




یادبود پس از مرگ کاربران در شبکه‌های اجتماعی (تحلیل نظرات کاربران در صفحات اینستاگرامی جان‌باختگان کرونا)

علی احمدی *  استادیار گروه روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

سید محسن عسگرزاده  کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

سمیه شیرمحمدی  دانشجوی دکتری روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، رودهن، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی شیوه‌های یادبود فوت‌شدگان در شبکه‌های اجتماعی و نحوه ابراز احساسات کاربران درباره فرد متوفی انجام شده است. به این منظور کامنت‌های کاربران در صفحات اینستاگرامی متوفیان بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ به روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل مضمون کامنت‌های کاربران در صفحات اینستاگرامی به استخراج شش مضمون فراگیر «ابراز ناباوری و انکار»، «ابراز غم و اندوه به علت مهیا نبودن شرایط برای آخرین وداع»، «ابراز همدلی»، «اسطوره‌سازی از متوفی»، «احساس ناراحتی از حاضر نبودن کنار خانواده متوفی به علت ترس از ابتلا به بیماری» و «نقش فضای مجازی برای دیرفراموشی مرگ» منجر شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، کاربران اینستاگرام در برگزاری یادبود آنلاین غالباً به ابراز غم و اندوه و عرض تسلیت به بازماندگان فرد متوفی و بیان احساسات درباره فرد متوفی می‌پردازند که گریه و اشک و آه آن‌ها با استفاده از ایموجی‌های مرتبط بروز داده می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد در شبکه‌های اجتماعی، کاربران علاوه بر ابراز همدردی با بازماندگان متوفی این امکان را در صفحات اجتماعی فرد از دست‌رفته دارند که احساسات خود را به صورت یک‌طرفه با او نیز بیان کنند و به نوعی ارتباط کاربران با متوفیان یک‌سویه ادامه خواهد داشت که البته این موضوع به دیرفراموشی مرگ افراد و کامل نشدن تکالیف سوگواری منجر خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: کرونا ویروس ۱۹، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی، جامعه شبکه‌ای، سوگواری مجازی، کاربران فوت شده.

مقدمه

مرگ آخرین مرحله از زندگی انسان است و احساسات و عواطف ناشی از این فقدان باعث ایجاد غم و اندوه در میان خانواده و بازماندگان فرد متوفی است. سوگواری، راهی برای بیان بیرونی غم و اندوه این فقدان است. روندی که در آن فرد داغدار به دنبال راه‌هایی برای روشن کردن دوباره چراغ جهان می‌گردد. هیچ راهنمای رسمی برای سوگواری وجود ندارد و نحوه ابراز آن همپوشانی زیادی با باورهای فردی، فرهنگی و معنوی انسان دارد. سوگواری به بازماندگان کمک می‌کند تا خاطره عزیزان از دست‌رفته خویش را حفظ کنند و درعین حال بتوانند به زندگی سالم و شاد بدون عزیزان خود بپردازند (وردن، ۱۳۹۶)؛ اما شیوع بیماری دنیاگیری چون کرونا با توجه به شیوه انتقال آن و احتمال آلودگی و ابتلای افراد در اجتماع‌ها به تعطیلی مراسم حضوری سوگواری منجر شد. سوی دیگر این رویداد، خانه‌نشینی و تنهایی خانواده‌های افراد متوفی است که موجب می‌شود تخلیه هیجانی و روحی بازماندگان ناتمام بماند و به آسیب‌های روان‌شناختی متعددی در آینده منجر شود. شیوع ویروس کرونا گرایش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اجتماع‌های آنلاین را در سراسر جهان و از جمله ایران افزایش داد. توسعه فناوری‌های هوشمند و افزایش سرعت پردازش داده‌ها، به همراه اشتراک‌گذاری میلیون‌ها تصویر و ویدئوی کاربران در بستر شبکه‌های اجتماعی، جوامع مجازی را شکل داده است. از این رو شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر و به‌ویژه اینستاگرام به ناگزیر ما را به سمت برقراری نوعی تعامل جدید سوق می‌دهند (Crano, 2018: 128). با گسترش تلفن‌های هوشمند و دسترسی به اینترنت پهن‌بند^۱ بستر برقراری تعامل آسان میان کاربران بیش‌ازپیش فراهم شده است. در واقع، ماهیت تعاملی شبکه‌های اجتماعی فضایی غالب برای ابراز عقیده و نگرش‌های عموم مردم ایجاد کرده (Rossetto, Lannutti & Strauman, 2014: 985) که با توجه به زمینه‌های فرهنگی جوامع مختلف امکان ظهور و بروز ارزش‌ها، هنجارها و بعضاً ناهنجاری‌ها و نیز اظهار نظر اعضای جامعه فراهم شده است.

امروزه، زندگی و ارتباطات روزمره افراد تا حدی تحت تأثیر رسانه‌های نوین قرار گرفته است به گونه‌ای که کاربران شبکه‌های اجتماعی فراتر از مرزهای جغرافیایی و فارغ از هرگونه اختلاف قومیتی و حتی مذهبی می‌توانند در مورد رویدادها اظهار نظر کنند و به آن‌ها واکنش نشان دهند. مرگ برخی افراد چه به صورت طبیعی (شخصیت‌های مشهور و چهره‌ها) و چه در سوانح و حوادث (به نسبت بزرگی حادثه) از جمله رویدادهایی است که در نگاه روزنامه‌نگاران ارزش خبری دارد و توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی را برای به اشتراک گذاشتن خبر درگذشت افراد و سوگواری در فضای مجازی به خود جلب می‌کند. بسیاری از افراد فوت‌شده در شبکه‌های اجتماعی حساب‌های کاربری دارند و در واقع، مرگ کاربر به معنای پایان حضور او در شبکه‌های اجتماعی نیست و این ارتباط حتی ممکن است هرچند یک‌سویه ادامه یابد. از سوی دیگر نزدیکان و دوستان فرد می‌توانند از صفحه کاربری فرد فوت‌شده، به عنوان یک رسانه مؤثر برای ابراز احساسات با متوفی و همدردی با خانواده او بهره بگیرند. این ارتباط ممکن است با اشتراک‌گذاری نظرات و مطالب مختلف سایر کاربران ادامه پیدا کند. آنچه در این حوزه مغفول مانده تحلیل مطالبی است که کاربران در قالب سوگواری مجازی در صفحه شخصی فرد متوفی یا خانواده او می‌نویسند.

