



**التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على
مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته
الاجتماعية والنفسية على ذويهم
”دراسة ميدانية“**

إعداد

أ.م.د/ ابتسام مرسي محمد المرسي

أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية الدراسات الإنسانية، جامعة الأزهر، مصر

د/ محمد ممني الجراوي

مدرس الصحافة والنشر، بكلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر، مصر

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته

الاجتماعية والنفسية على ذويهم "دراسة ميدانية"

ابتسام مرسي محمد المرسي^{١*} محمد مهني البحراري^٢

^١قسم علم الاجتماع، كلية الدراسات الانسانية بنات، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

^٢قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

*البريد الإلكتروني للباحث الرئيس: ebtsammorsy239.el@azhar.edu.eg

المستخلص:

يهدف البحث إلى فهم ورصد التأثيرات الاجتماعية والنفسية -إيجابا وسلبا- لذوي المتوفين وأصدقائهم المقربين نتيجة التعرض للإرث الرقمي الخاص بهم على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة أنماط وأشكال تعاملهم مع هذا الإرث الرقمي وما يحققه من إشباعات متعددة. وتنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح الميداني على عينة قوامها ٤٤٦ مفردة، كما اعتمدت في جمع البيانات على استمارة الاستقصاء الإلكترونية، وقد توصلت إلى أن الإرث الرقمي للمتوفى يساعد في الحفاظ على الذكرى العاطفية وتقوية الروابط بين أفراد العائلة والأصدقاء، ويتيح للأفراد التعبير عن مشاعرهم والتواصل مع الآخرين ممن فقدوا نفس الشخص، كما كشفت الدراسة أن درجة القرابة تؤدي دورًا مهمًا في التأثير العاطفي حيث كان الأقارب من الدرجة الأولى أكثر تأثرًا نفسيًا مقارنة بغيرهم، ومن الناحية الاجتماعية، كان الذكور أكثر تأثرًا اجتماعيًا من الإناث بسبب انخراطهم الأكبر في الأنشطة المجتمعية. وقد أوصت الدراسة بتعزيز الوعي المجتمعي والتخطيط المسبق للإرث الرقمي لتقليل الأثر النفسي السلبي على ذوي المتوفى، وأن تعمل منصات التواصل على تطوير سياسات أكثر وضوحًا وإنسانية بشأن حسابات المتوفيين، مع ضرورة وضع

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

إرشادات أخلاقية وقانونية لنشر محتوى المتوفيين لضمان احترام خصوصيتهم ومشاعر أسرهم.

الكلمات المفتاحية: الإرث الرقمي، التأثيرات الاجتماعية، التأثيرات النفسية، مواقع التواصل الاجتماعي، إرث المتوفى.

Exposure to the Digital Legacy of Deceased Individuals on Social Media and Its Social and Psychological Impacts on Their Loved Ones: A Field Study

Ebtsam Morsy Mohamed^{1*}

Mohammed Mehanni El-Bahrawy²

¹Department of Sociology, Faculty of Humanities (Girls), Al-Azhar University, Cairo, Egypt.

²Department of Press and Publishing, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University, Cairo, Egypt.

*Corresponding author E-mail: ebtsammorsy239.el@azhar.edu.eg

Abstract:

The research aims to explore and monitor the social and psychological impacts—both positive and negative—on the bereaved and close friends of the deceased as a result of exposure to their digital legacy on social media platforms. It also seeks to identify the patterns and forms of interaction with this digital legacy and the various gratifications it provides. The study falls within the field of descriptive research and employed a field survey methodology on a sample of 446 individuals. Data were collected using an online questionnaire. The findings revealed that the digital legacy of the deceased contributes to preserving emotional memories and strengthening bonds among family members and friends. It also enables individuals to express their emotions and connect with others who have lost the same person. The study further indicated that the degree of kinship plays a significant role in emotional impact, with first-degree relatives experiencing more intense psychological effects than others. On the social level, males were found to be more socially affected than females, attributed to their greater involvement in community activities. The study also recommended raising public awareness and promoting

proactive planning for digital legacy to mitigate the negative psychological impact on the bereaved.

Keywords: Digital Legacy, Social Impacts, Psychological Impacts, Social Media, Deceased Person's Legacy.

مقدمة:

في عصر الإعلام الرقمي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث تجاوزت وظائفها التقليدية في التواصل الشخصي لتصبح أدوات شاملة تُستخدم في مجالات متعددة أبرزها أنها أداة فورية لنقل الأخبار والمعلومات، إضافة إلى كونها وسيلة ترفيهية متكاملة، كما أنها أحد الوسائل المهمة للتواصل مع الآخرين والتعبير عن الرأي؛ بل أيضًا مساحة للتعبير عن المشاعر المرتبطة بحالات الفرح والحزن والنجاح والإخفاق، وطلب الدعم والدعاء والتفاعل مع المنشورات والصور وغيرها كثير من الوظائف.

وإذا كانت هذه بعضًا من الوظائف التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد في حالة حياتهم؛ فإنه في حالة الوفاة يترك هؤلاء الأشخاص إرثًا رقميًا هائلًا يشمل منشوراتهم، وصورهم، ومقاطع الفيديو الخاصة بهم، والتعليقات التي شاركوها، والتي تصبح ذكريات رقمية يمكن لذويهم وأصدقائهم الرجوع إليها والتفاعل معها بأشكال مختلفة بداية من التعرض لها وتصفحها من وقت لآخر، أو مشاركتها مع الغير أو تعديلها وإعادة مشاركتها مرة أخرى، وغيرها من التعاطي مع هذا الإرث الإلكتروني.

ويشير مفهوم "الإرث الرقمي" إلى جميع أنواع المحتوى الرقمي الذي ينتجه أو يحتفظ به الفرد طوال حياته ويتركه بعد وفاته، ويتضمن هذا الإرث البيانات الشخصية والنصوص، ورسائل البريد الإلكتروني، والوثائق، والملفات الصوتية والمرئية، والصور، ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات، وسجلات الرعاية الصحية والتأمين الصحي، وبرامج الكمبيوتر، وتراخيص البرمجيات، وقواعد البيانات، وكذلك أسماء المستخدمين وكلمات المرور، ويتم إنشاء هذا المحتوى الرقمي أو استلامه أو تخزينه بوسائل رقمية على أجهزة إلكترونية مثل: الهواتف الذكية، والحواسيب، أو الخدمات السحابية.^(١)

وإذا كان التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل معها يؤدي العديد من الوظائف ويؤثر على الجوانب المختلفة للمستخدمين سواء من الناحية الاجتماعية والنفسية؛ وإذا كان المستخدم يترك إرثا رقميا متنوعا بعد وفاته، فإنه من المهم فهم ورصد التأثيرات الاجتماعية والنفسية -إيجابا وسلبا- لذوي المتوفين وأصدقائهم المقربين لهم الناتجة من التعرض المستمر لهذا النوع من المحتوى، ومعرفة أنماط وأشكال تعاملهم مع هذا الإرث الرقمي وما يحققه من إشباعات متعددة.

الدراسات السابقة:

تحتم قواعد البحث العلمي وأصوله مراجعة التراث العلمي المتمثل في الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع البحث، وهي مرحلة مهمة وآلية أساسية ومرجعية علمية اعتمد عليها الباحثان في وضع الخطة العامة لدراستهما بداية من بلورة المشكلة البحثية وحتى مناقشة النتائج التي تتوصل إليها، ومن خلال البحث توصل الباحثان إلى مجموعة من الدراسات ذات الصلة بالدراسة يعرضانها على النحو التالي:

دراسة كلثوم ببيمون ومريم نومار (٢٠٢٤)^(٢) والتي سعت للكشف عن الأشكال الدرامية الجديدة لتمثيل حدث الموت عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها ببناء التعاطف الاجتماعي داخل المجتمعات المعرضة للمخاطر، وذلك من خلال تحليل منشورات مستخدمي الفيسبوك في الجزائر خلال جائحة كورونا، اعتمدت الدراسة على منهج الننتوغرافيا، والتحليل النوعي للمحتوى، من خلال عينة قصدية مكونة من ١٥ منشورا تم اختيارها خلال فترة خمسة أشهر من العزل الصحي.

وقد توصلت الدراسة إلى ثلاث صور رئيسة لدراما الموت عبر المنصات الرقمية: تمثيلات لاختبار معنى الوجود بعد الموت، فيما يشبه "الخلود الرقمي"

وتمثيلات لاختبار معنى المواساة، والتي اتخذت طابعاً جمعياً افتراضياً غالباً ما ارتبط ببعده ديني، وأدوار نشطة بعد الوفاة، يتم فيها استخدام المحتوى لزيادة الوعي المجتمعي بخطورة الجائحة.

وقد أظهرت النتائج تحولات في مفهوم الزمن الافتراضي بين الحياة والموت، وتحولاً في الأبعاد المكانية نتيجة تعويض التواصل الرقمي لقيود المسافة، إلى جانب بروز دلالات جديدة لتقاسم حدث الموت وتنظيم "مجالس العزاء" رقمياً، كما أبرزت الدراسة أدوار المستخدمين كمتعاطفين، أو باحثين عن التعاطف، أو مساهمين في التوعية المجتمعية، وقد أوصت الدراسة بأهمية فهم أنماط التعاطف والتضامن الاجتماعي المستجدة عبر وسائل التواصل، باعتبارها ممارسات نوعية بديلة في أوقات الأزمات الصحية.

فيما هدفت دراسة محسن كامل وآخرين، (٢٠٢٣)^(٣) إلى تحديد أسباب التمر عبر الإنترنت، وفهم تأثير انتشار التسلط عبر الإنترنت، وفهم الأثر النفسي والاجتماعي للتعرض للتمر عبر الإنترنت على الفتيات المراهقات، وتنتمي الدراسة لحقل الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، حيث تم تطبيقها على عينة قدرها (١٢٠) طالبة بالمرحلة الثانوية بالقاهرة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة إحصائية بين الصف الدراسي والأبعاد الخمسة للمتغيرات النفسية والاجتماعية (النفسي، واللفظي، والاجتماعي، والسلوكي الجسدي) كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية طردية موجبة ما بين مؤهل رب الأسرة والأبعاد الخمسة للمتغيرات النفسية والاجتماعية عند مستوى معنوية قدره ٩٩%، كما أكدت الدراسة أن الوصمة الاجتماعية، والتوافق النفسي لهما تأثير سلبي على الطالبات اللاتي يتعرضن للتمر الإلكتروني، وأوصت الدراسة بضرورة العمل بشكل

تعاوني بين الأسرة والمدرسة في حالة التأكد من أن المراهقة متمرة أو ضحية للتمتر، مع مراقبة استخدام المراهقات.

