



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

Hojjatollah Moradi ¹ | Mohammad Godini ²

1. Associate Professor, Imam Hussein (AS) University, Tehran, Iran
2. Corresponding author: Master of Science in Crisis Management, Tehran, Iran m.gaodini.com

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.

Volume info

Vol. 18
Spring 2026
P.P: 11-21

Article Type

Research Paper

Article History

Received:

2025-02-07

Revised:

2025-05-11

Accepted:

2025-05-12

Published:

2025-05-12

ISSN – E-ISSN

ISSN: 3115-7947
E-ISSN: 3115-7521



Cite this article: Godini, Mohammad. (1405). The role and impact of celebrities in the management of the 2017 Kermanshah earthquake crisis. *Social Crisis Management*, 18(1), 11-30.

DOR: 20.1001.1.31157947.1404.17.4.1.4



Publisher: Imam Hossein University.

© The Author(s).



نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه

حجت اله مرادی^۱ | محمد گودینی^۲

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

۲. نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت بحران، تهران، ایران m.gaodini.com

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

سال و شماره

سال ۱۸

پهار ۱۴۰۵

صص: ۲۱-۱۱

نوع مقاله

مقاله پژوهشی

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۲۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۳/۰۱

شاپا چاپی و الکترونیکی

شاپا چاپی: ۷۹۴۷-۳۱۱۵

الکترونیکی: ۷۵۲۱-۳۱۱۵



استناد: گودینی، محمد. (۱۴۰۵). نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه. مدیریت

بحران‌های اجتماعی، ۱۸(۱)، ۱۱-۳۰.

[DOR: 20.1001.1.31157947.1404.17.4.1.4](https://doi.org/10.1001.1.31157947.1404.17.4.1.4)

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه جام امام حسین(ع).



مقدمه

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 بلاای 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 فرصت آفرین 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 کشورهایمانند 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 مهم ترین و پرتلفات ترین بحران های طبیعی دهه های اخیر ایران، ترکیب گستردگی خسارات، ضعف زیرساختی و پراکندگی جغرافیایی حادثه، مدیریت بحران را با پیچیدگی های کم سابقه ای مواجه ساخت. در این میان، حضور و نقش آفرینی سلبریتی ها— به عنوان طیفی از هنرپیشه ها، ورزشکاران و چهره های اجتماعی با نفوذ رسانه ای بالا به عنوان پدیده ای نوظهور در مدیریت بحران، صحنه امدادرسانی را دگرگون کرد. این گروه با تکیه بر سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و قدرت شبکه های اجتماعی، توانستند در زمانی کوتاه حجم بی سابقه ای از کمک های نقدی و غیرنقدی جذب کرده و صدای آسیب دیدگان را به سطوح ملی و بین المللی منتقل کنند. تجربه کرمانشاه، نمونه ای کم نظیر از هم افزایی سرمایه اجتماعی غیررسمی با سازوکارهای رسمی مدیریت بحران بود که از یک سو ظرفیت های جدیدی خلق کرد و از سوی دیگر، پرسش ها و چالش هایی جدی را پیش روی پژوهشگران نهاد (مومنی و میری، ۱۴۰۴).

با وجود ظرفیت های قابل توجه، نقش سلبریتی ها در مدیریت بحران کرمانشاه تنها محدود به جنبه های مثبت نبود؛ بلکه خلأهای نظارتی، نبود چارچوب های قانونی و نگرانی از تداخل فعالیت ها با برنامه های نهادهای رسمی، زمینه ساز چالش های ساختاری شد. برخی پژوهشگران هشدار داده اند که مشارکت غیرسازمان یافته و فاقد شفافیت می تواند به تضعیف اعتماد عمومی نسبت به نهادهای رسمی، شکل گیری شایعات، بروز ابهام در نحوه هزینه کرد کمک ها و حتی کاهش کارآمدی اقدامات دولتی بیانجامد. از طرفی، تغییر الگوهای اطلاع رسانی و بسیج اجتماعی و ایفای نقش پیام رسانی توسط سلبریتی ها، اگرچه فاصله میان مردم و نهادهای رسمی را کاهش داد، اما نبود پاسخگویی و شفافیت نهادی می توانست همین سرمایه اجتماعی را تهدید کند. بنابراین، حضور سلبریتی ها در حوزه ای که ماهیتاً نیازمند هماهنگی نهادی، پاسخگویی و انسجام مدیریتی است، ضرورت ارزیابی عمیق و علمی این نقش را بیش از پیش آشکار می سازد.