از جمله حوادث مهمی که توجه نویسندگان این مقاله را برای بررسی این موضوع به خود جلب کرد واکنش کاربران به مرگ افراد مبتلا به کووید ۱۹ در ایران بود. کووید ۱۹ بیماری همه‌گیر ناشی از سندرم حاد تنفسی است. این بیماری نخستین بار در دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان^۱ استان هوبئی^۲ کشور چین شناسایی شد. ۱۱ مارس همان سال سازمان جهانی بهداشت^۳ شیوع بیماری را دنیاگیری اعلام کرد. به دنبال همه‌گیری بیماری در نقاط مختلف جهان، شیوع ویروس کرونا در ایران به صورت رسمی در ۳۰ بهمن ۱۳۹۸ تأیید شد و روابط عمومی وزارت بهداشت، با توجه به شرایط موجود، به منظور جلوگیری از گسترش شیوع ویروس کرونا، برگزاری مراسم سوگواری و تشییع جنازه معمول و همیشگی را

1. Wuhan

2. Hubei

3. World Health Organization (WHO)

ممنوع اعلام کرد. پژوهش حاضر به این موضوع می‌پردازد که با توجه به شرایط کم‌سابقه تعطیلی مراسم سوگواری به‌منظور جلوگیری از شیوع بیماری همه‌گیر، به نظر می‌رسد به ناگزیر شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام به بستری برای سوگواری مجازی جان‌باختگان تبدیل شده‌اند. با وجود این، سوگواری در فضای مجازی ویژگی‌ها و مختصات متفاوتی نسبت به سوگواری حضوری دارد. به همین منظور پژوهش حاضر با تحلیل کامنت‌ها در صفحه اینستاگرامی جانباختگان ویروس کرونا و انجام مصاحبه با خانواده افراد متوفی، به بررسی شیوه‌های یادبود و سوگواری در بستر اینستاگرام می‌پردازد. از این‌رو پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که چگونه پویایی صفحات کاربران شبکه‌های اجتماعی در برگزاری مراسم یادبود و سوگواری مجازی افراد متوفی تأثیرگذار است؟ و اینکه کاربران در صفحات مجازی افراد متوفی و خانواده او با چه محتوایی و چگونه به ابراز احساسات می‌پردازند؟

۲. مبانی نظری تحقیق

پیشینه پژوهش

عاملی، شکرخواه و منصور (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تجربه دوفضایی شده کاربران ایرانی از سوگواری مجازی؛ مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس‌بوک» به تحلیل تجربه سوگ افراد پس از مرگ کاربران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک پرداخته است. براساس یافته‌های این پژوهش اهمیت استمرار ارتباط با فرد متوفی، هم‌انگیزه اولیه کاربران سوگوار برای ادامه این تجربه در فضای فیس‌بوک را تشکیل می‌دهد و نیز به وجوه مختلف در کردارهای آنلاین آن‌ها اثر می‌گذارد. سوگواری نیز مانند دیگر عرصه‌های تجربه دچار کیفیتی دوفضایی در عصر دیجیتال شده است که به مدد فناوری‌های ثبت و بایگانی این کردار اجتماعی فرهنگی را واجد جنبه‌های نمایشی، عادت‌ی و آیینی می‌سازد.

برویکر^۱ و ورتسی^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «مرگ و شبکه‌های اجتماعی» به بررسی هویت صفحات شخصی کاربر فوت‌شده در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک

پرداخته‌اند. براساس یافته‌های این پژوهش، محتوای صفحات شخصی و نحوه مرگ کاربر، به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی در شکل‌گیری هویت کاربران فوت‌شده محسوب می‌شوند؛ چراکه این دو عامل در اظهارنظر و ابراز احساسات سایر کاربران تأثیرگذار بوده است. در پژوهش «خاطرات، مرگ و رسانه‌های اجتماعی» اکر^۲ و برویکر (۲۰۱۴) شیوه‌های تولید و ذخیره اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی با هدف مطالعه چگونگی دسترسی و ارتباط با صفحات شخصی کاربران فوت‌شده را مورد تحلیل قرار داده‌اند. باتوجه به یافته‌های این پژوهش، نگهداشت محتوای تولیدشده در رسانه‌های اجتماعی توسط سیستم‌عامل‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. همچنین از سوی سیستم‌عامل‌های رسانه‌های اجتماعی برای دسترسی به صفحات شخصی کاربران فوت‌شده محدودیت‌هایی اعمال می‌شود. براساس مصاحبه‌های انجام‌شده با تعدادی از کاربران، اکثر این افراد تمایلی ندارند که پس از درگذشت آن‌ها به صفحات شخصی‌شان امکان دسترسی وجود داشته باشد.

پژوهش دیگری با عنوان «مرگ در فیس‌بوک: بررسی نقش ارتباطات رسانه‌های اجتماعی برای کاربران فوت‌شده» توسط رزتو^۳، لنتی^۴ و استرومن^۵ (۲۰۱۴) انجام گرفته است. این مطالعه به شناسایی و بررسی مزایا و آسیب‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک با محوریت ارتباطات افراد به‌هنگام درگذشت یک کاربر پرداخته است. براساس یافته‌های این پژوهش انتشار اخبار مرتبط با مرگ یک کاربر و نحوه بازنمایی این خبر در رسانه‌های اجتماعی برجهت‌گیری سایر افراد نسبت به کاربر فوت‌شده بسیار تأثیرگذار است.

هویت کاربران فوت‌شده در شبکه‌های اجتماعی

مرگ در طول تاریخ در برخی از فرهنگ‌ها تابو^۶ محسوب می‌شد. همانطورکه لارنس ساموئل^۱ نویسنده کتاب تاریخچه فرهنگ مرگ می‌گوید: «در نیمه اول قرن بیستم و

1. Vertesi
2. Acker
3. Rossetto
4. Lannutti
5. Strauman
6. Taboo

هم‌زمان با شروع جنگ جهانی اول، شیوع همه‌گیر بیماری آنفلوانزا و ظهور پزشکی مدرن از جمله عواملی بودند که تابوی مرگ را شکستند و این امر باعث شد موضوع مرگ به یکی از مباحث عمومی در بین مردم تبدیل شود. در حقیقت مرگ اکنون توانسته است دوباره به گفتگو برگردد (Bisceglia, 2013: Website). امروزه یک مکالمه اینترنتی به صورت آنلاین می‌تواند لذت فهمیدن این واقعیت را افزایش دهد که مطرح کردن موضوع مرگ و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در برگزاری مراسم عزاداری جلوه عمومی پیدا کرده است. با ظهور شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام، رسانه‌های نوین به مؤلفه مهمی برای چگونگی ابراز غم و اندوه تبدیل شده‌اند. با این حال، ممکن است برخی پست‌های مربوط به درگذشت یک شخص بسیار سطحی و ساده باشند اما به صورت اجتناب‌ناپذیری تحت تأثیر فضای رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند (Everplans, 2019: Website). از این رو رسانه‌های نوین به عنوان یک فضای اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند؛ در واقع کسانی که ممکن است به صورت سنتی در مراسم یادبود حضور نداشته باشند به صورت آنلاین در شبکه‌های اجتماعی شرکت فعالی خواهند داشت (Brubaker, Hayes & Mazmanian, 2019: 17) همچنین مطالبی که توسط سایر کاربران در صفحه کاربری شخص فوت‌شده نوشته می‌شود به میزان زیادی مرتبط با محتوایی است که کاربر قبل از مرگ در صفحه خصوصی خود قرار داده است. به همین جهت بررسی صفحه خصوصی می‌تواند در شناخت هویت افراد نقش بسزایی داشته باشد. کاربران برخی ویژگی‌ها و رفتارهای فرد فوت‌شده را برجسته می‌کنند و با محوریت همین موضوع در صفحه خصوصی فرد متوفی با بازماندگان و خانواده او به تعامل می‌پردازند (Hobbs & Burke, 2017:12). موضوع مرگ در شبکه‌های اجتماعی، دو مؤلفه را در ارتباط با هویت کاربر فوت‌شده مطرح می‌کند: ۱- تجسم حضور یعنی این که با دسترسی و مدیریت صفحه اینستاگرامی فرد فوت‌شده، حضور او در فضای رسانه‌های اجتماعی تداعی می‌شود. ۲- بازنمایی هویت به این مفهوم که در حقیقت تصور درست از

