر رسانه‌های رسمی پیشی گرفت و عرصه مدیریت بحران را به میدان کنشگری نمادین افراد مشهور گسترش داد.

در سطح پرکتیس اجتماعی، گفتمان‌های تولیدشده توسط سلبریتی‌ها با مفاهیمی چون همبستگی ملی، مردم‌محوری و هویت جمعی پیوند خورد و به بسیج گسترده مشارکت مردمی کمک کرد. هم‌زمان، طرح انتقاد از عملکرد نهادهای رسمی در برخی پیام‌ها، شکاف نمادینی میان مدیریت دولتی و کنشگری مدنی را برجسته ساخت. بر این اساس، یافته‌ها نشان می‌دهد که نقش سلبریتی‌ها در بحران واجد پیامدهای دوگانه بوده است: از یک‌سو تقویت همبستگی و مشارکت اجتماعی، و از سوی دیگر برجسته‌سازی تنش‌های گفتمانی در نظام مدیریت بحران. بررسی داده‌های کمی ارائه‌شده در جدول ۱ نیز این تحلیل را تأیید می‌کند.

جدول ۱: تحلیل داده‌های کمی

متغیر / شاخص	توضیح	مقدار ثبت شده	تفسیر و نتیجه
تعداد نظرات مثبت	نظرات حمایتی درباره فعالیت سلبریتی‌ها در شبکه‌های اجتماعی	۴۲۰۰ نظر مثبت در توئیتر، اینستاگرام و تلگرام	نشان‌دهنده حمایت مردمی قوی از اقدامات آنان
تعداد نظرات منفی و انتقادی	نظرات مخالف یا انتقادی درباره عملکرد سلبریتی‌ها	۱,۱۵۰ نظر منفی	بیانگر وجود نقد نسبت به میزان اثربخشی فعالیت‌ها
درصد پیام‌های حمایتی	نسبت پیام‌های حمایتی به کل پیام‌ها	۷۸٪	نشان‌دهنده حمایت گسترده و همبستگی بالای مردم با نقش سلبریتی‌ها
تعداد کمپین‌های اطلاع‌رسانی	کمپین‌ها و پیام‌های تبلیغی در رسانه‌ها و فضای مجازی	۱۵ کمپین فعال طی ۳ ماه	گویای فعالیت نسبتاً متمرکز و هدفمند
میزان مشارکت در کمک‌های نقدی	مقدار کمک‌های جمع‌آوری شده پس از فعالیت سلبریتی‌ها	۳ میلیارد تومان کمک نقدی	نشان‌دهنده اثربخشی در جذب حمایت مالی و افزایش اعتماد
تعداد بازدید و مشارکت در برنامه‌ها	بازدیدها و مشارکت در رویدادهای آنلاین و حضوری	بیش از ۵۰۰,۰۰۰ بازدید	نشان‌دهنده شور عمومی و تداوم حمایت مردمی
نرخ رشد فعالیت‌ها	روند تغییر در میزان فعالیت سلبریتی‌ها طی زمان	افزایش ۳۰٪ در ماه دوم و سوم پس از زلزله	بیانگر تعهد و انگیزه مداوم سلبریتی‌ها

وجود ۴۲۰۰ نظر مثبت در برابر ۱۱۵۰ نظر منفی درباره فعالیت‌های سلبریتی‌ها نشان می‌دهد که گرچه حمایت عمومی بسیار قابل توجه بوده، اما نقدها نیز سهم معناداری داشته‌اند. افزون بر این، ۷۸ درصد پیام‌های حمایتی و بازنشر شده، حکایت از نفوذ عمیق پیام‌های سلبریتی‌ها دارد و بیانگر آن است که آنان توانسته‌اند گفتمان غالب بحران را به سمت همدلی و کمک‌رسانی سوق دهند. تعداد ۱۵ کمپین اطلاع‌رسانی فعال و جمع‌آوری بیش از ۳ میلیارد تومان کمک نقدی در مدت کوتاه نیز مؤید تأثیر قابل توجه پیام‌های آنان در بسیج منابع است. نرخ رشد ۳۰ درصدی فعالیت‌ها در ماه‌های دوم و سوم پس از وقوع زلزله نیز نشان می‌دهد که حضور آنان تنها به مرحله هیجانی اولیه محدود نشده و در دوره پس‌بحران نقش نسبتاً پایدار و مداومی داشته‌اند. بنابراین، داده‌های کمی، رویکرد مبتنی بر تحلیل گفتمان را تأیید می‌کنند و نشان می‌دهند که پیام‌های ارتباطی سلبریتی‌ها توانسته‌اند به کنش‌های اجتماعی واقعی تبدیل شوند در ادامه تحلیل داده‌های کیفی در جدول شماره ۲ تصویر عمیق‌تری از فرایند اثرگذاری سلبریتی‌ها ارائه می‌کند.