در این چارچوب، انجام پژوهش حاضر از منظر غنای علمی، توسعه دانش بومی و ضرورت های سیاست گذاری اهمیت ویژه ای دارد. این مطالعه می تواند 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 چهره های عمومی تبیین کند. همچنین، یافته های آن می تواند به تدوین دستورالعمل ها و چارچوب های قانونی برای مدیریت بهینه ظرفیت های

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

می تواند به شکل دهی نگرش ها، تحریک احساسات جمعی و هدایت رفتارهای اجتماعی منجر شود (مقدس، ۱۴۰۰). این ظرفیت به ویژه در بحران هایی نظیر بلایای طبیعی، امکان ایفای نقش مکمل یا موازی با نهادهای رسمی مدیریت بحران را برای سلبریتی ها فراهم می سازد.

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 تعیین کننده در موفقیت مداخلات امدادی ایفا می کند (علی پور و نادری، ۲۰۲۴). هرگونه خلأ یا ناکارآمدی در ارتباطات رسمی می تواند زمینه را برای ورود کنشگران غیررسمی، از جمله سلبریتی ها، فراهم کند؛ کنشگرانی که با بهره گیری از سرمایه اجتماعی خود قادرند توجه عمومی را به بحران جلب کرده و مشارکت مردمی را تقویت کنند.

از منظر نظریه های تأثیرگذاری اجتماعی، نفوذ سلبریتی ها مبتنی بر اعتماد ادراک شده، رابطه عاطفی با مخاطبان و قدرت اقناعی پیام های آنان است. این تأثیرگذاری می تواند 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، پژوهش ها نشان می دهد که اثرگذاری سلبریتی ها همواره پایدار و مثبت نیست و در صورت فقدان شفافیت، هماهنگی نهادی و پاسخ گویی، ممکن است به تضعیف اعتماد عمومی یا ایجاد اختلال در سازوکارهای رسمی مدیریت بحران منجر شود (محسنیان، ۱۳۹۹؛ رجبی و همکاران، ۱۴۰۳).

گسترش شبکه های اجتماعی، نقش سلبریتی ها را در بحران ها تشدید کرده و آنان را به تولید کنندگان مستقل پیام بدل ساخته است. این فضا امکان انتشار سریع روایت های بدیل از بحران را فراهم می کند و موجب می شود گفتمان های غیررسمی در کنار یا در برابر گفتمان های نهادی شکل گیرند (مهرآبادی و همکاران، ۱۴۰۳). در چنین شرایطی، بحران نه تنها یک رویداد فیزیکی، بلکه پدیده ای گفتمانی است که از خلال زبان، تصویر و نماد باز تولید می شود.

بر این اساس، تحلیل نقش سلبریتی ها مستلزم رویکردی گفتمانی است که بتواند پیوند میان متن های رسانه ای، شیوه های تولید و مصرف پیام و زمینه های اجتماعی و قدرت را تبیین کند. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی با تمرکز بر این سطوح، امکان بررسی این مسئله را فراهم می سازد

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 دوجبهی 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

کمک های مالی جذب شده، و هم در قالب شاخص های کیفی مانند افزایش اعتماد عمومی یا شکل گیری همبستگی اجتماعی قابل سنجش است (ترابی و همکاران، ۲۰۲۲).

در زمینه نقش سلبریتی ها، پژوهش ها نشان می دهد که هرچند آنان در یک دهه اخیر بخش مهمی از فعالیت های بشردوستانه را برعهده گرفته اند، اما همچنان درباره میزان تأثیر واقعی شان اختلاف نظر وجود دارد (محسنیان، ۱۳۹۹). منتقدان معتقدند که حضور سلبریتی ها گاه بازتاب دهنده نوعی نابرابری جهانی است و می تواند ارزش های مصرف گرایانه 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 فعالیت های انجیلنا جولی برای سازمان ملل یا بنیان های شخصی مانند مؤسسه شان پن و بنیاد وایکلف ژان نشان داده اند که گاه کمک های مالی شفاف نیست و ممکن است بخشی از منابع در مسیرهای غیرضروری مصرف شود. با این حال، سلبریتی ها توان قابل توجهی در جلب توجه رسانه ها به بحران ها و اقناع نخبگان سیاسی دارند، هرچند اثر آنها بر مشارکت عمومی در امور خیریه چندان زیاد نیست؛ به طوری که مطالعات انگلیسی نشان می دهد مردم بیشتر به دلیل روابط شخصی از خیریه ها حمایت می کنند تا توصیه سلبریتی ها (محمدی و شریفی پور، ۱۴۰۲؛ بروکینگتون، ۲۰۱۵). بنابراین، سلبریتی ها بیشتر در سطح لابی گری و ایجاد توجه سیاسی اثر گذارند تا افزایش واقعی کمک مردمی.