شخص فوت شده بستگی به محتوایی دارد که پیش از مرگ او در صفحه شخصی اش قرار گرفته است (IdentityLab, 2018: Website)؛ بنابراین جامعه‌ای که به کمک شبکه‌های اجتماعی، در اندوه و سوگواری جمعی یک فرد شرکت می‌کند ممکن است به تناسب ظرفیت فضای مجازی تحت تأثیر پیامدهای متفاوتی قرار گیرد. نکته بسیار مهم و کلیدی نحوه جهت‌گیری کاربران نسبت به کاربر فوت شده است (Florea & Rabatel, 2011: 6). ویلیام هابز^۱ و مویرا بورک^۲ از دانشگاه کالیفرنیا، بر اساس تحلیل تعدادی از پروفایل‌های افراد فوت‌شده در فیس‌بوک پی بردند که ابراز احساسات برای فرد متوفی در پروفایل افرادی که به‌طور طبیعی و صدمات غیرعمدی مثل بیماری‌های سرطان و یا سوانح غیرعمد، در گذشته‌اند بسیار بیشتر از ابراز احساسات در مورد افرادی است که با مرگ ناشی از بدنامی‌های اجتماعی^۳ مثل بیماری‌های ناشی از روابط جنسی، بیماری‌های کبد ناشی از مصرف بیش از حد الکل و خودکشی فوت کرده‌اند و کاربران تمایل کمتری برای اظهارنظر در این پروفایل‌ها داشته‌اند (Hutson, 2017: Website).

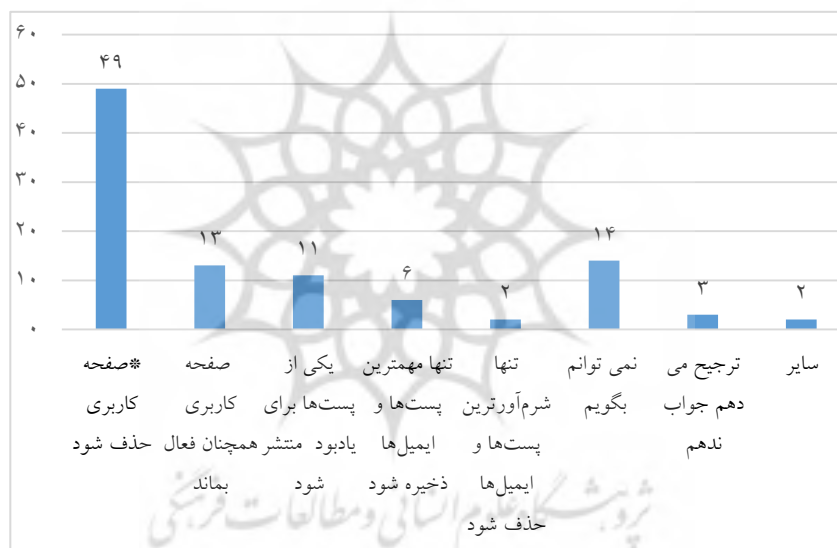
صفحات کاربران پس از مرگ

با گسترش روزافزون پلتفرم‌های ارتباطی، عملکرد شبکه‌های اجتماعی محبوب از جمله فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام در زمینه ایجاد آرشیوهای شخصی^۴ و نگهداشت اطلاعات شخصی با استقبال کاربران مواجه شده است. طراحی سیستم‌عامل‌های مختلف به گونه‌ای است که کاربران را تشویق می‌کند با ذخیره آرشیو شخصی و به اشتراک گذاری اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی را به‌طور مستمر پویا نگه دارند (Brubaker & Vertesi, 2010: 2)؛ بنابراین می‌توان گفت ایجاد بایگانی‌های شخصی به‌عنوان نوعی مستندسازی حافظه فرهنگی^۵ محسوب می‌شود؛ چراکه امکان دسترسی و برقراری ارتباط با سایر کاربران را فراهم می‌کند که این تعاملات روابط شخصی با اعضای خانواده و بازماندگان

1. William Hobbs
2. Moira Burke
3. Stigma social
4. Personal archiving
5. Cultural memory

را شامل شود. به بیان دیگر شیوه‌های بایگانی، بازیابی و دسترسی به اطلاعات، به حافظه فرهنگی جامعه بستگی دارد؛ اما دسترسی به صفحات خصوصی، بعد از مرگ کاربران به دلیل رعایت خط‌مشی رازداری^۱ شبکه‌های اجتماعی، با محدودیت‌هایی مواجه است (Acker & Brubaker, 2014: 12). براساس مطالعات و نظرسنجی‌های انجام‌شده در این حوزه بسیاری از کاربران تمایل ندارند که پس از فوت آن‌ها دیگران امکان مدیریت پروفایلشان را داشته باشند (Statista a, 2019: Website).

شکل ۱. نظر کاربران در مورد وضعیت صفحه کاربری خود بعد از مرگ



(Statista a, 2019: Website)

شبکه‌ها برای جلوگیری از سرقت اطلاعات شخصی برای این نوع دسترسی، محدودیت‌هایی را در نظر گرفته‌اند. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی سیاست‌های روشنی درباره مدیریت و دسترسی به حساب‌های کاربران فوت‌شده ندارند؛ درحالی‌که برخی شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک و توییتر، سیاست‌هایی را در این مورد اعمال می‌کنند (Rossetto, Lannutti & Strauman, 2014: 985)، اوایل نوامبر ۲۰۰۹،

فیس بوک برای اولین بار پروفایل‌های یادبود^۱ را معرفی کرد. پروفایل یادبود در واقع فضایی را برای دوستان و خانواده شخص فوت شده فراهم می‌کند تا بدین طریق خاطرات آن شخص را پس از مرگ با یکدیگر به اشتراک بگذارند. پروفایل یادبود دارای یک ویژگی است: واژه «یادبود»^۲ بعد از نام فرد فوت شده به نمایه او اضافه می‌شود. با تکمیل فرم درخواست و ارسال آن برای تیم پشتیبانی فیس بوک، بر اساس رعایت قوانین رازداری، فقط دوستان تأیید شده می‌توانند به صفحه کاربری آن شخص دسترسی داشته باشند و آن را مدیریت کنند (Facebook, 2009: Website).