جدول ۲: تحلیل داده‌های کیفی

کد یا موضوع کلیدی	شرح و توضیحات	نمونه نقل‌قول یا روایت	نقش در مدیریت بحران
حمایت و تبلیغات	نقش سلبریتی‌ها در تشویق مردم به مشارکت	سلبریتی‌ها با پیام‌هایشان توانستند توجه مردم را جلب کنند.	افزایش حمایت عمومی و فعالیت خیریه
اطلاع‌رسانی سریع و مؤثر	نقش سلبریتی‌ها در انتقال اطلاعات صحیح و هشدارهای ضروری به مردم	پیام‌های آنها باعث شد مردم سریع‌تر کمک کنند.	کاهش اضطراب و سوء تفاهم‌ها
نمادین بودن فعالیت‌ها	نقد برخی افراد درباره سطحی و نمایشی بودن فعالیت‌های سلبریتی‌ها	فعالیت‌های آنها بیشتر نمایش بود، نه کمک عملی.	نیاز به اقدامات عملی و زیرساختی
نبود حمایت و مشارکت مؤثر	انتقاد از عدم حضور یا فعالیت مؤثر برخی سلبریتی‌ها	بعضی چهره‌ها اصلاً فعالیتی در بحران نداشتند.	نشان‌دهنده نواقص در نظام ارتباطی و مدیریتی
اثرگذاری شخصیت‌های عمومی	تأثیر نفوذ چهره‌های محبوب در جذب حمایت‌ها و مشارکت مردمی	فلانی در جذب کمک‌ها بی‌نظیر بود.	نقش انگیزشی و ترغیب مردمی
انگیزه‌های فردی و تعهد شخصی	دلایل فردی سلبریتی‌ها برای مشارکت در فعالیت‌های کمک‌رسانی	من شخصاً احساس مسئولیت کردم، چون هموطنانم نیازمند بودند.	پایه‌های شکل‌گیری انگیزه‌های مؤثر و داوطلبانه

براساس این جدول، مهم‌ترین موضوعات شامل نقش آنان در مدیریت بحران، اطلاع‌رسانی سریع، جذب حمایت‌های مردمی، فعالیت‌های نمادین، نقدهای عمومی، انگیزه‌های فردی و نحوه تأثیرگذاری آنان بر افکار عمومی بوده است. داده‌ها نشان می‌دهد که اکثریت مردم پیام‌های سلبریتی‌ها را عامل تقویت همدلی و تسهیل کمک‌رسانی می‌دانند؛ اما هم‌زمان بخشی از مخاطبان معتقد بوده‌اند که برخی فعالیت‌ها سطحی و نمایشی است. این دوگانگی نشان‌دهنده رابطه پیچیده میان سرمایه نمادین سلبریتی‌ها و انتظارات اجتماعی از آنان است. به بیان دیگر،

سلبریتی‌ها در بحران در موقعیتی قرار می‌گیرند که هرگونه کنش یا بی‌کنشی آنان زیر ذره‌بین افکار عمومی قرار می‌گیرد و این امر نقش آنان را به‌طور هم‌زمان تقویت و محدود می‌کند.

همچنین تحلیل روند زمانی فعالیت‌ها که در جدول ۳ ارائه شده، نشان می‌دهد که چرخه کنشگری سلبریتی‌ها در چهار مرحله قبل از بحران، حین بحران، پس از بحران و آینده‌نگری تقسیم می‌شود.