از سوی دیگر، ظهور شبکه های اجتماعی به ویژه اینستاگرام، مفهوم سلبریتی را دگرگون کرده و با ایجاد توهم رابطه میان مخاطبان و چهره های مشهور، قدرت اثر گذاری آنان را افزایش داده است. برخلاف دوران رسانه های جمعی، امروز سلبریتی ها خود نقش رسانه را ایفا می کنند و مخاطبانی گاه بزرگ تر از شبکه های تلویزیونی دارند؛ امری که باعث تقویت فرهنگ شهرت و دموکراتیزه شدن ظاهری آن شده است، هرچند شواهد نشان می دهد 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 سلبریتی ها یک جمع بندی منسجم از شواهد تجربی و مطالعات انجام شده درباره زلزله کرمانشاه، می توان گفت که حضور و کنشگری سلبریتی ها در این بحران ابعاد متنوع و گاه متناقضی داشته است. پس از وقوع زلزله، شماری از چهره های شناخته شده بدون برخورداری

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 قابل‌توجهی 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 قابل‌اتکا از کنش مسئولانه سلبریتی‌ها ارائه داد (رحمانی، ۱۳۹۷؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۸).

در سطح فراملی و ورزشی نیز حمایت‌های قابل‌توجهی 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،

پرسش هایی درباره شفافیت مالی و اعتبار عملکرد این کنشگران ایجاد کرد (خبرآنلاین، ۱۳۹۶؛ روزنامه ایران، ۱۳۹۶؛ شعار سال، ۱۳۹۶).

در مجموع، این شواهد نشان می دهد که حضور سلبریتی ها در زلزله کرمانشاه هم زمان واجد ظرفیت های فرصت ساز و چالش برانگیز بوده است؛ به گونه ای که از یک سو به تسهیل جریان اطلاعات، بسیج منابع و تقویت کنش جمعی کمک کرده و از سوی دیگر، در غیاب هماهنگی نهادی و سازو کارهای نظارتی شفاف، می توانسته به تضعیف نظم سازمانی مدیریت بحران بینجامد. این جمع بندی، زمینه نظری و تجربی لازم را برای تحلیل علمی نقش سلبریتی ها در این رخداد و شناسایی شکاف های پژوهشی موجود در ادبیات داخلی فراهم می کند.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف واکاوی نقشی که سلبریتی ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه ایفا کردند، بر چارچوب نظری تحلیل گفتمان انتقادی و مدل سه بعدی نورمن فرکلاف استوار است. مدل فرکلاف، به عنوان یکی از جامع ترین چارچوب های تحلیلی در حوزه تحلیل گفتمان، سه سطح اصلی را برای تحلیل مطرح می کند: متن (اعم از گفتار، نوشتار یا تصویر)، پرکتیس گفتمانی که به تولید و مصرف متن می پردازد، و پرکتیس اجتماعی که متن را در بستر ساختارهای اجتماعی و تأثیرات بازتولیدی آن بررسی می کند. این الگو امکان مطالعه ای منسجم و نظام مند را فراهم می کند 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 پست های شبکه های اجتماعی، مصاحبه ها و گزارش های خبری—متمرکز است و به ارزیابی و تحلیل واکنش ها، پیام ها و کنش های ارتباطی سلبریتی ها در مواجهه با بحران می پردازد. انتظار می رود به کارگیری روش تحلیل گفتمان انتقادی، با تمرکز بر لایه های زبانی، نشانه شناختی و نمادین متن، بتواند ابعاد ارتباطی و اجتماعی گفتمان های شکل گرفته پیرامون زلزله کرمانشاه را به طور 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 بر اساس فهم اولیه از گفتمان‌های شکل‌دهنده به مسئله ضروری است. در این پژوهش، ایده‌های مفهومی مرتبط با دولت‌مملت، مردم، ملی‌گرایی، انبوه خلق، اسطوره و رخداد جمعی به عنوان 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 تولیدشده 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 فرکلاف انجام شده است. در سطح توصیف، ویژگی‌های زبانی و نشانه‌ای متن شامل واژگان، ساختارهای

نحوی و شیوه های بازنمایی اجتماعی بررسی شد. در سطح تفسیر، گفتمان های اجتماعی و فرهنگی نهفته در تولید و مصرف متون تحلیل گردید و مفاهیمی چون رخداد جمعی و نظم اجتماعی مورد توجه قرار گرفت. در نهایت، در سطح تبیین، پیوند میان کنش های ارتباطی سلبریتی ها و پیامدهای اجتماعی- فرهنگی آن ها، 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 می سازد (یل شرز و منصفی، ۱۳۹۹).