أما دراسة شريفة السويدي (٢٠٢٣)^(٤) فقد هدفت الي الكشف عن أسباب تعرض الضحايا للابتزاز الإلكتروني، وأهم الآثار الاجتماعية والنفسية التي قد يعانون منها، واعتمدت الباحثة علي المنهج الكيفي، وتكونت عينة الدراسة من ١١ مبحوث، يعملون في القيادة العامة لشرطة الشارقة، ومركز الدعم الاجتماعي في إمارة الشارقة ممن يتعاملون مع ضحايا الابتزاز الالكتروني بشكل مباشر، واستعملت المقابلة المعمقة كأداة للدراسة، وتوصلت الدراسة الي أن الثقة المفرطة في الغرباء، وقلة الوعي، وضعف الوازع الديني، وغياب الرقابة الأسرية، والتفكك الأسري من أهم أسباب تعرض الفرد للابتزاز الالكتروني، ومن أكثر أشكال الابتزاز الالكتروني انتشاراً في إمارة الشارقة هو الابتزاز المادي والجنسي وبالنسبة لآثاره النفسية هي فقدان الثقة في النفس وبالمحيطين.

فيما هدفت دراسة ولاء سالم (٢٠٢٢)^(٥) إلى التعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية لظاهرة التمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي المراهقات، وذلك من خلال الكشف عن التعرف على حجم تعرض المراهقات للتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد أهم التأثيرات النفسية والاجتماعية لظاهرة التمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي المراهقات، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح، معتمدة في ذلك على استمارة الاستبيان الالكترونية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٦٥٧) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد إدراك انتشار التمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة توقع المبحوثات بقدرة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين (الشخص الثالث نفسياً واجتماعياً، أي أنه كلما زادت درجة إدراك انتشار التمر

الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزداد فرصة إدراك التأثير على الآخرين (الشخص الثالث) نفسياً واجتماعياً.

أما دراسة بالحبيب نور الهدى (٢٠٢٢)^(٦) فقد هدفت إلى رصد العلاقة بين قلق الموت والتوافق الاجتماعي لدى أفراد عائلات المتوفين بمرض كورونا، دراسة استكشافية ببلدة عمر، ولاية تقرت بالجزائر، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي لعينة من (٩٠) فرد من عائلات المتوفين بفيروس كورونا تم اختيارهم بطريقة قصدية، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى قلق الموت منخفض لدى افراد عائلات المتوفين بوباء كورونا، وأن مستوى التوافق الاجتماعي مرتفع لدى أفراد عائلات المتوفين بوباء كورونا، كما أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قلق الموت لدى افراد عائلات المتوفين بوباء كورونا تعزى لمتغير الجنس والسن، ولا توجد فروق تعزى لمتغير تفاعل الجنس مع السن.

فيما هدفت دراسة إيناس عويسات، (٢٠٢٢)^(٧) إلى التعرف على تجربة والديّ الشهداء لدى استشهاد الأبناء في الأحداث لعام ٢٠١٥ - ٢٠٢٠ في محافظة القدس، والتعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لدى والديّ الشهداء عند فقدان أحد أبنائهم، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الكيفي وأداة المقابلة باستخدام العينة المتاحة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ٨٧% قد عبروا عن مشاعرهم بعد سماع خبر استشهاد أبنائهم بالحزن (صراخ، وبكاء) و٧٥% لم يصدقوا الحدث وكانت بمثابة صدمة لهم، أما فيما يتعلق بالآثار الاجتماعية فإن ٧٥% أكدوا أن تأثير الاستشهاد كان إيجابياً حيث زاد تماسك العائلة، أما ٩١% من المبحوثين أكدوا أن الدعم المعنوي كان من خلال الأقارب إما عن طريق زيارة المنزل أو الاتصال بهم عبر مواقع التواصل، كما أظهرت النتائج أن ٨٧% من المبحوثين تلقوا الدعم من مؤسسات المجتمع المحلي، أما بالنسبة للآثار النفسية فأظهرت نتائج الدراسة إن ٨٣% من المبحوثين وجدوا صعوبة في

التكيف مع الحياة بسبب استشهاد أحد الأبناء، وإن ٧٠,٣% لديهم خوف من فقدان ابن آخر.

وعن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رصدت دراسة أسماء بن خليوي (٢٠١٧)^(٨) العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الاضطرابات النفسية كالإكتئاب والقلق والانطواء لدى طلبة الجامعة والتعرف على مدى سوء استخدامهم لتلك المواقع، وإمكانية التنبؤ بالاضطرابات النفسية لديهم، وقد توصلت الدراسة إلى وجود سوء استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وأن هناك علاقة ارتباطية طردية موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإكتئاب والقلق والانطواء لدى طلبة الجامعة، وأنه بالإمكان التنبؤ بإصابة الطلبة ببعض الاضطرابات النفسية (الإكتئاب والقلق والانطواء) في ضوء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة الذكور والإناث في إصابتهم بالقلق والإكتئاب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور.

وانطلاقاً من ضرورة الكشف عن أهم الدوافع النفسية لاستخدام الإنترنت هدفت دراسة بسنت أحمد (٢٠١٨)^(٩) إلى الكشف عن الدوافع النفسية التي أدت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب المصري، وكذلك الكشف عن أسباب ارتباطهم الشديد بمواقع التواصل إلى حد أن تتولد لديهم ظواهر نفسية كالأحباط والإكتئاب والشعور بالقلق لدى الشباب والكشف عن طبيعة تعامل الشباب داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر مواقع التواصل، وقد كشفت الدراسة ارتفاع معدل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الباحثين، وأن الآثار الاجتماعية الإيجابية مرتفعة عن الآثار الاجتماعية السلبية، وأن الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة مقارنة بالآثار النفسية السلبية.

فيما هدفت دراسة فاطمة الزهرة (٢٠١٦)^(١٠) إلى رصد تأثير المضامين الإعلامية العنيفة على الجانب النفسي والسلوكي للمتلقي بصورة عامة، بإبراز دور هذه المضامين في ظهور السلوكيات العنيفة لدى المتلقين خاصة الأطفال منهم من خلال محاكاتهم للمشاهد العنيفة التي تبثها وسائل الإعلام، وما علاقة العنف المعروض عبر وسائل الإعلام بالعنف المجتمعي لنصل إلى نظريات الإعلام المفسرة لتأثيرات العنف في المضامين الإعلامية، وقد توصلت الدراسة إلى أن تعرض المتلقي للعنف عبر وسائل الإعلام يؤدي إلى الاعتقاد عليه ويصير شخصا لا مباليا وقليل الإحساس تجاه العنف إضافة إلى أنه يقلد السلوكيات العنيفة.

أما دراسة (Chang, Lin & Lin) (2015)^(١١) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير دوافع التسلية والتواصل الاجتماعي والحاجة للمعلومات وتقييم الذات على التفاعلية المتوقعة بين الأفراد بعضهم البعض، وبين الأفراد والرسالة والتفاعل الفردي الاجتماعي، وتأثير تلك التفاعلية المتوقعة على رضا واستمرارية استخدام الأفراد لوسائل التواصل، وقد استندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، والتفاعلية لاختبار استمرارية الاستخدام ولتحديد دوافع المستخدمين للاستمرار في استخدام الوسيلة بعد تقبلهم المبدئي لها، وقد توصلت له الدراسة وجود علاقة ايجابية بين الترفيه والتأثير على التفاعلية بين الأفراد بعضهم البعض وبين الأفراد والرسالة وتفاعل الفرد مع المجموعة، كما برزت علاقة ايجابية بين الرغبة في التواصل الاجتماعي والتفاعلية بين الأفراد بعضهم البعض وبين الفرد والمجموعة، كذلك كانت هناك علاقة ايجابية بين الرغبة في الحصول على المعلومات والتفاعلية بين الفرد والرسالة والفرد في إطار المجموعة، كما كشفت الدراسة عن أن هناك علاقة بين التفاعلية المتوقعة وسلوك التبني البعدي للمستخدمين للوسيلة.

فيما هدفت دراسة Trepte, S. & Reinecke (٢٠١١)^(١٢) إلى معرفة العلاقة بين الاستخدام المتكرر للشبكات الاجتماعية والافصاح عن الذات والعكس، وهي دراسة مسحية طبقت على عينة مكونة من ٤٨٨ مفردة، تم قياس نسبة استخدام الشبكات الاجتماعية ومعرفة مدى استعداد أفراد العينة للإفصاح عن الذات من خلال ٩ موضوعات كالمشاعر العميقة، العلاقات المقربة مع الآخرين، أمور يشعرون بالذنب لعملها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستعداد للإفصاح عن الذات يؤدي إلى استخدام أكبر للشبكات الاجتماعية والتعرض الانتقائي لها، وكلما زاد استخدام الشبكات الاجتماعية زاد الاستعداد للإفصاح عن الذات، وهو ما يسمى تأثير الميديا، وكلما زاد المردود الإيجابي للإفصاح عن الذات من خلال هذه الشبكات كزيادة الروابط الاجتماعية، كلما زاد استخدام الشبكات الاجتماعية والعكس.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

أولاً: من حيث الأهداف:

تتوعت أهداف الدراسات السابقة بين ما هو نفسي واجتماعي وسلوكي، فقد ركزت بعض الدراسات على تمثيلات الموت ومظاهر الحداد الرقمي (مثل دراسة كلثوم بيبيمون)، فيما اهتمت دراسات أخرى بالآثار النفسية للفقد ومشاعر الحزن والاكتئاب الناتجة عنه (مثل دراستي بالحبيب وعويسات)، كما اتجهت دراسات أخرى إلى تحليل العلاقة بين استخدام مواقع التواصل والحالة النفسية للمستخدمين عموماً، كما في دراسة بن خليوي ودراسة بسنت أحمد، بينما تناولت دراسات مثل شريفة السويدي ومحسن كامل موضوع الابتزاز والتتمر الرقمي وآثارهما النفسية والاجتماعية.

ثانياً: من حيث المناهج المستخدمة

غلب على معظم الدراسات السابقة الاعتماد المنهج الوصفي التحليلي، سواء في تتبع الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالتفاعل مع الإرث الرقمي، أو في

دراسة تأثيرات التمر والابتزاز الرقمي على الأفراد، وقد لجأت بعض الدراسات إلى المنهج الكيفي (مثل دراسة بيبيمون التي استخدمت مدخل النتوغرافيا وتحليل المحتوى)، فيما اعتمدت دراسات أخرى، خاصة الأجنبية منها، على مناهج كمية تحليلية لفهم دوافع الاستخدام وسلوك المستخدمين (مثل دراستي Chang و Lin) ويلاحظ من خلال مراجعة هذه الدراسات ندرة الأبحاث التي وظفت مناهج مختلطة (Mixed Methods) تدمج بين التحليل الكمي والنوعي في آنٍ واحد.

ثالثاً: من حيث أدوات جمع البيانات:

تتوعت أدوات جمع البيانات بين الاستبيانات الإلكترونية والمقننة (كما في الدراسات النفسية)، والمقابلات الفردية المعمقة (كما في دراسة عويسات)، وتحليل المحتوى الرقمي أو الخطابي (كما في دراسة بيبيمون)، وقد استخدمت بعض الدراسات أدوات قياس نفسية مقننة مثل مقياس الاكتئاب أو القلق أو جودة الحياة، ورغم هذا التنوع، فإن عددًا قليلاً من الدراسات قام بتحليل التفاعل الرقمي الفعلي مع حسابات المتوفين على منصات التواصل، مثل التعليقات والردود والمنشورات التي تتناول ذكراهم أو تستحضر سيرتهم، وهو ما يُعدّ مدخلاً أصيلاً لفهم طبيعة العلاقة النفسية والاجتماعية الممتدة بعد الوفاة.