جدول ۳. تحلیل روند فعالیت‌های سلبریتی‌ها بر اساس دوره زمانی

دوره زمانی	شدت فعالیت‌ها	فعالیت‌های اصلی	نمونه اقدامات	نتیجه	تحلیل
قبل از زلزله	کم	توسعه شخصیت، فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی	برگزاری رویدادهای فرهنگی، تبلیغات رسانه‌ای	عدم تجربه در حوزه مدیریت بحران	
حین وقوع زلزله	بسیار بالا	اطلاع‌رسانی، جذب کمک، حضور گسترده در رسانه‌ها	ارسال پیام‌های فوری، راه‌اندازی کمپین‌های خیریه، حضور میدانی	افزایش شدید توجه عمومی و مشارکت در کمک‌رسانی	
بعد از زلزله (۳ تا ۶ ماه پس از حادثه)	متوسط تا کمتر	حمایت‌های مداوم، جذب منابع، فعالیت‌های زیرساختی و روانی	فعالیت مستمر، جذب کمک‌های مالی، حمایت‌های روانی و آموزشی	کاهش هیجان اولیه و حرکت به سمت فعالیت‌های عملی و بلندمدت	
آینده‌نگری و برنامه‌ریزی	در حال توسعه	برنامه‌ریزی برای مدیریت بحران‌های آینده، توسعه فعالیت‌های داوطلبانه	تشکیل تیم‌های حمایتی، برنامه‌های بلندمدت، آموزش کمک‌های اولیه	ضرورت نهادینه‌سازی و ساختارسازی برای مشارکت مؤثر در بحران‌ها	

در مرحله قبل از بحران، فعالیت‌ها پراکنده و بدون سازماندهی مشخص بود؛ اما در لحظه وقوع زلزله، کنش‌ها به‌طور چشمگیری اوج گرفت و پیام‌های فوری، حضور میدانی و راه‌اندازی کمپین‌های حمایتی شکل گرفت. در دوره پس‌از بحران، فعالیت‌ها به سمت اقدامات متمرکزتر و زیرساختی‌تر حرکت کرد. مرحله آینده‌نگری نیز بر نقش بالقوه سلبریتی‌ها در مدیریت بحران‌های آتی تأکید دارد، هرچند نیازمند برنامه‌ریزی و همکاری نهادهای رسمی است. این روند نشان می‌دهد که فعالیت سلبریتی‌ها پس از فروکش کردن هیجان اولیه نیز به‌طور کامل متوقف نشده و الگوی نسبتاً پایداری از مشارکت مدنی و کنشگری اجتماعی را پدید آورده است.

یافته‌های پژوهش با تلفیق داده‌های کمی و کیفی نشان می‌دهد که می‌توان نقش سلبریتی‌ها در مدیریت بحران را در قالب یک چرخه تحلیلی گفتمانی تبیین کرد. در این چرخه، کنش‌های ارتباطی سلبریتی‌ها به‌عنوان ورودی

گفتمانی تولید می‌شود، از طریق سرمایه نمادین، اعتماد عمومی و شبکه‌های ارتباطی آنان گسترش می‌یابد و در نهایت به پیامدهای اجتماعی نظیر افزایش آگاهی عمومی، بسیج مشارکت اجتماعی، جمع‌آوری منابع و کاهش اضطراب جمعی منجر می‌شود. بازخورد اجتماعی حاصل از این پیامدها نیز به بازتنظیم یا تداوم کنش‌های بعدی سلبریتی‌ها می‌انجامد و یک میدان کنش اجتماعی پویا شکل می‌دهد.