سوگواری جمعی در شبکه‌های اجتماعی

عزاداری یا سوگواری به مراسمی آیینی گفته می‌شود که به یادبود فرد در گذشته و به منظور صبر بر مصیبت وارد شده برگزار می‌شود. در واقع سوگ واکنشی به انواع فقدان‌هاست. سوگواری جدای از این واکنش که در گذر سده‌های گوناگون به‌عنوان واکنشی طبیعی شناخته می‌شود سنتی دیرینه است که حس نوع دوستی و همدلی اعضای جامعه را برای تسلی دادن به بازماندگان متوفی نشان می‌دهد. در ایران آیین سوگواری با توجه به سابقه فرهنگی اقوام مختلف ایرانی اهمیتی بیش‌ازپیش دارد (میرعابدینی و صدیقیان، ۱۳۸۶: ۲۷۷). شیوه عزاداری را می‌توان از سده‌های پیشین تاریخ ایران تا امروز دید؛ واکنش‌هایی که تفاوت‌ها و شباهت‌های هر کدام به یکدیگر، موضوع سوگواری و ریشه‌های آن را اهمیت می‌بخشد. رفتارهایی از عزاداران در سوگواری ایرانیان پس از دوران اساطیری سرمی‌زند که از آن‌ها به تکرار می‌توان در ادبیات کهن نشان یافت. این سری کنش‌ها که از تاریخ حماسی تا روزگار کنونی فراوان می‌توان از آن‌ها سراغ گرفت، به رسم‌هایی تبدیل شده‌اند که انجام دادنشان از غم فراوان نشان دارد (بهار، ۱۳۹۷: ۳۸۴). احساس از دست دادن ناشی از فوت یک دوست یا شخص آشنا، همیشه دردناک است و واکنش‌های مختلفی از جمله غم، شوک، خشم و... را در افراد ایجاد می‌کند؛ احساس

1. Memorialized accounts
2. Remembering

شوگ و ناباوری، انکار^۱، خشم و عصبانیت، چانه‌زدن^۲، افسردگی و پذیرش پنج مرحله سوگواری از نظر الیزابت کوبلر رأس به شمار می‌رود (عابدین، روبن‌زاده و صالحی، ۳۷: ۲۰۱۷). در زمان سوگ و فقدان یک دوست، همه به یک حمایت و همدردی اجتماعی^۳ نیاز دارند و این امر می‌تواند در فضای شبکه‌های اجتماعی با اشتراک‌گذاری نظرات و ابراز احساسات کاربران محقق شود (Hanusch, 2010: 149). در گذشته حمایت اجتماعی یا به عبارت بهتر همدردی عاطفی به‌طور معمول به‌صورت حضور فیزیکی و چهره‌به‌چهره انجام می‌شد اما امروزه با ظهور شبکه‌های اجتماعی و توسعه روزافزون فناوری‌های ارتباطی مبتنی بر اینترنت، ماهیت ابراز احساسات و همدردی‌های اجتماعی متحول شده است. به‌گونه‌ای که افراد با احساس مشترک، از نقاط مختلف جهان در بستر شبکه‌های اجتماعی برای درگذشت یک دوست یا فرد آشنا به سوگواری و ابراز احساسات می‌پردازند. در برخی موارد، سوگواری ممکن است محدود به اعضای خانواده، دوستان و خویشاوندان شخص فوت‌شده باشد اما در ارتباط با مرگ افراد مشهور، مقامات دولتی و سایر افراد شناخته‌شده به همان میزانی که برای نزدیکان فرد فوت‌شده ناراحت‌کننده است، اعضای جامعه به‌واسطه پیوند مشترکی که در اجتماع دارند احساس همدردی می‌کنند. به همین جهت، شبکه‌های اجتماعی نقش کلیدی و مهمی را در تسکین غم از دست دادن فرد فوت‌شده ایفا خواهند کرد. چراکه نزدیکان فرد فوت‌شده، احساسات خود را در فضای شبکه‌های اجتماعی بیان و سایر کاربران نیز بدون هیچ محدودیت زمانی و مکانی، همدردی خود را ابراز می‌کنند (Gul & Shueb, 2016: 241). به‌عبارت‌دیگر رسانه‌های اجتماعی با ترویج فرهنگ مجازی^۴ و گسترش جوامع آنلاین^۵ احساس همدردی و حمایت اجتماعی را تسهیل می‌کنند به‌گونه‌ای که امروزه در بستر شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه با فوت افراد مشهور و شناخته‌شده جامعه، سوگواری جمعی^۶ در فضای مجازی نمود بیشتری پیدا

-
1. Deny
 2. Bargaining
 3. Social support
 4. Internet culture
 5. Online communities
 6. Mass mourning

می‌کند؛ با توجه به مزیت شبکه‌های اجتماعی، کاربران می‌توانند در آن واحد در هر زمان و مکانی^۱ در فضای مجازی حضور داشته باشند از این رو افراد بیشتری در سوگواری جمعی مشارکت خواهند داشت (Wagner, 2018: 9).

اینستاگرام، بستری برای اظهار نظر کاربران

شبکه‌های اجتماعی بستری برای گفت‌وگو بین گروه‌ها و جوامع هستند که امکان برقراری ارتباطات اجتماعی را در فضای مجازی فراهم می‌کنند. در واقع استفاده از رسانه‌های مبتنی بر اینترنت برای برقراری ارتباط با دوستان، خانواده، همکلاسی‌ها و هم‌گروه‌ها تسهیل‌کننده ایجاد چنین شبکه‌هایی در فضای مجازی شده است که با اهداف گوناگونی فعالیت می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند با هدف تعاملات اجتماعی، کسب‌وکار یا هر دو در بستری چون اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر – که امروزه شبکه اجتماعی نامیده می‌شوند – استفاده شوند (Kenton, 2018: Website). اورت راجرز^۲ که از نخستین کسانی بوده است که شبکه‌های اجتماعی را مطالعه کرده، آن‌ها را رسانه‌هایی می‌داند که دارای سه ویژگی هستند: تعاملی بودن؛ غیرتوده‌ای شدن^۳ و ناهمزمان بودن^۴. فاستو کلمبو^۵ شبکه‌های اجتماعی را رسانه‌هایی می‌داند که در آن‌ها تمام راه‌های ارتباطات، بازنمایی و دانش به صورت دیجیتالی درآمده‌اند و ابعادی از چندرسانه‌ای و تعامل را شکل داده‌اند. ون دایک^۶ سه ویژگی بنیادی شامل دو ویژگی ساختاری و یک ویژگی فنی برای شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته است: یکپارچگی به معنای یکسان شدن زیرساخت‌های فنی مخابرات، ارتباطات داده‌ها و ارتباط جمعی در رسانه‌ای واحد؛ تعاملی بودن که سلسله‌ای از کنش و واکنش است بین رسانه‌ها و مخاطبان و نیز ویژگی فنی دیجیتالی بودن به معنای تبدیل شدن محتوای ارتباط به کدهای دیجیتالی (خانیکی، باستانی و ارکان زاده، ۲۱:

-
1. Omnipresence
 2. Everett Rogers
 3. De-massification
 4. Asynchronicity
 5. Fausto Colombo
 6. Van Dijk