رابعاً: أهم النظريات المستخدمة:

استندت الدراسات السابقة إلى عدد من النظريات لتفسير الظواهر النفسية والاجتماعية المرتبطة بالتفاعلات الرقمية، من أبرزها: نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية التفاعل الرمزي، ونظرية تأثير الشخص الثالث، كذلك نظرية الإفصاح عن الذات في تحليل مستويات التعبير الشخصي، ونظرية التعلم الاجتماعي في تفسير تأثير المحتوى العدواني، إلى جانب إشارات ضمنية إلى نظرية الإدمان الرقمي، ويلاحظ أن بعض الدراسات - خاصة العربية - لم توظف الإطار النظري بشكل واضح، مما يمنح هذه الدراسة فرصة لتقديم معالجة أكثر تكاملاً ووضوحاً في الجانب النظري.

خامساً: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحثان من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول مشكلة الدراسة وصياغة أهدافها وفرضياتها، والتعرف على الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة، وكيفية توظيفها لخدمة الدراسة التي يجريها، كما استفاد الباحثان من نتائجها وتوصياتها، وقد تم استخدام بعضها في مناقشة النتائج التي توصلت إليها دراستيهما.

مشكلة الدراسة:

يعد التعرض لمحتوى المتوفى وما تركه من إرث رقمي أحد الأشكال التي يحاول بها أهالي المتوفى الحفاظ على ذكرياته معهم أو الحفاظ على تراثه الذي تركه أو أحد أشكال التمسك ببقائه بين ذويه ولو بصورة رمزية، فكما كان الأفراد قديماً يعلقون صور المتوفى بالمنازل ويحتفظون ببعض ممتلكاته العينية من ملابس أو مقتنيات للحفاظ على تواجد معنوي أو للذكرى أو للحنين.. الخ، فمع تطور الحياة أصبحت هناك أشكال أكثر حداثة للحفاظ على ذكرى المتوفى من خلال ما تركه من إرث رقمي يظهر طبيعته وعلاقاته بالآخرين، وكذا يوضح أفكاره آرائه، ميوله؛ بل هناك أيضاً من يترك في إرثه الرقمي ما له قيمة مادية كبعض المواقع التي يتم الاشتراك بها بقيمة مادية أو بعض البرامج المدفوعة وغير ذلك، وهذا الإرث الرقمي الذي يتم التعرض له بعد الوفاة يؤثر بصور متعددة على أسرة المتوفى وأصدقائه ومن له بهم علاقات مباشرة أو غير مباشرة، هذه التأثيرات المحتملة قد تكون ايجابية أو سلبية تبعاً لطبيعة ما يتم عرضه من هذا الإرث الرقمي، وردود الأفعال عليه، ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في فهم ورصد أثر التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته الاجتماعية والنفسية على ذويهم.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

أ- الأهمية العلمية:

تثري هذه الدراسة المكتبة العربية ببحث يتناول موضوعًا جديدًا له تأثيره على العديد من الأسر التي فقدت أحد أفرادها، وقد يستفيد منه الباحثون في هذا المجال خاصة مع عدم وجود دراسات أهتمت بالتعرف على تأثير الإرث الرقمي على ذوي المتوفيين رغم انتشاره مؤخرًا بصورة كبيرة نتيجة زيادة المعروض من المحتوى الرقمي لأغلب الأفراد داخل المجتمع.

ب- الأهمية العملية:

١. توجه الدراسة النظر لأهمية الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الحالة الاجتماعية والنفسية واتجاهات الأفراد خاصة ذوي المتوفيين.

٢. أهمية دراسة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض لمحتوى المتوفى الرقمي - ومحاولة رصد مدي تأثيرها على ذوي المتوفى.

٣. أهمية رصد التأثيرات النفسية والاجتماعية الناتجة عن التعرض لمحتوى المتوفى الرقمي إيجابا وسلبا.

٤. يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في تقديم توصيات تسهم في التخفيف من التأثيرات السلبية لنشر محتويات الإرث الرقمي للمتوفى على ذويهم.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى التعرف على العلاقة بين الإرث الرقمي الذي تركه المتوفى وما يمكن أن يتسبب فيه من تأثيرات اجتماعية و نفسية على ذويه على النحو التالي:

١. التعرف على مدى رغبة ذوي المتوفى في البحث والتعاطي مع إرثه الرقمي.
٢. رصد مدى تأثير هذا الإرث على حياة أسرة المتوفى نفسياً واجتماعياً.
٣. التعرف على أشكال تفاعل المستخدمين مع محتوى ذويهم من المتوفيين على مواقع التواصل؟
٤. التعرف على مدى محاولة ذوي المتوفى نشر أو إعادة نشر هذا الإرث من عدمه، مع رصد العوامل المؤثرة في ذلك.
٥. التعرف على الجوانب الايجابية والسلبية المتعلقة بتعرض أسر المتوفى لإرثه الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

١. ما دوافع التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما الإشباعات المتحققة لذوي المتوفيين نتيجة التعرض للإرث الرقمي للمتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. أي من أشكال المحتوى الرقمي (صور، رسائل، منشورات، فيديوهات ... إلخ) الذي يترك تأثيراً اجتماعياً ونفسياً أقوى على ذوي المتوفى من غيره؟
٤. ما التأثيرات النفسية والاجتماعية لتعرض المستخدمين للإرث الرقمي للمتوفيين على ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. هل يؤدي التفاعل مع الإرث الرقمي للمتوفى إلى زيادة المشاعر الإيجابية أم السلبية لدى ذوي المتوفى؟
٦. ما تأثير العوامل الديموغرافية لذوي المتوفى مثل: (السن، والنوع، ودرجة القرب .. إلخ) على قوة التأثير النفسي والاجتماعي لديهم حال تعرضهم لمحتوى المتوفيين؟

٧. كيف يتفاعل ذوي المتوفى مع إرثه الرقمي في حالة تصادمه مع

العادات والعادات المتعارف عليها في المجتمع؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لإرث المتوفيين الرقمي من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لإرث المتوفيين الرقمي من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية المتحققة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لإرث المتوفيين الرقمي من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية المتحققة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة ومدى التعرض لإرث المتوفيين الرقمي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير النفسي نتيجة التعرض لإرث المتوفيين الرقمي.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير الاجتماعي نتيجة التعرض لإرث المتوفيين الرقمي.

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الظاهرة موضع الدراسة

خلال فترة زمنية معينة وإطار مكاني محدد، ومن ثم تنظيم البيانات ومعالجتها للوصول إلي إجابة علي تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها وتحقيق فهم أفضل وأدق للظاهرة المدروسة.^(١٣)

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة علي منهج المسح Survey Method، ذلك باتباع أسلوب المسح بالعينة، ويستهدف هذا المنهج تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وصفها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.^(١٤)

مجتمع الدراسة: سيتم الاعتماد في هذه الدراسة الميدانية على الجمهور ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرضون فيه لإرث المتوفيين الرقمي من ذويهم.

عينة الدراسة:

تم الاعتماد على عينة عمدية قدرها ٤٤٦ مفردة، ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرضون من خلالها على محتوى يخص المتوفيين من ذويهم وأصدقائهم.

أدوات جمع البيانات: اعتمد الباحثان على استمارة الاستبيان الموجهة للجمهور، من خلال الاعتماد على الاستمارة الإلكترونية والمرسلة عبر الإيمال أو نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

أسلوب القياس في الدراسة الميدانية: يتم الاعتماد على المقاييس التالية:

١. مقياس كثافة تعرض ذوي المتوفى لمحتواه على مواقع التواصل الاجتماعي.

٢. مقياس دوافع التعرض لهذا المحتوى.

٣. مقياس الاشباعات المتحققة من التعرض.

٤. مقياس التأثيرات النفسية والاجتماعية الناتجة عن التعرض.

مفاهيم الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي: يعرفها البعض بأنها مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام الوسائل الإعلامية الجديدة لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية أو تربوية، وفي هذا المجتمع تتميز العلاقات بأنها لا تكون بالضرورة متزامنة، والأعضاء لا يحضرون في نفس المكان والتواصل يتم دون الحضور، وقد يكون المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفاعلية من المجتمع الحقيقي، وذلك لأنه يتكون بسرعة وينتشر عبر المكان، ويحقق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.^(١٥)

التعريف الإجرائي: مواقع التواصل الاجتماعي هي المنصات التي يستخدمها الجمهور المصري ويتعرضون من خلالها للإرث الرقمي الذي يتركه ذويهم المتوفيين ويمكنهم التفاعل معه من خلال التعليق أو المشاركة وغيرها من أدوات التفاعل التي تتيحها تلك المنصات مثل: فيسبوك، ويوتيوب، وواتس آب وانستجرام وتيك توك ... وغيرها من المنصات.

مفهوم الإرث الرقمي:

يشير مفهوم "الإرث الرقمي" إلى جميع أنواع المحتوى الرقمي الذي ينتجه أو يحتفظ به الفرد طوال حياته ويتركه بعد وفاته، ويتضمن هذا الإرث البيانات الشخصية والنصوص، رسائل البريد الإلكتروني، الوثائق، الملفات الصوتية والمرئية، الصور، محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، سجلات الرعاية الصحية والتأمين الصحي، برامج الكمبيوتر، تراخيص البرمجيات، قواعد البيانات، وكذلك أسماء المستخدمين وكلمات المرور، ويتم إنشاء هذا المحتوى الرقمي أو استلامه أو تخزينه بوسائل رقمية على أجهزة إلكترونية مثل الهواتف الذكية، الحواسيب، أو الخدمات السحابية.^(١٦)

كما يمكن تعريف الإرث الإلكتروني بأنها الأشياء التي يتكون محتواها من قيم يغلب فيها الجانب الشخصي على الجانب المالي، كما في صفحات التواصل الاجتماعي وما تحويه من تعليقات ومنشورات وإعجابات والبريد الإلكتروني والصور والكتب والملفات والرسائل الشخصية ومحتويات الهاتف النقال ومقاطع الفيديو الشخصية والنشاطات الفكرية والاجتماعية للشخص على الإنترنت، وغيرها من الأشكال الأخرى، التي يحوزها الشخص طبقاً لدافع عاطفي أو لذوقه الخاص، أو وفقاً لمتطلبات الوظيفة أو المنصب الحكومي أو السياسي أو الإداري وغيرها من الدوافع الأخرى.^(١٧)

ونقصد به إجرائياً: كل ما يتركه المتوفي على مواقع التواصل الاجتماعي من محتوى مرئي ومسموع ومكتوب ويمكن لذويه أن يتعرضوا له ويتفاعلوا معه بصور مختلفة سواء بالمشاركة وإعادة النشر وغيرها من أدوات التفاعل التي تتيحها تلك المنصات.