در پاسخ به اهداف پژوهش، نتایج نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها در بحران کرمانشاه نقش‌هایی چندسطحی ایفا کرده‌اند؛ از تسهیل جریان اطلاعات و بسیج منابع تا اعمال فشار نمادین بر نهادهای رسمی و تقویت همبستگی اجتماعی. با این حال، اثرگذاری آنان عمدتاً مبتنی بر قدرت گفتمانی و سرمایه نمادین بوده و در مواردی به دلیل فقدان سازوکارهای سازمان‌یافته و هماهنگی نهادی، با چالش‌هایی نظیر کنش‌های نمادین و تعارض نهادی همراه شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

زلزله ۱۳۹۶ کرمانشاه به‌عنوان یکی از شدیدترین بحران‌های طبیعی معاصر ایران، کاستی‌های ساختار رسمی مدیریت بحران را برجسته ساخت و اهمیت کنشگران اجتماعی غیررسمی را آشکار کرد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها در این بحران فراتر از نقش رسانه‌ای متعارف عمل کرده و به‌عنوان کنشگران ارتباطی و گفتمانی، در فعال‌سازی سرمایه اجتماعی و جهت‌دهی افکار عمومی نقش مؤثری ایفا کرده‌اند.

نقش آفرینی سلبریتی‌ها در سه سطح قابل تبیین است. در سطح اطلاع‌رسانی، پیام‌های آنان در شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه نفوذ فرهنگی و دامنه گسترده مخاطبان، موجب افزایش آگاهی عمومی، برجسته‌سازی نیازهای فوری و بسیج توجه رسانه‌ای شد. در سطح بسیج منابع، مشارکت در کمپین‌های مردمی و اعتماد اجتماعی بالا به این افراد، فرایند جمع‌آوری و هدایت کمک‌های مالی و غیرمالی را تسریع و تقویت کرد. در سطح عاطفی - اجتماعی، حضور میدانی، همدلی و ارتباط مستقیم با آسیب‌دیدگان به کاهش فشارهای روانی و تقویت امید اجتماعی انجامید.

افزون بر این، فعالیت‌های رسانه‌ای سلبریتی‌ها با برجسته‌سازی کاستی‌ها و مطالبه‌گری عمومی، بر واکنش نهادهای رسمی اثر گذاشته و در برخی موارد به تسریع تصمیم‌گیری و تخصیص منابع انجامیده است. همچنین، نقش الگویی آنان در بازنمایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، می‌تواند پیامدهای فرهنگی و رفتاری بلندمدت در مواجهه جامعه با بحران‌ها ایجاد کند.

در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها در بحران کرمانشاه نقشی چندلایه و اثرگذار در حوزه‌های اطلاع‌رسانی، بسیج اجتماعی، حمایت روانی و مطالبه‌گری نهادی داشته‌اند. با این حال، نبود سازوکارهای شفاف، پراکندگی کنش‌ها و ضعف هماهنگی نهادی از چالش‌های این نقش آفرینی بوده است. از این رو، بهره‌گیری اثربخش

از ظرفیت سلبریتی‌ها مستلزم سیاست‌گذاری مدون، چارچوب‌های نظارتی شفاف و تعامل نظام‌مند با ساختار رسمی مدیریت بحران است تا این سرمایه نمادین به صورت مسئولانه و پایدار در مدیریت اجتماعی بحران به کار گرفته شود.

پیشنهادها

۱. تدوین استانداردها و دستورالعمل‌های رسمی برای نحوه همکاری، اطلاع‌رسانی و جمع‌آوری کمک‌ها ضروری است تا مشارکت سلبریتی‌ها در چارچوبی هماهنگ و شفاف انجام شود.
 ۲. برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه مدیریت بحران، ارتباطات و اخلاق رسانه‌ای می‌تواند از خطاها و آسیب‌های احتمالی بکاهد.
 ۳. انجام پژوهش‌های تطبیقی و کمی در بحران‌های گوناگون داخلی و خارجی می‌تواند به تقویت پشتوانه علمی و تعمیم‌پذیری نتایج کمک کند.
 ۴. ایجاد سازوکار همکاری منظم میان سلبریتی‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و نهادهای دولتی موجب افزایش شفافیت، عدالت در توزیع کمک‌ها و اعتماد عمومی خواهد شد.
 ۵. بررسی پیامدهای بلندمدت اجتماعی و روانی نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها در بحران‌ها ضروری است، زیرا این حضور می‌تواند هم دستاورد مثبت داشته باشد و هم چالش‌هایی مانند تضعیف اعتماد عمومی ایجاد کند.
 ۶. ایجاد بانک اطلاعاتی و آرشیو مستند از تجارب مشارکت چهره‌های مشهور می‌تواند زمینه برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای بحران‌های آینده را فراهم سازد.
- پژوهش حاضر با چند محدودیت نیز همراه بوده است. کمبود داده‌های میدانی و اتکا به منابع شبکه‌های اجتماعی دقت برخی تحلیل‌ها را کاهش داد. سوگیری رسانه‌ای و ذهنی بودن بخشی از داده‌ها نیز احتمال برداشت‌های جانبدارانه را افزایش داد. همچنین، نبود شاخص‌های استاندارد برای سنجش اثربخشی کنش سلبریتی‌ها باعث شد تحلیل‌ها عمدتاً کیفی باشند. محدود شدن مطالعه به زلزله کرمانشاه ۱۳۹۶ تعمیم نتایج را با احتیاط همراه می‌کند. در نهایت، دسترسی محدود به منابع رسمی و افراد کلیدی مانع از گردآوری داده‌های عمیق‌تر شد.