۲۰۲۰). بر اساس نظریه شش درجه جدایی^۱ (که هر دو شخص دلخواه بر روی کره زمین با ۶ واسطه یا کمتر به هم مربوط می‌شوند)، شبکه‌های اجتماعی، گروه‌هایی را به صورت آنلاین به هم متصل می‌کند و قادرند با هر کسی که ارتباط برقرار کرده‌اند، تماس بگیرند و به آن دسترسی داشته باشد؛ بنابراین ظرفیت بی‌نظیر وب برای تسهیل چنین ارتباطاتی منجر به گسترش و تداوم این پدیده شده است (Rouse, 2019: Website). شبکه اجتماعی اینستاگرام، با چند زبان مختلف کاربران را قادر می‌سازد تا با دوستان یا افرادی در آن سوی مرزهای جغرافیایی، سیاسی یا اقتصادی ارتباط برقرار کنند. اینستاگرام یک برنامه رایگان اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو است که در سیستم عامل‌های آی‌اِس^۲، اندروید^۳ و ویندوزفون^۴ در دسترس است. افراد می‌توانند عکس‌ها یا ویدئوها را در اینستاگرام آپلود کنند و آن‌ها را با دنبال‌کنندگان خود یا با گروه منتخبی از دوستان به اشتراک بگذارند؛ همچنین می‌توانند پست‌هایی را که دوستانشان در اینستاگرام به اشتراک گذاشته‌اند، مشاهده کنند، درباره آن نظر بدهند و لایک^۵ کنند. (Instagram, 2019: Website) با گسترش و توسعه رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه شبکه اجتماعی اینستاگرام، مخاطبان بیشتری جذب این شبکه اجتماعی می‌شوند؛ به طوری که بر اساس آخرین آمار، در ماه ژانویه سال ۲۰۲۰، در مورد محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان، از نظر تعداد حساب‌های فعال، اینستاگرام در رتبه‌بندی جهانی شبکه‌های اجتماعی، ششمین رتبه را، با یک میلیارد حساب کاربری فعال ماهانه در اختیار دارد. (Statista b, 2020: Website) طبق آخرین آمار در ماه ژوئن ۲۰۲۰، حدود ۲۶ درصد جمعیت ایران از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند (Statcounter, 2020: Website).

1 Six degrees of separation

2 iOS

3 Android

4 Windows Phone

5 Like

جامعه شبکه‌ای و تکالیف سوگواری

جامعه شبکه‌ای را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو می‌شوند، یا آن‌ها را تکمیل می‌کنند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی در حال سازمان‌دهی و شکل دادن به ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. این شبکه‌ها تمامی ابعاد جامعه از جمله افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها را به هم متصل می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۳۳۶). شبکه‌های اجتماعی در جامعه شبکه‌ای ارزیابی می‌شوند؛ این جامعه را با الهام از مانوئل کاستلز می‌توان جامعه‌ای تغییر یافته بر اثر انقلاب فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات دانست. نظریه جامعه شبکه‌ای مبتنی بر این فرض است که میان اجزای مختلف جامعه در سطح خرد و کلان، شبکه‌های تعامل وجود دارد. به هم پیوستن شبکه‌های تعاملی و کارکردی که در آن‌ها وجود دارد، موجب حفظ بقای جامعه می‌شود (کاستلز، ۶۷: ۱۳۸۴). به بیانی شبکه‌های اجتماعی به شکل مؤثری، می‌توانند در استخراج الگوها از جامعه شبکه‌ای مورد استفاده قرار گیرند. شبکه‌های اجتماعی ابزار مناسبی برای تعامل در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی هستند. تعاملات و ارتباطات تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بعد مکان و زمان را از میان برداشته است به گونه‌ای که اجتماع مجازی توسط شبکه‌های اجتماعی افراد را با علایق و سلیق مختلف کنار یکدیگر قرار می‌دهد. این موضوع در برگزاری مراسم سوگواری که لازم است دوستان و نزدیکان کنار خانواده غم‌زده و مصیبت‌دیده حاضر شوند و از احساس تنهایی، فشار روحی و اندوه آن‌ها بکاهند و درعین حال با توجه به محدودیت‌ها در شرایط فاصله‌گذاری اجتماعی امکان آن وجود ندارد بیش‌ازپیش دیده می‌شود.

سوگواری فرآیندی است که بعد از فقدان و تجربه مرگ عزیزان رخ می‌دهد. یکی از راه‌های گذر بازماندگان از سوگواری نظریه تکالیف سوگواری است. وردن (۱۳۹۶) مفهوم تکالیف سوگواری را بسیار همخوان با مفهوم فروید از سوگ می‌داند و اشاره به این دارد که فرد سوگوار باید وارد عمل شود و کاری انجام دهد. همچنین این رویکرد حاکی

از این است که سوگواری می‌تواند تحت تأثیر یک مداخله بیرونی قرار گیرد. رویکرد تکلیف می‌تواند به او این حس و انرژی را بدهد که وی می‌تواند فعالانه دست به عمل بزند تا با مرگ محبوب ازدست‌رفته‌اش کنار بیاید. سوگواری مستلزم تکالیفی است که باید تکمیل گردند (وردن، ۱۳۹۶: ۶۳). تکالیف سوگواری عبارت‌اند از:

تکلیف اول، پذیرش واقعیت فقدان است. وقتی شخصی می‌میرد این حس که انگار مرگی رخ نداده وجود دارد. اولین تکلیف سوگواری، روبه‌رویی کامل با این واقعیت است که شخص مرده، رفته و دیگر بر نمی‌گردد.

تکلیف دوم، مواجهه با درد سوگ است. درد تعریف گسترده‌ای دارد که هم شامل درد فیزیکی واقعی است و هم شامل دردهای عاطفی و رفتاری مرتبط با فقدان است. ضروری است این درد به رسمیت شناخته شود و آن را حل و فصل کرد.

تکلیف سوم، سازگاری با دنیای بدون متوفی است. سازگاری ابعاد درونی، بیرونی و معنوی دارد.

تکلیف چهارم، یافتن ارتباطی پایدار با متوفی در یک زندگی جدید است. دلبستگی احساسی بازماندگان با فرد فوت شده با مردن او قطع نمی‌شود و آن‌ها از طریق حفظ خاطرات و یادگاری‌ها این ارتباط را حفظ می‌کنند و زندگی جدیدی را بدون حضور فیزیکی او شروع می‌کنند (وردن، ۱۳۹۶: ۶۳).

بنابراین مرگ موضوعی است مربوط به زندگان؛ در واقع نه خود مرگ، بلکه آگاهی از مرگ است که برای آدمیان مسئله‌ساز است. از میان مخلوقات بسیاری که در این کره خاکی می‌میرند، تنها انسان است که می‌داند روزی خواهد مرد. مجال هم‌ذات‌پنداری و ابراز همدردی بسیار فراخ‌تر از اعصار گذشته است و همدردی ما با دیگران، سهمین شدن مان در رنج و مرگ آن‌ها افزایش یافته است (الیاس، ۱۳۹۹: ۲۹). از این‌روست که حضور نزدیکان و دوستان در کنار بازماندگان متوفی برای ابراز همدردی و احساسات بسیار اهمیت دارد.