سوالات اصلی پژوهش

۱- سلبریتی ها در مدیریت بحران زلزله سال ۱۳۹۶ کرمانشاه چه نقش ی داشتند؟

سوالات فرعی پژوهش

۲- نقش سلبریتی ها در رسانه های اجتماعی بر واکنش جامعه به بحران زلزله چگونه بوده است؟

۳- نقش سلبریتی ها در جمع آوری کمکهای مردمی برای آسیب دیدگان زلزله کرمانشاه

چيست؟

۴- در حادثه زلزله کرمانشاه سلبریتی ها چگونه از ظرفیت رسانه های اجتماعی بهره برده اند؟

یافته های پژوهش

یافته های این پژوهش، مبتنی بر مدل سه بعدی تحلیل گفتمان انتقادی فرکلایف، نشان می دهد که سلبریتی ها در زلزله ۱۳۹۶ کرمانشاه صرفاً کنشگران رسانه ای نبودند، بلکه به عنوان بازیگران گفتمانی مؤثر در بازنمایی بحران و هدایت کنش جمعی ایفای نقش کردند. تحلیل داده های برگرفته از شبکه های اجتماعی، رسانه ها و واکنش های عمومی حاکی از آن است که کنش ارتباطی سلبریتی ها به ترکیبی از همدلی، فراخوان اجتماعی، نقد نهادی و مدیریت احساسات عمومی انجامید و در شکل دهی به ادراک عمومی از بحران نقشی تعیین کننده داشت.

در سطح متنی، پیام های سلبریتی ها با زبانی عاطفی، فراگیر و بسیج گر همراه بود که از طریق به کارگیری واژگان همدلانه، نمادهای هویت ساز و ضمیرهای جمعی، گفتمان مسئولیت اجتماعی و کنش فوری را برجسته می ساخت. این شیوه زبانی به تولید معناهای مشترک از بحران و

فعال‌سازی احساس تعلق جمعی در فضای عمومی انجام‌مید. در سطح پراکتیس 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 پراکتیس 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 یک سو 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 ثبت‌شده	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 نشان‌دهنده حمایت
درصد پیام‌های حمایتی	نسبت پیام‌های حمایتی به کل پیام‌ها	۷۸٪	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 جمع‌آوری‌شده پس از	۳ میلیارد تومان	نشان‌دهنده اثربخشی در جذب حمایت مالی و

افزایش اعتماد	فعالیت سلبریتی ها	تعداد بازدید و مشارکت در برنامه ها
نشان دهنده شور عمومی و تداوم حمایت مردمی	بازدیدها و مشارکت در رویدادهای آنلاین و حضوری	مشارکت در برنامه ها
بیش از ۵۰۰،۰۰۰ نشان دهنده شور عمومی و تداوم حمایت مردمی	افزایش ۳۰٪ در ماه دوم و سوم پس از زلزله	نرخ رشد فعالیت ها
بیانگر تعهد و انگیزه مداوم سلبریتی ها	روند تغییر در میزان فعالیت سلبریتی ها طی زمان	

وجود ۴۲۰۰ نظر مثبت در برابر ۱۱۵۰ نظر منفی درباره فعالیت های سلبریتی ها نشان می دهد که گرچه حمایت عمومی بسیار قابل توجه بوده، اما نقدها نیز سهم معناداری داشته اند. افزون بر این، ۷۸ درصد پیام های حمایتی و بازنشر شده، حکایت از نفوذ عمیق پیام های سلبریتی ها دارد و بیانگر آن است که آنان توانسته اند گفتمان غالب بحران را به سمت همدلی و کمک رسانی سوق دهند. تعداد ۱۵ کمپین اطلاع رسانی فعال و جمع آوری بیش از ۳ میلیارد تومان کمک نقدی در مدت کوتاه نیز مؤید تأثیر قابل توجه پیام های آنان در بسیج منابع است. نرخ رشد ۳۰ درصدی فعالیت ها در ماه های دوم و سوم پس از وقوع زلزله نیز نشان می دهد که حضور آنان تنها به مرحله هیجانی اولیه محدود نشده و در دوره پس بحران نقش نسبتاً پایدار و مداومی داشته اند. بنابراین، داده های کمی، رویکرد مبتنی بر تحلیل گفتمان را تأیید می کنند و نشان می دهند که پیام های ارتباطی سلبریتی ها توانسته اند به کنش های اجتماعی واقعی تبدیل شوند در ادامه تحلیل داده های کیفی در جدول شماره ۲ تصویر عمیق تری از فرایند اثر گذاری سلبریتی ها ارائه می کند.