التأثيرات النفسية والاجتماعية:

التأثيرات الاجتماعية: "تلك التأثيرات التي تتعرض لها البنية الاجتماعية بكل ما تتضمنه من عناصر ومكونات تتمثل في أنساق العلاقات الاجتماعية والأسرية وكذلك الضوابط الاجتماعية، أما التأثيرات النفسية: فهي حالات تؤثر على تفكير الشخص أو شعوره أو مزاجه أو سلوكه، مثل: الاكتئاب أو القلق وقد تكون هذه الحالات عرضية أو طويلة الأمد وتؤثر على قدرة على التواصل مع الآخرين والعمل كل يوم."^(١٨)

ويمكن أن نعرف التأثيرات النفسية والاجتماعية إجرائياً: بأنها التأثيرات النفسية والاجتماعية الإيجابية والسلبية الناتجة عن التعرض لمحتوى المتوفيين من قبل ذويهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يأتي منها الشعور بالراحة النفسية أو الاكتئاب، أو الحزن أو القلق النفسي، أو الأمن أو الخوف

الاجتماعي، الخجل الاجتماعي، العزلة الاجتماعية والاعترا ب الاجتماعي ... إلخ وغيرها من التأثيرات النفسية والاجتماعية، وتقاس التأثيرات النفسية والاجتماعية إجرائياً من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث بعد إجابته على مقياس التأثيرات النفسية والاجتماعية.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظريتين هما: الأولى: مدخل الاستخدامات والإشباعات، والثانية: نظرية المزاج العام.

أولاً: مدخل الاستخدامات والإشباعات:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات من القرن الماضي، ومن هذه الدراسات: دراسة هوتزوج ١٩٤٢ حول الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بريلسون ١٩٤٩ حول وظائف قراءة الصحف. وقد استطاع (كاتز ١٩٥٩) أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (رميوند باير) في الستينيات، وذلك في مقاله العلمية المنشورة عام ١٩٦٤ في مجلة بعنوان (الجمهور العنيد) ، وكانت فكرته الجديدة وقتئذ تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض الفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.^(١٩) وقد تطورت بشكل كبير خلال العقود التالية، حيث أصبحت وسيلة لفهم سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام.

بداية مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات: يأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباعات التي يحققونها من استخدامها لتلك الوسائل.^(٢٠) ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على فرض رئيس هو أن جمهور المتلقين جمهور نشط وله دور إيجابي في عملية الاتصال، وأن استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته، ويختار ما بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية المضمون الذي يناسبه، ويتوقف على هذا الاختيار على خصائص المتلقين.^(٢١)

ويحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية:

- ١- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- ٢- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض.
- ٣- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.^(٢٢)

فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يقوم على أساس المدخل الوظيفي والذي يترجم في أن تحديد دور وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وطبيعة الجمهور المستخدم، والفروق الفردية بينهم، وتأثير الدوافع والحاجات.^(٢٣) كما يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على أن حاجة الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال تخلق لديه دوافع التعرض لهذه الوسائل، حيث يتوقع أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الاحتياجات.^(٢٤)

وصنف ماكويل الحاجات في إطار الوظائف الرئيسية إلى الآتي:

١. وظيفة الإعلام: وتتمثل في رغبة الفرد في معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي.
٢. وظيفة تحديد الهوية الشخصية: وتتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية، وأنماط السلوك مع قيم الغير واكتساب وظيفة تحقيق الفرد لذاته.
٣. وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي: وتتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين، والتقمص الاجتماعي التوحد مع الغير وتحقيق الانتماء.
٤. وظيفة الترفيه: وتتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات، والراحة، وملء الفراغ، والمتعة الجمالية وإطلاق العواطف وغيرها من أدوات الترفيه.^(٢٥)

مدخل الاستخدامات والإشباع والإعلام الرقمي:

يعد مدخل الاستخدامات والإشباع من أهم المداخل النظرية التي تكيفت مع الإعلام الجديد ووسائله وتقنياته ومن ضمنها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتأكيد على تعمد الجمهور البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وهذا على النقيض من مستهلكي مضامين الوسائل التقليدية، حيث استغنت مجموعة من الدراسات عن بعض الدوافع الطقوسية التي لا تتناسب مع طبيعة الإعلام الجديد مثل: دافع الاسترخاء وذلك استنادا للطبيعة التفاعلية لشبكة الإنترنت التي تتطلب الاهتمام والمشاركة من الجمهور.^(٢٦)

وأشارت الدراسات إلى أن دخول تكنولوجيا الاتصال في الحياة الاجتماعية للجمهور خلق نوعاً من السلوكيات والعادات الجديدة المرتبطة بطبيعة هذه الوسائل، حيث أن الجمهور قد يتجه إلى استخدام هذه الوسائل بجانب وجود

الدوافع النفسية والطقوسية فهناك دوافع أخرى كالتفاعل أو الاندماج الاجتماعي وأيضا خصائص الوسيلة الاتصالية والتي تكون عامل جذب للمستخدم وحثه على استخدام وسيلة بعينها على حساب أخرى.^(٢٧)

وتقسم الإشباعات التي تقدمها شبكة الإنترنت على النحو التالي:

١. إشباع المحتوى: وينتج هذا النوع من الإشباعات عن استخدام شبكة الإنترنت من أجل المحتوى المقدم من أجل الوسيلة في حد ذاتها، ويتضمن ذلك إشباعات توجيهية: مثل الحصول على المعلومات والأخبار، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، كما تتميز بنشر المعلومات من كل الأنواع، كما تتضمن إشباعات اجتماعية ويقصد بها الربط بالمعلومات التي يحصل عليها المتلقي من شبكة الإنترنت وعلاقاته الاجتماعية.^(٢٨)

٢. إشباع الوسيلة: وهي الإشباعات الناتجة عن استخدام شبكة الإنترنت نفسها واختيار الوسيلة عمداً، وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية وتتم من خلال تخفيف التوتر، والشعور بالمتعة والتسلية، أو الارتباط الدائم بالإنترنت، وإشباعات شبه اجتماعية ويقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد، مثل التخلص من الوحدة والشعور بالملل.^(٢٩)

ويرجع أسباب اختيار هذه المدخل للدراسة للأسباب الآتية:

إن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعتمد على فهم وتفسير دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة باعتباره جمهور نشط يتعرض لتلك الوسائل بشكل انتقائي من أجل إشباع احتياجات معينة لديه، كذلك ملائمة ذلك للهدف من الدراسة وهو رصد التأثيرات النفسية والاجتماعية الخاصة بظوي المتوفى عند تعرضهم للمحتوى الخاص به على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات النفسية والاجتماعية تكون غالباً مرتبطة ارتباطاً كبيراً بالاستخدام والإشباع المتحققة منه.

فمع تطور التكنولوجيا وظهور وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن تطبيق النظرية لتحليل كيف يختار الأفراد المنصات الاجتماعية مثل فيسبوك، تويتر، إنستجرام، ويوتيوب؟ وما هي الإشباعات التي يحصلون عليها من استخدامها لهذه المنصات؟ على سبيل المثال، قد يستخدم البعض وسائل التواصل الاجتماعي للبقاء على اتصال مع الأصدقاء، أو لمتابعة الأخبار، أو الحصول على إشباعات معينة مثل الدعم النفسي والتعبير عن مشاعره للغير وغيره من الإشباعات.

نظرية المزاج العام أو (إدارة المزاج Mood Management Theory)

المزاج العام هو حالة وجدانية تتكون بين قطاعات واسعة من الجمهور نتيجة تشارك الخبرة وبحكم الوجود داخل المجتمع، والتعرض والتأثر المشترك بأحداث اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية معينة.^(٣٠)

ونظرية المزاج العام أو ما يطلق عليها في بعض الكتابات إدارة المزاج أو التقييمات المزاجية وهي نظرية تعتمد على فكرة مؤداها أن الأفراد يقومون باختيار أو انتقاء المحتوى الإعلامي الذي يشعرون أنه قد يحسن من حالتهم النفسية ويشعرهم بالراحة والإيجابية ويقلل من مشاعرهم السلبية ومن ثم فهم يحاولون انتهاز منحا انتقائيا في اختيارهم للوسائط الإعلامية والإلكترونية التي يتعرضون لها والتي تمنحهم هذا الشعور بالراحة، وتفترض نظرية إدارة الحالة المزاجية أن استهلاك الرسائل قادر على تغيير الحالات المزاجية السائدة، وتشير النظرية إلى أن الأفراد يستهلكون الوسائط لتحسين حالاتهم المزاجية، ويختارون المحتوى الذي يتناسب مع مزاجهم أو يساعدهم في تحسينه ويعتبر ذلك جزءا من استراتيجيات التحكم في المزاج والتي قد تكون مهمة في تعزيز الرفاه النفسي والتغلب على التحديات العاطفية.

وترجع جذور هذه النظرية الى كتابات العالم ليون فستجر عام (١٩٥٧) والتي أشارت الى أن "الإنسان يحاول دائما أن يُقيم انسجاما داخليا بين المدركات

الداخلية لديه سواء عن نفسه أو البيئة المحيطة به، وفي حالة وجود مدركات غير متوافقة يحدث التنافر، والذي قد يقل تدريجياً من خلال التعرض الانتقائي حيث يبحث الأفراد عن المعلومات التي تقلل التنافر المعرفي لديهم " لكن العالم زيلمان وزملائه Bryant & Zillmann (١٩٨٤) وجدوا أن نظرية التنافر المعرفي غير كافية لتفسير الحالة المزاجية للأفراد والتي لا تعتمد فقط على حالة التنافر المعرفي ومن ثم بدأ زيلمان وزملائه في طرح نظرية أخرى تحاول التعامل بشكل موسع مع اختيارات متعددة للمتلقي الذي يتعرض لرسائل وسائل الإعلام سواء أكانت هذه الرسائل إخبارية، أو ثائقية، أو أفلام ودراما، أو موسيقى ورياضة، أي أنها تتعامل مع جميع الحالات المزاجية العامة للأفراد بدلاً من اقتصرها على الحالة العاطفية فقط؛ ومن ثم قاموا بطرح نظرية اعتمدت على فرضية أن التعرض الانتقائي للمضامين والوسائط الإعلامية قد يسهم في تحسين المزاج العام للمتلقين، وكان يشار إلى هذه النظرية باسم نظرية "ترتيب المحفزات المعتمدة على العاطفة " حيث تهتم بترتيب وسائط المحتويات الإعلامية بناءً على مدى تأثير الشخص وقت الاختيار وحالته النفسية والعاطفية الدافعة لهذا الاختيار لكن تلك النظرية تم تطويرها عن طريق العديد من التطبيقات البحثية حتى اصطلح على تسميتها نظرية المزاج العام أو إدارة المزاج.