۳. روش تحقیق

تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش با استفاده از تحلیل مضمون صورت گرفت. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و تحلیل متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clarke: 2006: 93). مضمون یا تم، مبنای اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و سؤالات تحقیق است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد (King & Horrocks, 2010: 78). با استفاده از ویژگی پژوهش‌های کیفی در شبکه‌های اجتماعی، نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام و در مجموع بر اساس قاعده اشباع نظری ۱۸ حساب کاربری جان‌باختگان کرونا در اینستاگرام انتخاب شد. سپس کامنت‌های کاربران در این حساب‌ها که مرتبط با مسئله پژوهش بود جمع‌آوری شد و در مجموع ۱۰۰۰ کامنت برای بررسی مضامین مورد تحلیل قرار گرفت. تحلیل کامنت‌های مرتبط از روز فوت و اولین آگهی مجازی تسلیت متوفی در صفحات اینستاگرام به مدت یک هفته انجام گرفت. محققان بخشی از اشتباهات املائی و نگارشی کامنت‌ها را اصلاح کردند تا در خواندن گزارش برای استفاده‌کننده این پژوهش، مشکلی ایجاد نشود. تحلیل و تفسیر داده‌ها در روش تحلیل مضمون از طریق دو مرحله کدگذاری باز و محوری صورت گرفت تا به ترتیب مضامین فراگیر و مضامین سازمان‌دهنده شناسایی شوند.

۴. یافته‌های تحقیق

باتوجه به اهداف و سؤالات پژوهش درباره شیوه ابراز همدردی کاربران در صفحات مجازی افراد متوفی، شش مضمون فراگیر به دست آمد که شرح هر یک از مضامین ما را به درک بهتر و روشن‌تر اهداف رهنمون خواهد ساخت.

جدول ۱. تحلیل مضمون کامنت‌های کاربران از نظر ابراز احساسات در صفحات اینستاگرامی فوت‌شدگان

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
ابراز ناباوری و انکار	ناباوری، شوک و بهت‌زدگی از مرگ ناگهانی افراد	<ul style="list-style-type: none"> - باورم نمیشه. - یکی من رو از این کابوس بیدار کنه - مگه به همین راحتی میشه مرد؟ باورش سخته - باورم نمیشه همین چند روز پیش دیدمت. - چه بی‌خبر رفتی - دنیاچه بی‌وفایی - رو هوام، چه ناگهانی رفتی - کاش یکی بهم بگه که اشتباه شنیدم - یکی بهم بگه که دروغه - شوکه شدم - نفسم در نیامد. احساس خفگی می‌کنم. - مات و مبهوتم - خالی از هر حسی شدم - نمیتونه واقعیت داشته باشه
ابراز ناراحتی شدید از مهیا نبودن شرایط برای وداع آخر	احساس درماندگی و حسرت وداع آخر	<ul style="list-style-type: none"> - آن‌قدر بیچاره‌ایم که نمی‌تونیم ازت خداحافظی کنیم. - دیدارمون به قیامت افتاد - ما رو ببخش که از ترس مریضی تنها تو رو راهی سفر آخرت کردیم - این مرگ غریبانه از رفتنت دردناکتره بابا - نداشتن بغلت کنم مادر - تو رو دوبار از دست دادمت - داغت تا ابد رو دلمون می‌مونه. خداحافظی نکردیم. - شنیدم مراسم نداشتین، از راه دور تسلیت می‌گم
ابراز همدلی	ابراز دلسوزی خطاب به جان باختگان، همدلی عاطفی با بازماندگان و طلب	<ul style="list-style-type: none"> - جای خالیش با هیچی پر نمیشه، خدا صبرتون بده - خدا بهتون صبر بده - جاش تو بهشت باشه. تسلیت - در برابر این غم بزرگ تاب نداریم.

مضمون فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
	آمزش	<ul style="list-style-type: none"> - تسلیت واژه کوچکی در مقابل این غم بزرگه - خداوند مورد رحمت قرار بده همه رو - خدا رحمتشون کنه؛ - ای خدا!!! روحشون شاد؛ تسلیت؛ - ما را در غم خود شریک بدانید؛ - یاد و خاطراتشان همیشه گرامی، روحشون غرق در آرامش - براتون آرامش و صبر آرزو می کنم - یادشان گرامی - از خداوند بزرگ برای شما صبر و شکیبایی آرزو مندم؛ - چه غریبانه سفر کردید؛ - خیلی سخته خدا بهتون صبر بده
اسطوره سازی از متوفی	احترام به فوت شدگان به عنوان افراد مظلومی که علت ابتلا به ویروس کرونا جان دادند	<ul style="list-style-type: none"> - شریف و کامل بودید. این جور رفتن شما انصاف نبود - شخصیت مهربان و بی آزاری مثل شما نباید اینطور در سکوت دنیا رو ترک می کرد - وقتی به خوبی های بی شمارتون فکر می کنم این مرگ رو عادلانه نمیدونم - خدایا عدالت کجا رفته؟ مظلوم تر از تو مگه کسی هم تو دنیا بود - نمی دونم تاوان چی رو داریم پس می دیم؟ چرا تو باید مریض می شدی - بزرگ مردی مثل تو حقش نبود که اینطوری بمیره. - چرا پایان انسان های پاک سرشت باید اینطوری رقم بخوره؟
احساس گناه از عدم حضور در کنار خانواده متوفی به علت ترس از ابتلا به بیماری	عذرخواهی از بازماندگان متوفی به دلیل شرکت نکردن حضوری در مراسم سوگواری با توجه به شرایط کرونایی	<ul style="list-style-type: none"> - از اینکه کنارتون نبودم احساس بدی دارم. - شما رو با غمتون تنها گذاشتیم. کاش مجبور به رعایت فاصله نبودیم. - ما رو ببخشین که نتونستیم مرحم دردتون باشیم. - شما رو بی پناه و باداغی بزرگ به حال خودتون رها کردیم. لعنت به این شرایط اجباری

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
		<ul style="list-style-type: none"> - کاش روزی ما رو بتونید ببخشید - دوست داشتم کنارتون باشم و باهم برا عزیزمون گریه کنیم. - امیدوارم روزی ما رو درک کنید.
<p>تداعی مرگ افراد و دیرفراموشی آن در صفحات مجازی</p>	<p>دردناک شمردن مشاهده صفحات فرد متوفی</p>	<ul style="list-style-type: none"> - پست‌ها و عکس‌ها رو می‌بینم و باورم نمیشه که دیگه نیستی کنارمون - یعنی دیگه پست جدید برامون نمیداری؟ - چجوری به پیجت سر نزنم و فراموش کنم؟ - عکس‌ها هستن و خودت نیستی. کجایی الان؟ - با این همه عکس و خاطره چه کنیم؟

همان‌گونه که جدول ۱ نشان می‌دهد تحلیل مضمون کامنت‌های کاربران در صفحات اینستاگرامی جان‌باختگان به استخراج شش مضمون فراگیر «ابراز ناباوری و انکار»، «ابراز ناراحتی شدید از مهیا نبودن شرایط برای وداع آخر با متوفی»، «ابراز همدلی»، «اسطوره‌سازی از متوفی»، «احساس گناه از عدم حضور در مراسم تشییع و کفن و دفن به علت ترس از ابتلا به بیماری» و «اشاره به نقش تداعی‌کننده فضای مجازی برای دیرفراموشی مرگ» منجر شد. آنچه در مشاهده اظهارنظر کاربران مشخص است این که به تدریج با گذشت زمان از روز حادثه تعداد اظهارنظرهای جدید کم می‌شود. در اظهارنظرها برای نمونه، جملاتی چون «یکی من رو از این کابوس بیدار کنه. مگه به همین راحتی میشه مرد؟ باورش سخته. باورم نمیشه همین چند روز پیش دیدمت. چه بی‌خبر رفتی؟ دنیاچه بی‌وفایی...» دیده می‌شود که در واقع ناباوری مرگ افراد را نزد کاربران نشان می‌دهد.