جدول ۲: تحلیل داده های کیفی

نقش در مدیریت بحران	نمونه نقل قول یا روایت	شرح و توضیحات	کد یا موضوع کلیدی
افزایش حمایت عمومی و جمع آوری کمک ها	سلبریتی ها با پیام هایشان توانستند توجه مردم را جلب کنند.	نقش سلبریتی ها در تشویق مردم به مشارکت در کمک های نقدی و غیرنقدی	حمایت و تبلیغات فعالیت خیریه
کاهش اضطراب و سوء تفاهم ها	پیام های آنها باعث شد مردم سریع تر کمک کنند.	نقش سلبریتی ها در انتقال اطلاعات صحیح و	اطلاع رسانی سریع و مؤثر

		هشدارهای ضروری به مردم	
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 فعالیت های سلبریتی ها بر اساس دوره زمانی

دوره زمانی	شدت فعالیت ها	فعالیت های اصلی	نمونه اقدامات	نتیجه	تحلیل
قبل از زلزله	کم	توسعه شخصیت، فعالیت های فرهنگی و اجتماعی	برگزاری رویدادهای فرهنگی، تبلیغات رسانه ای	فعالیت محدود	عدم تجربه در حوزه مدیریت بحران
حین وقوع زلزله	بسیار بالا	جذب کمک، حضور گسترده در رسانه ها	اطلاع رسانی، ارسال پیام های فوری، راه اندازی کمپین های خیریه، حضور میدانی	اوج فعالیت و اثرگذاری	افزایش شدید توجه عمومی و مشارکت در کمک رسانی
بعد از زلزله (۳ تا ۶ ماه پس از حادثه)	متوسط تا کمتر	حمایت های مداوم، جذب منابع، فعالیت های زیرساختی و روانی	حمایت مستمر، جذب کمک های مالی، حمایت های روانی و آموزشی	تداوم نسبی حمایت	کاهش هیجان اولیه و حرکت به سمت فعالیت های عملی و بلندمدت
آینده نگری و برنامه ریزی	در حال توسعه	مدیریت بحران های آینده، توسعه فعالیت های داوطلبانه	تشکیل تیم های حمایتی، برنامه های بلندمدت، آموزش کمک های اولیه	نیاز به استمرار	ضرورت نهادینه سازی و ساختار سازی برای مشارکت مؤثر در بحران ها

در مرحله قبل از بحران، فعالیت ها پراکنده و بدون سازماندهی مشخص بود؛ اما در لحظه وقوع زلزله، کنش ها به طور چشمگیری اوج گرفت و پیام های فوری، حضور میدانی و راه اندازی کمپین های حمایتی شکل گرفت. در دوره پس از بحران، فعالیت ها به سمت اقدامات متمرکزتر و زیرساختی تر حرکت کرد. مرحله آینده نگری نیز بر نقش بالقوه سلبریتی ها در مدیریت بحران های آتی تأکید دارد، هر چند نیازمند برنامه ریزی 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 آسیب دیدگان به کاهش فشارهای روانی و تقویت امید اجتماعی انجامید. افزون بر این، فعالیت های رسانه ای سلبریتی ها با برجسته سازی کاستی ها و مطالبه گری عمومی، بر واکنش نهادهای رسمی اثر گذاشته و در برخی موارد به تسریع تصمیم گیری و تخصیص منابع انجامیده است. همچنین، نقش الگویی آنان در بازنمایی مسئولیت پذیری اجتماعی، می تواند پیامدهای فرهنگی و رفتاری بلندمدت در مواجهه جامعه با بحران ها ایجاد کند. در مجموع، یافته ها نشان می دهد که سلبریتی ها در بحران کرمانشاه نقشی چندلایه و اثرگذار در حوزه های اطلاع رسانی، بسیج اجتماعی، حمایت روانی و مطالبه گری نهادی داشته اند. با این حال، نبود سازوکارهای شفاف، پراکندگی کنش ها و ضعف هماهنگی نهادی از چالش های این نقش آفرینی بوده است. از این رو، بهره گیری اثربخش از ظرفیت سلبریتی ها مستلزم سیاست گذاری مدون، چارچوب های نظارتی شفاف و تعامل نظام مند با ساختار رسمی مدیریت بحران است تا این سرمایه نمادین به صورت مسئولانه و پایدار در مدیریت اجتماعی بحران به کار گرفته شود.