واعتمدت في فرضيتها الأساسية على أن الحالة العاطفية للمستخدم هي المحفز الأساسي الذي يوجهه إلى تحديد اختياراته سواء بقصد أو بدون قصد، حيث يتجه لاختيار المحتوى الذي يحسن مزاجه السلبي ويقلل من شعوره بالقلق، فرغبة الأفراد للهروب من الحالات العاطفية السلبية تحفزهم لاختيار محتوى الوسائط الذي يحسن حالتهم المزاجية والشعورية ويحولها إلى حالة إيجابية^(٣١) فالأفراد مجبولون بحكم فطرتهم على محاولة تجنب الألم والبحث على ما من شأنه تكييف البيئة المحيطة بهم بما يليب احتياجاتهم، وبما أن الوسائط الإعلامية

أحد عناصر البيئة المحيطة بالفرد والتي يسهل الوصول إليها والتحكم فيها فهي تعد من أهم المؤثرات التي يلجأ إليها الفرد من أجل تعزيز حالته الايجابية والبحث من خلالها عن مشاعر داعمة أو ذكريات أو تهيئة نفسية أو راحة بما يخدم تنظيم الحالة المزاجية للأفراد.

وللمزاج العام داخل المجتمعات حالتان الأولى هي الحالة الإيجابية Positive Mood وغالبا ما تتمثل في الشعور بالأمل، والسعادة، والتفاؤل، والرضا العام، والاطمئنان والقدرة على الإنجاز، والثانية هي الحالة السلبية Negative Mood، وغالبا ما تتمثل في الشعور بالإحباط أو عدم الرضا، أو بالحزن والقلق، والغضب أو عدم الارتياح والخوف أو السخط، والانزعاج والتعاسة^(٣٢)

وبناءً على مقولات نظرية إدارة المزاج العام فإن الدراسة الحالية تفترض أن ذوي المتوفى والمقربين منه يبحثون عن تحسين حالتهم المزاجية وتقليل الشعور بالفقد عن طريق التواصل مع المتوفى من خلال البحث عن مواقعه المفضلة ومنشوراته وصوره وفيدويواته وتعليقاته في محاولة للحصول على الرضا الناتج عن الشعور بالقرب منه واستمرار الصلة معه والتقليل من الحزن والشعور بالفقد حتى يتمكنون من تحسين حالتهم المزاجية السلبية ورفع روحهم المعنوية وتقليل حالة القلق والحزن الناتج عن الفقد.

إجراءات الصدق والثبات:

قاما الباحثان بتصميم صحيفة الاستقصاء وذلك بالرجوع إلى الإطار النظري، والإطار المعرفي، والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

أ-الصدق الظاهري للأداة:

تم عرض استمارة الاستقصاء بعد تحديد فئاتها التحليل تحديداً دقيقاً على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام وقسم الاجتماع بكلية

الدراسات الإنسانية؛ لإبداء الرأي في صلاحية الاستمارة، وذلك للتأكد من دقتها ووضوحها وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة، وفي ضوء آراء المحكمين أجرى الباحثان بعض التعديلات على الاستمارات حتى أصبحت في صورتها النهائية^(٣٣).

ب- الثبات Stability :

للتحقق من هذا النوع من الثبات تم استخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث تشير قيمته إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطى نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وقد تم توزيع استمارة الاستقصاء على ٨٠ مفردة بواقع ٤٠ من الذكور و ٤٠ من الإناث، وقد أظهرت قيمة معامل ألفا كرونباخ لارتفاعها، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي الاستبانة (٠,٨٦٦)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قاما الباحثان بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS (Statistical Package for Social Science)". وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي والخماسي.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحثان على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناءً على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

نتائج الدراسة الميدانية والتأكد من صحة فروضها

جدول (١) يوضح خصائص عينة الدراسة.

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	236	52.9	٤٤٦	١٠٠
	أنثى	210	47.1		
العمر	أقل من ١٨ عامًا	23	5.2	٤٤٦	١٠٠
	من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عامًا	322	72.2		
	من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عامًا	80	17.9		
	٦٠ عامًا فأكثر	21	4.7		
درجة قرابتك بالشخص المتوفى	قريب من الدرجة الأولى	121	27.1	٤٤٦	١٠٠
	صديق مقرب	117	26.2		
	شخص عزيز من العائلة	89	20.0		
	جميع ما سبق	119	26.7		

يظهر الجدول السابق خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع، والعمر، ودرجة القرابة بالشخص المتوفى.

أولاً: النوع

تشير البيانات إلى أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر من العينة بنسبة ٥٢,٩%، بينما بلغت نسبة الإناث ٤٧,١%. ويُظهر هذا تقارباً في التمثيل بين الجنسين، مما يسهم في تحقيق توازن بالعينة ويعزز من مصداقية النتائج إلى حد كبير.

ثانياً: العمر

توضح النتائج أن الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً تمثل النسبة الأكبر من العينة بنسبة ٧٢,٢%، تليها الفئة من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً بنسبة ١٧,٩%، ثم فئة أقل من ١٨ عاماً بنسبة ٥,٢%، وأخيراً فئة ٦٠ عاماً فأكثر بنسبة ٤,٧%.

ويعكس هذا التوزيع أن أغلب العينة تنتمي إلى الفئة العمرية النشطة رقمياً، وهي الفئة الأكثر تفاعلاً مع مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر الفئات استخداماً لها بحسب العديد من الدراسات السابقة في هذا التخصص.

ثالثاً: درجة القرابة بالشخص المتوفى

توزعت درجات القرابة بين المشاركين على النحو التالي: ٢٧,١% أشاروا إلى أنهم من أقارب الدرجة الأولى، و٢٦,٧% أشاروا إلى أنهم ينتمون إلى أكثر من درجة قرابة (جميع ما سبق)، و٢٦,٢% وصفوا علاقتهم بالمتوفى بأنها علاقة صداقة مقربة، في حين بلغت نسبة من وصفوا المتوفى بأنه شخص عزيز من العائلة ٢٠%.

ويشير هذا التنوع إلى وجود اختلافات في طبيعة العلاقة مع المتوفى، مما يسهم في تنوع أنماط التفاعل مع الإرث الرقمي الخاص به.

جدول (٢) يوضح إلى أي مدى تشاهد عينة الدراسة محتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
٢	٣٦,٥	١٦٣	دائماً وبشكل مستمر
١	٤٣,٠	١٩٢	أحياناً وبشكل متقطع
٣	٢٠,٤	٩١	نادراً وعلى فترات بعيدة
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكبر من العينة يشاهدون محتوى المتوفى أحياناً وبشكل متقطع، حيث بلغت نسبتهم ٤٣,٠%، وهو ما يعكس نمطاً من التفاعل غير المنتظم لكنه مستمر إلى حد ما، ويدل على حضور دائم للمحتوى الرقمي للمتوفى في اهتماماتهم الرقمية، تأتي في المرتبة الثانية فئة من يشاهدون المحتوى دائماً وبشكل مستمر بنسبة ٣٦,٥%، ما قد يشير إلى ارتباط وجداني عميق، أو حاجة نفسية دافعة لاستحضار الذكريات والتواصل الرمزي مع إرث المتوفى.

أما الفئة الأقل تمثيلاً فهي من يشاهدون المحتوى نادراً وعلى فترات بعيدة بنسبة ٢٠,٤%، وهو ما قد يعكس مشاعر تجنب الحزن أو الرغبة في تقليل التعرض العاطفي مع محتوى المتوفى.

وتُبرز هذه النتائج أن الغالبية العظمى من العينة تتفاعل مع الإرث الرقمي للمتوفى بدرجات متفاوتة، مما يشير إلى أن هذا النوع من المحتوى لا يزال يحتفظ بقيمته المعنوية والوجدانية لدى ذوى المتوفى.

جدول (٣) يوضح الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة في التفاعل مع المحتوى يوميا

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
١	٧٥,١	٣٣٥	من دقيقة إلى ٥ دقائق
٢	١٨,٨	٨٤	من ٥ دقائق إلى ١٥ دقيقة
٣	٦,١	٢٧	أكثر من ٢٠ دقيقة
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الغالبية من أفراد العينة يقضون وقتًا قصيرًا نسبيًا في التفاعل مع منشورات المتوفى، حيث أفاد ٧٥,١% من المشاركين أنهم يقضون من دقيقة إلى ٥ دقائق يوميًا في هذا التفاعل، وهو ما قد يدل على أن الارتباط بالمحتوى الرقمي للمتوفى يتخذ طابعًا سريعًا وعابرًا في كثير من الأحيان، وقد يكون هذا الوقت مناسبًا إلى حد ما مع بعض المحتوى مثل الاطلاع على الصور والنصوص والفيديوهات القصيرة.

في المرتبة الثانية جاءت فئة من يقضون من ٥ دقائق إلى ١٥ دقيقة يوميًا بنسبة ١٨,٨%، وهو وقت متوسط نسبيًا قد يعكس اهتمامًا أعمق أو انخراطًا أكبر في التفاعل مع المحتوى.

أما الفئة الأقل فكانت لمن يقضون أكثر من ٢٠ دقيقة يوميًا بنسبة ٦,١%، ما يشير إلى أن قلة من المشاركين ينخرطون في تفاعل مطوّل مع إرث المتوفى الرقمي، ربما بدافع الحنين أو التأثير النفسي الشديد أو قد يكون المحتوى الرقمي يحتاج إلى وقت مثل الفيديوهات الطويلة مثل الخطب والمحاضرات وغيرها.

وتُظهر هذه النتائج أن التفاعل اليومي مع محتوى المتوفين على مواقع التواصل الاجتماعي غالبًا ما يتم في إطار زمني محدود، لكنه رغم قصره قد يحمل دلالات وجدانية عميقة تختلف من شخص لآخر. وهو ما يتفق مع مقولات نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث أن التفاعل مع محتوى المتوفى يتم بناءً على احتياجات الأفراد العاطفية أو الاجتماعية ويتحدد وفقًا للوقت الذي يناسب كل فرد، سواء كان سريعًا وعابرًا أو مطوّلًا وعميقًا.

وهناك تطابق مع نظرية إدارة المزاج، حيث يبدو أن الأفراد يتجهون إلى محتوى المتوفى في أوقات قصيرة بغرض التخفيف من المشاعر السلبية أو الشعور بالاتصال العاطفي دون الانغماس المطوّل فيه، مما يعكس محاولة للتحكم في الحالة المزاجية بطريقة انتقائية.

وهذه النقطة لم تتناولها أي من الدراسات السابقة حيث أن أغلب الدراسات ركزت على التأثيرات العاطفية دون تحديد مدة التفاعل.

جدول (٤) عدد مواقع التواصل التي تستخدمها العينة في تعرضها لمحتوى المتوفى

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
١	٥٩,٦	٢٦٦	موقع واحد
٢	٢٦,٠	١١٦	اثنان
٣	١٤,٣	٦٤	ثلاثة مواقع فأكثر
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلب أفراد العينة يطلعون على محتوى المتوفى من خلال موقع واحد فقط، وذلك بنسبة ٥٩,٦%، وهو ما يعكس تركّز التفاعل في منصة واحدة رئيسية، ربما بحكم العادة أو طبيعة العلاقة مع المتوفى.