بر اساس یافته‌های تحقیق در سوگواری در فضای مجازی دو دسته کاربر اظهار نظر می‌کنند: کسانی که فرد متوفی را از نزدیک می‌شناسند و از اعضای خانواده، دوستان یا آشنایان او به شمار می‌روند و کسانی که شناخت قبلی از فرد متوفی ندارند که غالب

اظهارنظرها به گونه‌ای است که نشان می‌دهد افراد از نزدیکان، دوستان یا آشنایان متوفی هستند. در همین چارچوب، مضمون فراگیری که در تحلیل اظهارنظر کاربران شبکه‌های اجتماعی در صفحات متوفیان مشاهده می‌شود ایده‌آل‌سازی و اسطوره‌سازی فرد متوفی است که در مرگ‌های ناگهانی ناشی از بیماری‌های کمتر شناخته شده و جدید مانند مورد مطالعه این تحقیق، این موضوع بیش‌ازپیش خود را نشان می‌دهد. مضامین به‌دست‌آمده حکایت از آن دارد که کاربران از صفات ارزشمند و گاهی اغراق‌آمیزی مانند «شریف و مهربان»، «بی‌آزار»، «بزرگ‌مرد و پاک‌سرشت»، مظلوم و ... برای متوفیان استفاده می‌کنند که البته مرگ ناگهانی به علت کرونا کاربرد این صفات را نزد کاربران تقویت می‌کند. برخی از کاربران نیز با نگاه حسرت‌بار به دسترسی آسان و عمومی به صفحات شخصی فوت‌شدگان و جملاتی چون «عکسهاست هستن و خودت نیستی؛ یعنی پست تازه نمیلاری دیگه؟ چه جوری پیجت رو فراموش کنم و بهش سرزنم» واکنش خود را به تداعی مرگ در شبکه‌های اجتماعی ابراز می‌کنند و مشاهده این صفحات را اندوهناک می‌دانند. این نگاه ناشی از ناراحتی کاربران، غالباً فضای مجازی را زمینه‌ای برای آهسته کردن سیر فراموشی موضوع مرگ متوفی و به عبارت دیگر دیرفراموشی و تداوم تداعی مصیبت در ذهن کاربران می‌داند و مشاهده صفحه فرد متوفی و پست‌های قبلی او را دردناک توصیف می‌کند.

«ابراز ناراحتی از مهیا نبودن شرایط برای وداع آخر» با متوفی یکی از مضامین برجسته در اظهارنظرهای کاربران در صفحات اینستاگرام درگذشتگان ناشی از کروناست که به نوعی حسرت و اندوه نزدیکان را از این موضوع به علت شرایط کرونایی و فاصله‌گذاری اجتماعی نشان می‌دهد.

«آن‌قدر بیچاره‌ایم که نمی‌تونیم ازت خداحافظی کنیم؛ دیدارمون به قیامت

افتاد؛ ما رو ببخش که از ترس مریضی تنها تو رو راهی سفر آخرت کردیم؛ این

مرگ غریبانه از رفتنت دردناکتره بابا» نمونه‌هایی از مضامین پایه است که در

اظهارنظرهای کاربران در صفحات فرد متوفی مشاهده شد.

استفاده از ایموجی به‌عنوان ابزاری برای ابراز احساسات غیرکلامی نیز بر اساس یافته‌های تحقیق از ویژگی‌های سوگواری در فضای مجازی به شمار می‌رود. بروز احساسات کاربران در فضای مجازی غالباً با استفاده از ایموجی‌هایی با مضمون ناراحتی، اشک و آه و غم (ایموجی غم، اشک، قلب شکسته، قلب مشکی، گل رز یا لاله سرخ یا سیاه و مضمون طلب آمرزش، علامت دعا و شمع) بود که جایگزین ابراز احساسات غیرکلامی افراد در مراسم سوگواری حضوری است.

۵. نتیجه‌گیری

موضوع مرگ و فوت عزیزان همواره در تمامی جوامع، ادیان و فرهنگ‌های مختلف اتفاقی سخت باور و بسیار غم‌انگیز است. عوامل مختلفی بر نحوه سوگواری و یادبود افراد فوت شده تأثیرگذارند که از جمله می‌توان به نحوه مرگ افراد، شخصیت و شناختی که جامعه از آن‌ها داشته است، سن آن‌ها و امثال آن اشاره کرد. مرگ ناشی از ابتلا به بیماری کووید ۱۹ یکی از شیوه‌ی خاص مرگ است که به علت نگرانی از ابتلای شرکت‌کنندگان در مراسم یادبود متوفی، برگزاری مراسم سوگواری حضوری را برای خانواده دشوار می‌کند. در مراسم سوگواری حضوری، افراد برای تسکین غم بازماندگان، با آن‌ها حضوری ابراز همدردی می‌کنند و شخص داغ‌دیده به‌جای محبوس کردن بغض در گلو آزادانه اشک می‌ریزد و با گریه و ناله در جمع نزدیکان تخلیه هیجانات روحی او صورت می‌گیرد؛ اما امروزه با قرار گرفتن جامعه در وضعیت بحران به دلیل شیوع بیماری کرونا و ویروس ۱۹ و منع تجمعات انسانی و تأکید بر رعایت و حفظ پروتکل‌های بهداشتی، بازماندگان به‌ناچار با استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی مراسم یادبود درگذشتگان و عزیزان خود را به‌صورت مجازی برگزار می‌کنند. کاربران فضای مجازی پس از اطلاع از مرگ نزدیکان و آشنایان با اظهارنظر در صفحات افراد فوت‌شده یا خانواده‌های آنان به‌سرعت واکنش نشان می‌دهند و درواقع جامعه‌ای شبکه‌ای را تشکیل می‌دهند که امکان حضور شمار بیشتری از سوگواران یا تسلیت‌دهندگان وجود دارد. اظهارنظر کاربران در فضای مجازی معمولاً از نظر زمانی بسیار نزدیک به زمان حادثه و مرگ افراد است و