پیشنهادها

- بر اساس یافته های پژوهش، چند راهکار کلیدی برای تقویت نقش سلبریتی ها در مدیریت بحران پیشنهاد می شود.
۱. تدوین استانداردها و دستورالعمل های رسمی برای نحوه همکاری، اطلاع رسانی و جمع آوری کمک ها ضروری است تا مشارکت سلبریتی ها در چارچوبی هماهنگ و شفاف انجام شود.
 ۲. برگزاری دوره های آموزشی تخصصی در حوزه مدیریت بحران، ارتباطات و اخلاق رسانه ای می تواند از خطاها و آسیب های احتمالی بکاهد.
 ۳. انجام پژوهش های تطبیقی و کمی در بحران های گوناگون داخلی و خارجی می تواند به تقویت پشتوانه علمی و تعمیم پذیری نتایج کمک کند.
 ۴. ایجاد سازوکار همکاری منظم میان سلبریتی ها، سازمان های مردم نهاد و نهادهای دولتی موجب افزایش شفافیت، عدالت در توزیع کمک ها و اعتماد عمومی خواهد شد.

۵. بررسی پیامدهای بلندمدت اجتماعی و روانی نقش آفرینی 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 آسیب پذیری مساکن شهر تبریز در برابر مخاطره زلزله (مطالعه موردی: منطقه ۱۰ شهرداری). جغرافیا و برنامه ریزی، ۲۶(۸۲)، ۴۸-۲۷. 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 شیر، محمدتقی و نقیب زاده، احمد. (۱۴۰۲). آسیب شناسی اجتماعی میکروسلبریتی های 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 تداخل سنجی راداری مبتنی بر خط مبنای کوتاه. (SBAS) پژوهشهای ژئومورفولوژی کمی، ۱۳(۱)، ۱۷-۱.
۶. صالحی، وحید. (۱۴۰۳). بررسی نقش رسانه و شبکه های اجتماعی به عنوان مؤلفه های قدرت نرم. فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، ۱۴(۳)، ۷۹-۵۹.
۷. ویسی، علی و حسینعلی، فرهاد. (۱۴۰۳). ارزیابی آسیب پذیری بلوک های ساختمانی شهر کرمانشاه در برابر زلزله و مکان یابی محل اسکان موقت جمعیت آسیب پذیر. پژوهش های جغرافیای طبیعی، ۵۶(۱)، ۶۱-۲. doi: 10.22059/jphgr.2024.368595.1007799
۸. یل شرز، رضا و منصفی، رؤیا. (۱۳۹۹). بررسی چگونگی مواجهه گفتمانی وزارت بهداشت ایران با شیوع ویروس کرونا به مدد مدل تحلیل گفتمان فرکلاف (۱۹۸۹). نشریه پژوهش های زبان شناسی، 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 تصمیم گیری چند معیاره (مطالعه موردی: شهر بستان آباد). جغرافیا و روابط انسانی، ۶(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 زلزله زدگان استان کرمانشاه رفاه اجتماعی ۲۳ (۹۰) ۸۹-۱۱۹:
۱۱. محمدی، چنور، نظم فر، حسین، و سراسکانرود اصغری، صیاد (۱۴۰۳). تحلیل تاب آوری 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 پراونگ و GIS (مطالعه موردی شهر بستان‌آباد). مدیریت بحران، ۱۳(۴)، ۳۶-۵۱.
۱۴. محسنیان‌راد، 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 خرد-سلبریتی حمید بیبری. مطالعات وقف و امور خیریه، ۳(۱)، ۸۹-۱۱۰. doi: 10.22108/ecs.2025.143483.1123
- UNISDR & UNESCAP (2012). Asia-Pacific Disaster Report 2012: Reducing Vulnerability and Exposure to Disasters. Geneva & Bangkok.