في المرتبة الثانية جاءت فئة من يستخدمون موقعين بنسبة ٢٦,٠%، ما يشير إلى درجة أعلى من الانخراط الرقمي وانتقال المستخدم بين أكثر من منصة للتفاعل مع ذكريات المتوفى.

أما من يستخدمون ثلاثة مواقع فأكثر فقد بلغت نسبتهم ١٤,٣% فقط، وهو ما يدل على أن التفاعل متعدد المنصات ما زال محدودًا نسبيًا داخل العينة.

وتعكس هذه النتائج أن التفاعل مع الإرث الرقمي للمتوفى غالبًا ما يتركز في نطاق ضيق من المنصات، مما قد يسهل دراسة أنماط هذا التفاعل وتحليل طبيعته النفسية والاجتماعية بشكل أدق. وهو يتفق مع مقولات نظرية الإشباع حول كون الجمهور يختار من بين المضامين المقدمة المنصة التي تُشبع حاجاتهم العاطفية والاجتماعية، سواء من خلال الاطلاع على المنشورات، الصور، أو مقاطع الفيديو التي تركها المتوفى.

كما أن تفضيل منصة واحدة قد يكون مرتبطًا بتجربة المستخدم الشخصية، حيث يجد الفرد أن منصة معينة توفر له الإشباع النفسي أو الاجتماعي

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

المطلوب دون الحاجة إلى التنقل بين عدة منصات، وتتفق النتائج أيضاً مع نظرية المزاج العام أو إدارة المزاج والتي تؤكد أن الأفراد يسعون إلى تنظيم مزاجهم عبر منصات معينة دون الحاجة إلى التشتت بين أكثر من مصدر.

فمن يقتصر على منصة واحدة ربما يسعى إلى التفاعل السريع لتخفيف مشاعر الحزن والاشتياق، بينما من يستخدم أكثر من منصة قد يكون أكثر انغماساً في استعادة الذكريات وتوليد مشاعر الحنين بشكل أعمق.

جدول (٥) مقياس التعرض لمحتوى المتوفى من قبل عينة الدراسة

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
٢	١٤,٨	٦٦	كثيف التعرض
١	٧٥,٦	٣٣٧	متوسط التعرض
٣	٩,٦	٤٣	قليل التعرض
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

من خلال المقياس السابق تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية أفراد العينة يصنفون ضمن فئة متوسط التعرض لمحتوى المتوفى، بنسبة بلغت ٧٥,٦%، وهو ما يعكس نمطاً معتدلاً من التفاعل مع الإرث الرقمي، قد يتسم بالانتقائية أو التفاعل حسب الحالة النفسية والموقف الاجتماعي.

في المرتبة الثانية جاءت فئة كثيف التعرض بنسبة ١٤,٨%، ما يشير إلى وجود شريحة أقل حجماً لكنها أكثر ارتباطاً واستمرارية في التعامل مع محتوى المتوفى، ربما بدافع الحنين أو التقدير العاطفي والمزاج العام والحالة النفسية وقرب أو بعد المدة الزمنية.

أما فئة قليل التعرض فقد بلغت نسبتها ٩,٦% فقط، وهو ما قد يعكس وجود نوع من التجنب الوجداني أو الابتعاد عن استحضار الذكريات المرتبطة بالفقد، أو قد يحدث نتيجة طول الفترة الزمنية التي مضت على زمن الوفاة أو عدم القرب بشكل كبير من المتوفى .

وتشير هذه النتائج بوجه عام إلى أن معظم المشاركين في الدراسة يحافظون على علاقة رقمية متوسطة مع المتوفى من خلال محتواه المنشور، بما قد يحمل دلالات وجدانية واجتماعية مهمة في تفسير الأثر النفسي والاجتماعي لهذا التفاعل.

هذه النتائج تؤكد أن التفاعل مع إرث المتوفى الرقمي ليس نمطاً موحدًا، بل يتأثر بعدة عوامل عاطفية واجتماعية، وهو ما يتماشى مع افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث أن الأفراد يختارون مستوى التعرض الرقمي وفقًا لاحتياجاتهم النفسية والاجتماعية.

فئة كثيف التعرض يمكن تفسيرها وفقًا لدافع البحث عن الإشباع العاطفي واستمرار الصلة العاطفية بالمتوفى، بينما فئة قليل التعرض تعكس دوافع أخرى مثل تجنب الحزن أو الاكتفاء بالتفاعل المحدود.

كما تتفق النتائج أيضا مع مقولات نظرية المزاج العام حيث تؤكد هذه النتائج فكرة أن التفاعل مع الإرث الرقمي هو جزء من استراتيجيات الأفراد لتنظيم حالتهم المزاجية.

وفئة متوسط التعرض قد تكون نموذجًا للأشخاص الذين يسعون إلى تحقيق توازن عاطفي دون الإفراط في التفاعل، أما فئة كثيف التعرض ربما تلجأ إلى المحتوى لتخفيف مشاعر الفقد، بينما فئة قليل التعرض تحاول تجنب إثارة المشاعر السلبية.

وهو ما يتفق أيضا مع دراسة كلثوم بيبيمون ومريم نوما (٢٠٢٤) التي ركزت على تمثيلات التعاطف الاجتماعي عبر فيسبوك أثناء جائحة كورونا، حيث أظهرت أن بعض المستخدمين ينخرطون بقوة في التفاعل الرقمي مع الموتى، بينما يكتفي آخرون بالتفاعل العابر أو المحدود.

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٦) أكثر مواقع التواصل الذي تستخدمها العينة في التعرض لمحتوى المتوفى

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
١	٩٥,٥	٤٢٦	فيسبوك (Facebook)
٢	٣٤,٣	١٥٣	واتساب (WhatsApp)
٣	١٥,٥	٦٩	تيك توك (TikTok)
٤	١٠,١	٤٥	يوتيوب (YouTube)
٥	٧,٤	٣٣	إنستغرام (Instagram)
٦	٥,٦	٢٥	تويتر (Twitter)
٧	١,١	٥	لينكد إن (LinkedIn)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن موقع فيسبوك هو المنصة الأكثر استخدامًا من قبل عينة الدراسة في التعرض لمحتوى المتوفى، حيث تصدر الترتيب بنسبة ٩٥,٥%، وهو ما يعكس المكانة المركزية التي يحتلها هذا الموقع في الحفاظ على الذكريات الرقمية والتفاعل الوجداني مع المحتوى المرتبط بالمتوفين.

وجاء تطبيق واتساب في المرتبة الثانية بنسبة ٣٤,٣%، مما يشير إلى دور الرسائل والمجموعات الشخصية في تداول واستحضار محتوى المتوفى، خاصة في الدوائر الاجتماعية الضيقة والأسرية.

أما موقع تيك توك فحلّ في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٥%، وهو ما يعكس استخدامًا أقل نسبيًا للمنصة التي تركز على الصور والفيديوهات، لكنها ما تزال حاضرة في نمط التفاعل مع الإرث الرقمي، تلاه يوتيوب بنسبة ١٠,١%، ثم إنستغرام بنسبة ٧,٤%، ثم تويتر، في حين جاء لينكد إن في المرتبة الأخيرة بنسبة ١,١%، وهو ما يُفسّر بطبيعة المنصة المهنية التي لا تُستخدم عادة في التفاعل مع محتوى من هذا النوع.

وقد يرجع تصدر موقعي فيسبوك وواتساب لعدة عوامل أهمها سهولة التعامل مع تلك المنصات وكثرة المشتركين عليها حيث أن أغلب الأفراد لديهم حسابات بها بعكس باقي المواقع، وانخفاض استخدام المنصات الأخرى قد يشير

إلى أن الأفراد لا يجدون فيها إشباعًا كافيًا للحاجات العاطفية والاجتماعية المرتبطة بالإرث الرقمي، وهو ما تشير إليه أيضا نظرية المزاج العام بأن الأفراد يميلون إلى اختيار المنصات التي تساعدهم في تنظيم حالتهم المزاجية عند التعامل مع فقدان الأحبة.

وهو ما أكدته أيضا دراسة كلثوم ببيمون ومريم نومار (٢٠٢٤) التي ركزت على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمثيل حدث الموت وبناء التعاطف الرقمي، حيث أظهرت الدراسة أن المنصات التي توفر إمكانية تخزين المنشورات والصور والمقاطع التذكارية هي الأكثر استخدامًا في التعبير عن الفقدان، وهو ما يتماشى مع نتائج هذه الدراسة.

جدول (٧) أكثر الوسائط المتعددة التي يشاهدونها خلال تصفحهم لمحتوى المتوفى

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
١	٩١,٣	٤٠٧	منشورات نصية
٢	٨٦,١	٣٨٤	مقاطع فيديو
٣	٨٥,٩	٣٨٣	ذكريات (Shared Memories)
٤	٨١,٤	٣٦٣	تسجيلات صوتية
٥	٨٠,٩	٣٦١	صور شخصية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المنشورات النصية تأتي في صدارة الوسائط التي يتفاعل معها المشاركون أثناء تصفحهم لمحتوى المتوفى، بنسبة ٩١,٣%، وهو ما يعكس أهمية الكلمة المكتوبة في استحضار الذكريات، واستعادة ما كان يعبر به المتوفى عن مشاعره وأفكاره وآرائه.

في المرتبة الثانية جاءت مقاطع الفيديو بنسبة ٨٦,١%، تليها ذكريات (Shared Memories) بنسبة ٨٥,٩%، وهو ما يشير إلى قوة التأثير البصري والزمني في استرجاع اللحظات الماضية، سواء كانت شخصية أو اجتماعية، وتوظيفها في تعزيز الروابط الوجدانية مع المتوفى.

أما التسجيلات الصوتية فقد بلغت نسبة مشاهدتها ٨١,٤%، وهو ما يبرز الأثر العاطفي القوي للصوت في بعث حضور المتوفى واستدعاء نبرته وحديثه،

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

كوسيلة وجدانية تعزز التواصل الرمزي مع الغائب، وجاءت الصور الشخصية في المرتبة الخامسة بنسبة ٨٠,٩%، وهي نسبة لا تزال مرتفعة وتعكس أهمية الصورة في ترسيخ الذكرى البصرية واستعادة الملامح والتفاصيل التي ترتبط بالحنين والمشاعر.

وتؤكد هذه النتائج أن التفاعل مع الإرث الرقمي للمتوفى يتجاوز مجرد الاطلاع، ليأخذ شكلاً متعدد الأبعاد من التفاعل الوجداني مع مختلف الوسائط، بما يعكس تنوع الحضور الرمزي للمتوفى في الفضاء الرقمي.

وتتفق النتائج مع مقولة نظرية إدارة المزاج حول أن الحالة العاطفية للمستخدم هي المحفز الأساسي الذي يوجهه إلى تحديد اختياراته سواء بقصد أو بدون قصد، وأن ترتيب وسائط المحتويات الإعلامية يرجع إلى تأثير الشخص وقت الاختيار وحالته النفسية والعاطفية.