به مرور با گذشت زمان از اظهارنظرها و مراجعه کاربران به صفحه کاسته می‌شود. بر اساس یافته‌های این پژوهش که به تحلیل کامنت‌های کاربران در صفحات اینستاگرام متوفیان پرداخت، بیشتر مضامین استفاده شده مرتبط با ابراز غم‌واندوه و عرض تسلیت به بازماندگان بود؛ اما آنچه تفاوت اساسی یادبود مجازی با مراسم حضوری به شمار می‌رود این است که در سوگواری مجازی، کاربران در صفحات مجازی فرد فوت‌شده این امکان را دارند احساسات خود را خطاب به او به‌طور مستقیم بیان کنند و پیامشان را خطاب به شخص متوفی بنویسند. در واقع تعامل کاربران با متوفیان پس از مرگ آن‌ها به ارتباطی یک‌سویه تبدیل می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد «ابراز ناباوری و انکار» و «ابراز ناراحتی شدید از مهیا نبودن شرایط برای وداع آخر»، «ابراز همدلی»، «اسطوره‌سازی از متوفی»، «عذرخواهی از خانواده متوفی به علت عدم حضور ناشی از ترس از ابتلا به بیماری» مضامین مهم در اظهارنظرهای کاربران در صفحات مجازی افراد فوت‌شده است. نکته مهم دیگری که جالب توجه است اشاره به نقش فضای مجازی به دیرفراموشی مرگ افراد است. به این معنا که هر بار مشاهده صفحه شخصی فرد فوت‌شده، تداعی گر مرگ او نزد کاربر می‌شود و این موضوع به «دیرفراموشی مرگ افراد» منجر خواهد شد و این بخش از تکالیف سوگواری را که شخص دیگر باز نخواهد گشت دشوار می‌کند و به رسمیت شناختن و حل و فصل درد سوگ را کند خواهد کرد؛ بنابراین صفحه اجتماعی مجازی متوفیان به حفظ خاطرات و یادگاری آن‌ها به استمرار ارتباط عاطفی و دل‌بستگی احساسی کاربران با افراد از دست‌رفته کمک خواهد کرد.

به‌طور کلی با وجود امکان برگزاری مراسم یادبود مجازی، تشکیل جامعه شبکه‌ای سوگوار، ارسال پیام به درگذشتگان و ابراز احساسات در چنین فضایی، تخلیه احساسات و هیجانات افراد داغ‌دیده به‌طور کامل صورت نمی‌گیرد و سوگواری مجازی با وجود آثار مطلوب آن، جایگزین مراسم حضوری برای انجام تکالیف سوگواری نخواهد شد.

منابع

- الیاس، نوربرت. (۱۳۹۹). *تنهایی دم مرگ*، ترجمه امید مهرگان و صالح نجفی. تهران: گام نو.
- بهار، مهرداد. (۱۳۹۷). *پژوهشی در اساطیر ایران*. تهران: انتشارات آگاه.
- خانیک، هادی. باستانی، سوسن و ارکان‌زاده، سعید. (۱۳۹۹). «نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جادو رفتگی شبکه رسانه‌ها». *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۷-۳۱.
- عابدین، علیرضا. روبن‌زاده، شرمین و صالحی، دل‌آرام. (۱۳۹۶). *سوگ*. تهران: نشر قطره.
- عاملی، سعیدرضا. شکرخواه، یونس و منصوری، سیده تمنا. (۱۳۹۸). «تجربه دو فضای شده کاربران ایرانی از سوگواری مجازی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک». *فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۱۶-۳۳.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). *عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد اول. تهران: انتشارات طرح نور.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.
- میرعابدینی، سیدابوطالب و صدیقیان، مهین‌دخت. (۱۳۸۶). *فرهنگ اساطیری-حماسی ایران به روایت منابع بعد از اسلام: کیانیان (جلد ۲)*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- وردن، ویلیام. (۱۳۹۶). *مشاوره و درمان سوگ (مرجع برای روانشناسان بالینی، روان‌پزشکان و مشاوران)*. ترجمه احمدرضا کیانی و فاطمه سبزواری. تهران: کتاب ارجمند.
- ACKER, AMELIA., & BRUBAKER, JED R. (2014). "Death, Memorialization, and Social Media: A Platform Perspective for Personal Archives". *archivaria*, 1-23.
- Brubaker, Jed R., & Vertesi, Janet. (2010). *Death and the Social Network*. University of California., 1-4. Retrieved from Identity lab: <https://cmci.colorado.edu/idlab/project/death-sns/>
- Bisceglia, Paul. (2013, August 20). *How Social Media Is Changing The Way We Approach Death*. Retrieved March 2020, 7, from theatlantic: <https://amp.theatlantic.com/amp/article/278836/>
- Braun, Virginia., & Clarke, Victoria. (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology". *Qualitative Research in Psychology*, 77-101.

- Brubaker, Jed R., Hayes, Gillian R., & Mazmanian, M. (2019). "Orienting to Networked Grief: Situated Perspectives of Communal Mourning on Facebook". *Interact*, 1-19.
- Crano, Rd. (2018). "The real terror of Instagram: the social media scopic field". *SAGE Journal*, 123-139.
- everplans. (2019, January 8). Retrieved March 21, 2002, from *The Unwritten Rules About Dealing With Death On Social Media*: <https://www.everplans.com/articles/the-unwritten-rules-about-dealing-with-death-on-social-media>
- facebook. (2009, November 1). Retrieved January 23, 2020, from Memorialized Accounts: <https://www.facebook.com/help/1506822589577997>
- Florea, Marie-Laure., & Rabatel, Alain. (2011). "Media Representations of Death and the Issues Involved in the Construction of the Event". open edition, 1-11.
- Gul, Sumeer., & Shueb, Sheikh. (2016). "Twitter as a Mourning Dove for the Blooming Buds: An Analysis of Twitter's". *researchgate*, 237-247.
- Hansch, Folker. (2010). "Representing Death in the News"; *Journalism, Media and Mortality*. London: Palgrave Macmillan.
- Hobbs, William R., & Burke, Moira K.. (2017). "Connective Recovery in Social Networks After the Death of a Friend". University of California, 1-28.
- Hutson, Matthew. (2017, April 24). *Death can strengthen social networks for years after the event, Facebook study reveals*. Retrieved March 17, 2020, from *sciencemag*: <https://www.sciencemag.org/news/2017/04/death-can-strengthen-social-networks-years-after-event-facebook-study-reveals>
- IdentityLab. (2018, April 6). Retrieved March 17, 2020, from DEATH & THE SOCIAL NETWORK: <https://cmci.colorado.edu/idlab/project/death-sns/>
- instagram. (2019, March 8). Retrieved March 22, 2020, from *instagram*: <https://help.instagram.com/424737657584573>
- Kenton, Will. (2018, May 29). *Social Networking*. Retrieved March 20, 2020, from *Investopedia*: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp>
- King, Nigel., & Horrocks, Christine. (2010). *Interviews in qualitative research*. London: SAGE Publications.
- Rossetto, Kelly R., Lannutti, P. J., & Strauman, Elena C. (2014). "Death on Facebook: Examining the roles of social media communication for the bereaved". *Social and Personal Relationships*, 974-994.

- Rouse, Margaret. (2019, 8 August). *Whatis*. Retrieved March 21, 2020, from social networking: <https://whatis.techtarget.com/definition/social-networking>
- statcounter. (2020, June 1). Retrieved July 31, 2020, from <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/iran>
- Statista a. (2019, March 25). Retrieved March 18, 2020, from Social Media & User-Generated Content: <https://www.statista.com/statistics/986412/opinion-on-social-network-accounts-and-digital-death-in-italy/>
- Statista b. (2019, nov 20). Retrieved March 2020, 17, from Social Media & User-Generated Content: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
- Wagner, A. J. (2018). "Do not Click "Like" When Somebody has Died: The Role of Norms for Mourning Practices in Social Media". *sage journals, Social Media + Society*, 1-11.