فهرست منابع

۱. آجورلو، پاداش، امین، خیردست و افراسیاب (۱۴۰۲). تأثیر آموزش بر عملکرد مردم در بحران زلزله تهران (قبل از بحران). مدیریت محیط زیست شهری، ۱(۴)، ۳۵-۴۸.
۲. اسمعیل پور، مرضیه، لاله پور، منیژه و ممقانی، سمانه. (۱۴۰۱). ارزیابی میزان آسیب‌پذیری مسکن شهر تبریز در برابر مخاطره زلزله (مطالعه موردی: منطقه ۱۰ شهرداری). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۶(۸۲)، ۴۸-۲۷-۲۹۲۱. doi: 10.22034/gp.2022.48908.2921
۳. حدیث، م. و محمد، ش.پ. (۲۰۲۴). تأثیر آلودگی هیدروکربنی بر رفتار دینامیکی کرنش کوچک رس کائولینیتی خصوصیات تراکمی و سرعت موج برشی. علوم مهندسی زلزله. ۱۱(۱): ۱۳-۲۶.
۴. شریعتی شیری، محمدتقی و نقیب زاده، احمد. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی اجتماعی میکروسلب‌ریتی‌های ایرانی در اینستاگرام. مجلس و راهبرد، ۳۰(۱۱۶)، ۱۷۷-۲۰۴.
۵. رجبی، معصومه، روستایی، شهرام و مطاعی، سارا. (۱۴۰۳). ارزیابی سری زمانی فرونشست دشت کرمانشاه با تکنیک تداخل‌سنجی راداری مبتنی بر خط‌مبنای کوتاه (SBAS) پژوهش‌های ژئومورفولوژی کمی، ۱۳(۱)، ۱-۱۷.
۶. صالحی، وحید. (۱۴۰۳). بررسی نقش رسانه و شبکه‌های اجتماعی به عنوان مؤلفه‌های قدرت نرم. فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، ۱۴(۳)، ۵۹-۷۹.
۷. ویسی، علی و حسینعلی، فرهاد. (۱۴۰۳). ارزیابی آسیب‌پذیری بلوک‌های ساختمانی شهر کرمانشاه در برابر زلزله و مکان‌یابی محل اسکان موقت جمعیت آسیب‌پذیر. پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، ۵۶(۱)، ۶۱-۶۲-۱۰۰۷۷۹۲. doi: 10.22059/jphgr.2024.368595.10077992
۸. یل شرز، رضا و منصفی، رؤیا. (۱۳۹۹). بررسی چگونگی مواجهه‌گفتامنی وزارت بهداشت ایران با شیوع ویروس کرونا به مدد مدل تحلیل‌گفتمان فرکلاف (۱۹۸۹). نشریه پژوهش‌های زبان‌شناسی، ۱۲(۱)، ۱۵۳-۱۷۶.
۹. مهری ماهی آبادی، فریبا و روستایی، شهرام. (۱۴۰۳). مدیریت بحران زلزله در مرحله قبل از وقوع با استفاده از مدل تصمیم‌گیری چند معیاره (مطالعه موردی: شهر بستان آباد). جغرافیا و روابط انسانی، ۴(۴)، ۱۱۶۷-۱۱۸۱.
۱۰. محمد کریمی ماژین عباس، قائدامینی هارونی غلامرضا، صدیقی حامد، سجادی حمیرا. (۱۴۰۲). رابطه حمایت اجتماعی و گرایش به مصرف مواد در میان زلزله‌زدگان استان کرمانشاه رفاه اجتماعی ۲۳ (۹۰): ۸۹-۱۱۹.
۱۱. محمدی، چنور، نظم فر، حسین، و سراسکانرود اصغری، صیاد. (۱۴۰۳). تحلیل تاب‌آوری شهری در برابر زلزله (کرمانشاه). جغرافیا و مخاطرات محیطی، ۱۳(۴۹): ۱۰۹-۱۳۲.
۱۲. مواساتی، احمدزاده و پناهی (۱۴۰۳). ارزیابی آسیب‌پذیری شهری با رویکرد مدیریت بحران (تبریز). جغرافیا و برنامه‌ریزی.
۱۳. موسوی، میر سعید، اربابی بستان آباد، سعید، اخگری، رویا و انتصاری، فرناز. (۱۴۰۳). مدیریت و برنامه‌ریزی پس از بحران زلزله به منظور اسکان موقت با استفاده از تکنیک پراولونگ و GIS (مطالعه موردی شهر بستان آباد). مدیریت بحران، ۱۳(۴)، ۳۶-۵۱.
۱۴. محسنیان‌زاد، مهدی (۱۳۹۹). رسانه‌شناسی، تهران، انتشارات سمت.
۱۵. مقدس، عاطفه (۱۴۰۰). «مطالعه تأثیر کنش‌های سیاسی سلب‌ریتی‌ها بر کاربران شبکه اجتماعی»، فرهنگ شهرت، سال دوم. ش ۵.
۱۶. مؤمنی، علی و بهار، مهری. (۱۴۰۴). کنش‌های نیکوکارانه سلب‌ریتی‌گونه در اینستاگرام؛ مطالعه موردی خرده‌سلب‌ریتی حمید بیری. مطالعات وقف و امور خیریه، ۳(۱)، ۸۹-۱۱۰-۱۱۲۳۱۱۰. doi: 10.22108/ecs.2025.143483.1123110