وهو ما يتفق أيضاً مع مقولات نظرية الإشباعات فالأفراد يستخدمون أنواعاً مختلفة من المحتوى لإشباع حاجات معينة مرتبطة بالمتوفى: كالنصوص لإعادة التواصل الفكري معه، الفيديوهات والصوت لإحياء حضوره العاطفي، الصور لاسترجاع الذكريات البصرية، وهذا يتماشى مع مبدأ الانتقائية في اختيار الوسيلة بناءً على طبيعة الإشباع العاطفي المطلوب.

جدول (٨) أشكال المحتوى الرقمي الذي يترك تأثيراً اجتماعياً ونفسياً أقوى على ذوي المتوفى

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						
			تأثير ضعيف	تأثير متوسط	تأثير قوي	العبارات			
١	٠,٤٤٨٣	٢,٨٠٧	٢,٢	١٠	١٤,٨	٦	٨٣,٠	٣٧٠	الصور الشخصية
٢	٠,٥٦٧٤	٢,٧٣٣	٦,٣	٢٨	١٤,١	٦٣	٧٩,٦	٣٥٥	المحادثات الخاصة بينك وبينه
٣	٠,٥٦٨٣	٢,٧٣١	٦,٣	٢٨	١٤,٣	٦٤	٧٩,٤	٣٥٤	مقاطع الفيديو
٤	٠,٦١٨٥	٢,٦٧٣	٨,١	٣٦	١٦,٦	٧٤	٧٥,٣	٣٣٦	التسجيلات الصوتية
٥	٠,٥٧٦٧	٢,٦٦٤	٥,٦	٢٥	٢٢,٤	١٠٠	٧٢,٠	٣٢١	الذكريات (Shared Memories)
٦	٠,٦٩١٥	٢,٢١٣	١٥,٥	٦٩	٤٧,٨	٢١٣	٣٦,٨	١٦٤	المنشورات النصية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الصور الشخصية تمثل أكثر أنواع المحتوى الرقمي تأثيرًا نفسيًا واجتماعيًا على ذوي المتوفى، حيث جاءت في المرتبة الأولى، وهو ما يعكس ارتباط الصورة كوسيط بصري بالحنين واستدعاء الذكريات العاطفية المرتبطة بالمتوفى.

وتأتي في المرتبة الثانية المحادثات الخاصة بين الفرد والمتوفى، وهو ما يدل على التأثير العميق للتواصل الشخصي والخصوصي الذي يحمله هذا النوع من المحتوى، خاصة أنه يعكس لحظات من التفاعل المباشر والمشاعر المتبادلة.

أما مقاطع الفيديو فجاءت في المرتبة الثالثة، تليها التسجيلات الصوتية في المرتبة الرابعة، وهو ما يشير إلى حضور الوسائط السمعية والبصرية في تشكيل الأثر النفسي والوجداني، لقدرتها على تجسيد لحظات واقعية تظل عالقة في الذاكرة.

وجاءت الذكريات في المرتبة الخامسة، ما يدل على أن المحتوى الذي يُعيد النظام عرضه تلقائيًا يظل محتفظًا بقيمته العاطفية لدى المتلقين، رغم أنه ليس حديثًا، أما المنشورات النصية فقد جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة من حيث التأثير، وهو ما يعكس أن المحتوى القائم على الكلمة وحدها يظل أقل تأثيرًا نسبيًا مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى التي تحمل عناصر صوتية أو بصرية أكثر تفاعلية وارتباطًا بالمشاعر.

أي أن التفاعل مع الإرث الرقمي يتفاوت حسب الوسيط المستخدم، حيث تحمل الصور والمحادثات والفيديوهات التأثير الأعمق، بينما تقل درجة التأثير كلما ابتعد المحتوى عن العناصر الحسية المباشرة.

كما تتفق مع نظرية إدارة المزاج حيث توضح النتائج أن الأفراد يختارون المحتوى الذي يمنحهم التأثير العاطفي الأقوى، مما يفسر سبب تصدر الصور

التعرض للارث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

والمحادثات الخاصة كأكثر أنواع المحتوى تأثيراً. والفرضية الأساسية للنظرية تنطبق هنا حيث أن حالة المستخدم العاطفية هي ما يوجهه نحو نوع المحتوى الذي يؤثر فيه أكثر.

جدول (٩) يوضح دوافع تعرض عينة الدراسة لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق بشدة		العبارات
			٥,٤	٢٤	٣٠,٣	١٣٥	٦٤,٣	٢٨٧	
١	٠,٥٩١٩	٢,٥٩٠	٥,٤	٢٤	٣٠,٣	١٣٥	٦٤,٣	٢٨٧	أتعرض لمحتوى المتوفى لأنني أشعر بالاشتياق إليه
٢	٠,٧٧٨٩	٢,٠٠٤	٣٠,٠	١٣٤	٣٩,٥	١٧٦	٣٠,٥	١٣٦	أشعر أنني أتعلم شيئاً جديداً عن الشخص المتوفى من خلال قراءة منشوراته
٣	٠,٦٠٦٨	٢,٦٦١	٣٨,٣	١٧١	٣٢,٧	١٤٦	٢٨,٩	١٢٩	قراءة منشوراته القديمة تساعدني على فهم شخصيته بشكل أعمق
٤	٠,٧٩١٩	١,٩١٩	٣٥,٧	١٥٩	٣٦,٨	١٦٤	٢٧,٦	١٢٣	التفاعل مع محتوى المتوفى يعزز الروابط بيني وبين عائلته أو أصدقائه
٥	٠,٧٩٠٣	١,٩١٧	٣٥,٧	١٥٩	٣٧,٠	١٦٥	٢٧,٤	١٢٢	محتوى المتوفى يمنحني شعوراً بالراحة والطمأنينة
٦	٠,٧٧٧٨	١,٩٠٨	٣٥,٢	١٥٧	٣٨,٨	١٧٣	٢٦,٠	١١٦	أتعرض لمحتوى المتوفى لأنني أريد أن أشارك حزني مع الآخرين الذين فقدوه
٧	٠,٨١٥٦	١,٩٠٦	٧,٢	٣٢	١٩,٥	٨٧	٧٣,٣	٣٢٧	مشاهدة محتواه تذكرني باللحظات الجميلة التي قضيناها معاً
٨	٠,٧٧٧٣	١,٩٨٤	٣٠,٩	١٣٨	٣٩,٧	١٧٧	٢٩,٤	١٣١	التفاعل مع محتوى المتوفى يعزز الروابط بيني وبين عائلته أو أصدقائه
٩	٠,٧٦٥٩	١,٨٣٠	٣٩,٢	١٧٥	٣٨,٦	١٧٢	٢٢,٢	٩٩	رؤية محتوى المتوفى تساعدني على تخفيف مشاعر الحزن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أقوى دافع يدفع الأفراد للتعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل هو الشعور بالاشتياق إليه، حيث جاء في المرتبة الأولى، وهو ما يعكس عمق الارتباط العاطفي الذي يظل قائماً حتى بعد وفاة الشخص، ويتجلى في السلوك الرقمي للمستخدمين.

وفي المرتبة الثانية جاء بهدف فهم شخصيته بشكل أعمق، وهو ما يكشف عن توجه تأملي لدى البعض لإعادة النظر في تفاصيل حياة المتوفى واستيعاب أبعاد شخصيته بعد رحيله.

أما الشعور بأنهم يتعلمون شيئاً جديداً عن المتوفى فاحتل المرتبة الثالثة، بما يدل على أن المحتوى الرقمي قد يشكل مصدراً معرفياً عن الشخص المتوفى، خاصة لمن لم يكونوا على صلة وثيقة به.

وفي المرتبة الرابعة دافع تعزيز الروابط مع عائلة المتوفى أو أصدقائه، وهو ما يعبر عن بعد اجتماعي مهم في هذا النوع من التفاعل، حيث يتحول التفاعل مع المحتوى إلى جسر للتواصل والدعم بين الأفراد.

ثم في المرتبة الخامسة دافع الرغبة في مشاركة الحزن مع الآخرين الذين فقدوه، ما يشير إلى أن هذا التفاعل قد يمثل وسيلة للتفيس الجماعي عن الحزن وتبادل مشاعر الفقد، أما الرغبة في الحصول على شعور بالراحة والطمأنينة فقد جاءت في المرتبة السادسة، تليها مباشرة رؤية محتوى المتوفى بوصفه وسيلة لتخفيف الحزن في المرتبة السابعة، وهو ما يعكس البعد النفسي للتفاعل مع المحتوى رغم أنه لا يمثل الدافع الأقوى.

وجاء في المرتبة الثامنة دافع مشاهدة محتوى المتوفى لأنه يذكرهم باللحظات الجميلة التي قضاها معه، وهو مؤشر على استحضار الذكريات الإيجابية كمحفز للتعرض.

فيما جاء التفاعل بهدف تعزيز الروابط مع عائلته أو أصدقائه، في المرتبة التاسعة، ما يتطلب ملاحظة تكرار هذه العبارة في الجدول، وقد يستدعي ذلك مراجعة الصياغة أو دمج النتائج لتفادي التكرار.

فالتفاعل مع إرث المتوفى الرقمي مدفوع بمزيج من العوامل العاطفية، الاجتماعية، والنفسية، حيث تتراوح الدوافع بين الاشتياق، والفهم، والتعلم، والتواصل الاجتماعي، والتفيس عن المشاعر.

وهو ما يتفق مع مقولات نظرية الاستخدامات حيث تؤكد النتائج أن الأفراد يستخدمون المحتوى الرقمي لتحقيق حاجاتهم العاطفية والاجتماعية، مثل: حاجة الارتباط العاطفي (الاشتياق، استحضار الذكريات)، وحاجة الفهم والمعرفة (فهم شخصيته، تعلم أشياء جديدة عنه) حاجة التواصل الاجتماعي (تعزيز الروابط مع العائلة والأصدقاء، مشاركة الحزن) حاجة التخفيف النفسي (الشعور بالراحة والطمأنينة، تخفيف مشاعر الحزن) وهذا يؤكد أن الأفراد ليسوا مجرد متلقين سلبيين، بل يتفاعلون مع المحتوى وفقاً لحاجاتهم الخاصة، وهو ما تؤكد أيضاً نظرية إدارة المزاج فالأفراد ينجذبون إلى المحتوى الذي يساعدهم على تحسين حالتهم النفسية، سواء كان ذلك عن طريق استعادة الذكريات الإيجابية، التخفيف من الحزن، أو الشعور بالطمأنينة، فترتيب الدوافع يؤكد أن الحالة العاطفية للمستخدم تحدد اختياراته للمحتوى الرقمي، مما يتوافق مع هذه النظرية.

وهو ما يتفق أيضاً مع دراسة بيبيمون ونومار، التي أظهرت أن التفاعل مع المحتوى الرقمي للمتوفى يمكن أن يكون وسيلة للاستمرار في التواصل العاطفي معه، أو لممارسة التعاطف الاجتماعي، فالدراسة أوضحت أن المستخدمين يعيدون تشكيل تجربة الحداد رقمياً من خلال التفاعل مع المحتوى المنشور، وهو ما يتماشى مع هذه النتائج التي تبرز أن الاشتياق والتواصل الاجتماعي من أقوى الدوافع.