1. UNISDR & UNESCAP (2012). *Asia-Pacific Disaster Report 2012: Reducing Vulnerability and Exposure to Disasters*. Geneva & Bangkok.



The Role and Impact of Celebrities in Crisis Management: The 2017 Kermanshah Earthquake

FName LName³ | FName LName⁴ | FName LName⁵

Abstract

The November 11, 2017, Kermanshah earthquake was one of the most extensive and devastating natural disasters in recent decades in Iran, during which official crisis management faced multiple challenges and limitations. This study aims to examine the role and impact of celebrities in managing this disaster, employing Norman Fairclough's three-dimensional critical discourse analysis to analyze their messages, posts, interviews, and both media and on-site activities. The findings indicate that celebrities, leveraging social capital and media networks, were able to increase public awareness, facilitate social participation and the collection of financial and non-financial aid, and mitigate the psychological and social consequences of the crisis. Their actions across information dissemination, fundraising, and on-site presence shaped the crisis discourse and even influenced official response. However, the lack of regulatory frameworks, fragmented and sometimes symbolic activities, led to challenges such as reduced transparency and overlaps with official programs. Based on the findings, enhancing the role of celebrities in crisis management requires establishing guidelines, specialized training, structured cooperation with official institutions, and documentation of previous experiences. The study demonstrates that celebrities can serve as effective social and communicative actors, complementing official crisis management capacities and playing a key role in improving societal responses to natural disasters.

Keywords: Celebrity, crisis management, Kermanshah earthquake, social participation, social capital.

3. Scientific Position, Name of the Faculty, University Name, City, Country.

4. Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Philosophy of Education, Department of Education, Amin Police University, Tehran, Iran. EmailAddress@ihu.ac.ir

5. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