جدول (١٠) الإشباع المتحققة للعينة عند التعرض

لإرث المتوفي الرقمي على مواقع التواصل

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير				العبارات		
			غير موافق	إلى حد ما	موافق بشدة				
١	.6248	2.592	٧,٤	٣٣	٢٦,٠	١١٦	٦٦,٦	٢٩٧	رؤية المحتوى المرتبط بالمتوفى تجعلني أسترجع اللحظات الجميلة معه
٢	.6910	2.374	١٢,١	٥٤	٣٨,٣	١٧١	٤٩,٦	٢٢١	أشعر بالقرب من المتوفى عندما أشاهد صورته أو منشوراته
٣	.7447	2.265	١٧,٩	٨٠	٣٧,٧	١٦٨	٤٤,٤	١٩٨	أجد أن الاطلاع على محتوى المتوفى يزيد من تقديري للحياة وأهميتها
٤	.7264	2.238	١٧,٣	٧٧	٤١,٧	١٨٦	٤١,٠	١٨٣	زيارة محتوى المتوفى تساعدني على فهم مشاعري بشكل أفضل تجاه فقدان
٥	.7818	2.067	٢٧,٤	١٢٢	٣٨,٦	١٧٢	٣٤,١	١٥٢	أتعرف على تفاصيل جديدة عن حياة الشخص المتوفى من خلال منشوراته
٦	.7285	2.043	٢٤,٤	١٠٩	٤٦,٩	٢٠٩	٢٨,٧	١٢٨	زيارة محتوى المتوفى تجعلني أشعر بأنني جزء من مجتمع يشاركني الحزن
٧	.7685	1.980	٣٠,٥	١٣٦	٤١,٠	١٨٣	٢٨,٥	١٢٧	زيارة محتوى المتوفى تمنحني شعوراً بالراحة النفسية
٨	.8000	1.980	٣٣,٠	١٤٧	٣٦,١	١٦١	٣٠,٩	١٣٨	التفاعل مع محتوى المتوفى يخفف من مشاعر فقدان لدي
٩	.7923	1.939	٣٤,٥	١٥٤	٣٧,٠	١٦٥	٢٨,٥	١٢٧	أشعر بالراحة عندما أقوم بمشاركة ذكريات المتوفى مع الأصدقاء
١٠	.8117	1.868	٤٠,٤	١٨٠	٣٢,٥	١٤٥	٢٧,١	١٢١	أستخدم المحتوى لتوطيد العلاقات مع الآخرين الذين كانوا يعرفونه

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر الإشباعات المتحققة لعينة الدراسة عند التعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى "رؤية المحتوى المرتبط بالمتوفى تجعلني أسترجع اللحظات الجميلة معه"، وهو ما يعكس الارتباط العاطفي القوي الذي يحفزه المحتوى في استحضار الذكريات.

وجاء في المرتبة الثانية الشعور بالقرب من المتوفى عند مشاهدة صورته أو منشوراته، مما يدل على أن الصور والمنشورات تلعب دوراً فاعلاً في تعزيز الإحساس بالوصال العاطفي رغم الفقد، أما المرتبة الثالثة، فقد احتلتها عبارة "الإطلاع على محتوى المتوفى يزيد من تقديري للحياة وأهميتها"، وهو ما يشير إلى بعد تأملي يستفيد منه بعض الأفراد في إعادة النظر لقيمة الحياة.

وفي المرتبة الرابعة، عبّر المشاركون عن أن زيارة محتوى المتوفى تساعدهم على فهم مشاعرهم تجاه الفقد بشكل أفضل، ما يعكس دور المحتوى في التكيف النفسي، وفي المرتبة الخامسة جاء التعرف على تفاصيل جديدة عن حياة المتوفى يمثل أحد الإشباعات المعرفية التي تتحقق لدى الأفراد.

وتوالت بقية الإشباعات في مراتب أقل، حيث جاءت المرتبة السادسة لعبارة "زيارة محتوى المتوفى تجعلني أشعر بأنني جزء من مجتمع يشاركني الحزن"، مما يدل على وجود بعض الإشباع الاجتماعي لكنه ليس بالدرجة الأعلى.

وفي المراتب من السابعة حتى العاشرة، ظهر تراجع في تأثير محتوى المتوفى على الإشباعات النفسية والاجتماعية مثل: الشعور بالراحة النفسية (المرتبة ٧)، التفاعل كوسيلة للتخفيف من مشاعر فقدان (المرتبة ٨)، مشاركة ذكريات المتوفى مع الأصدقاء (المرتبة ٩)، وأخيراً استخدام المحتوى لتوطيد العلاقات مع الآخرين الذين كانوا يعرفونه (المرتبة ١٠).

ويُفهم من هذا الترتيب أن الإشباعات العاطفية والفردية تحتل الصدارة، في حين تتراجع الإشباعات الاجتماعية إلى مراتب أقل، وهو ما يتفق مع مقولات

نظرية الاستخدامات والإشباع حيث أن الأفراد يستخدمون المحتوى الرقمي لإشباع حاجات وجدانية وتأملية أكثر من الحاجات الاجتماعية فالتفاعل مع المحتوى يلبي حاجات التذكر، التقدير، والفهم النفسي أكثر من حاجات التواصل. كما تتفق تلك النتيجة مع بعض نتائج الدراسات السابقة كدراسة بالحبيب نور الهدى (٢٠٢٢) التي ركزت على قلق الموت والتوافق الاجتماعي لدى عائلات المتوفين بفيروس كورونا، مما يتفق مع نتيجة أن الاطلاع على محتوى المتوفى يساعد بعض الأفراد على فهم مشاعرهم تجاه الفقد، مما يعزز التكيف النفسي كما ورد في دراستها.

وأيضاً دراسة إيناس عويسات التي تناولت تجربة والديّ الشهداء وتأثير الفقد نفسياً واجتماعياً، وهي النتيجة التي تتوافق مع أن البعض يرى الاطلاع على المحتوى وسيلة لتخفيف مشاعر الحزن والتواصل مع المتوفى، وهو ما يتماشى مع نتائج دراستها حول الدعم النفسي والاجتماعي.

وكذلك دراسة بسنت أحمد التي درست التأثيرات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي، ووجدت أن الاستخدام المكثف قد يؤدي إلى الإحباط أو الشعور بالطمأنينة بناءً على المحتوى المستهلك، وهو ما يتفق مع نتيجة أن بعض المشاركين شعروا بالراحة عند الاطلاع على محتوى المتوفى، بينما كان تأثيره أقل عند آخرين.

جدول (١١) مقياس الإشباع المتحققة

من خلال التعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
١	٥٤,٩	٢٤٥	الإشباع المتحققة كثيرة
٢	٤٣,٣	١٩٣	الإشباع المتحققة متوسطة
٣	١,٨	٨	الإشباع المتحققة قليلة
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الإشباع المتحققة من خلال تعرضهم لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل كانت كثيرة، وهو ما يدل على وجود دوافع حقيقية وفاعلة تدفعهم للاستمرار في هذا النوع من التفاعل، سواء كانت هذه الإشباعا عاطفية أو اجتماعية أو معرفية.

كما أشار عدد من المبحوثين إلى أن الإشباعا المتحققة كانت متوسطة، مما يعكس تفاوتاً نسبياً في طبيعة الفائدة أو الرضا الذي يحصل عليه الأفراد من هذا التفاعل، والذي قد يرتبط بدرجة القرابة، أو طبيعة العلاقة، أو نوعية المحتوى، أما نسبة ضئيلة جداً من أفراد العينة فقد أفادت بأن الإشباعا المتحققة كانت قليلة، وهي نسبة هامشية قد ترتبط بعوامل شخصية أو نفسية خاصة تحد من تفاعلهم أو استنادتهم من هذا النوع من المحتوى.

تُظهر هذه النتائج بوضوح أن التفاعل مع الإرث الرقمي للمتوفى يشجع لدى أغلب الأفراد احتياجات حقيقية، ما يجعله جزءاً من ممارساتهم اليومية للتكيف مع الفقد والحفاظ على الارتباط الرمزي بالراحل.

جدول (١٢) يوضح كيفية تفاعل عينة الدراسة مع محتوى المتوفى على مواقع التواصل

الترتيب	%	ك	العبارة
١	٥٥,٨	٢٤٩	أحتفظ بمنشورات أو صور تخص المتوفى على جهازي أو في حساباتي
٢	٣٨,٨	١٧٣	أتفاعل مع التعليقات أو المنشورات التي يشاركها الآخرون عنه
٣	٣٨,١	١٧٠	أكتب تعليقات على منشورات الشخص المتوفى أو ذكرياته
٤	٣٧,٠	١٦٥	أحرص على زيارة صفحة المتوفى على وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام
٥	٣٦,٥	١٦٣	أعيد نشر أو مشاركة محتوى مرتبط بالشخص المتوفى مع الآخرين
٦	٣٠,٥	١٣٦	أشارك منشورات أو ذكريات أو صور مرتبطة بالمتوفى
٧	٢٤,٩	١١١	أجتنب التفاعل مع منشورات المتوفى حتى أقل شعوري بالحزن
٨	١٤,٣	٦٤	أشجع المقربين على استمرار التعليق على صفحة المتوفى
٩	٥,٨	٢٦	أنشأ له صفحة أو قناة على اليوتيوب وانشر خلالها محتواه

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر أشكال التفاعل التي تقوم بها عينة الدراسة مع محتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الاحتفاظ بمنشورات أو صور تخص المتوفى على الأجهزة أو داخل الحسابات الشخصية، وهو ما يعكس قيمة تذكارية عالية لهذا النوع من المحتوى، ورغبة في الإبقاء على الراحل حاضرًا في الذاكرة الرقمية.

ويلي ذلك في الترتيب التفاعل مع التعليقات التي يشاركها الآخرون عن المتوفى، ثم كتابة تعليقات مباشرة على منشوراته أو ذكرياته، ما يشير إلى أن المستخدمين لا يكتفون بالمشاهدة الصامتة، بل يسهمون في إحياء الذكرى من خلال التفاعل العاطفي والاجتماعي، كما احتلت زيارة صفحة المتوفى بانتظام وإعادة نشر أو مشاركة محتوى مرتبط به مراتب متوسطة في الترتيب، ما يدل على وجود سلوك تواصل مستمر، وإن كان أقل من سلوك الاحتفاظ أو التفاعل المباشر.

وفي المراتب التالية، جاءت مشاركة منشورات أو ذكريات أو صور مرتبطة بالمتوفى، تليها تجنب التفاعل مع منشوراته لتقليل الشعور بالحزن، وهو ما يعكس تنوع الأساليب النفسية في التعامل مع المحتوى الرقمي للراحل، أما في نهاية الترتيب، فقد حلت دعوة المقربين للاستمرار في التفاعل مع صفحة المتوفى، وأخيرًا إنشاء صفحة أو قناة له على المنصات الرقمية، وهو ما يشير إلى أن الأشكال المؤسسية للتخليد الرقمي أقل شيوعًا مقارنة بالأشكال الشخصية والفردية للتفاعل.

يعكس هذا الترتيب تنوع درجات التفاعل وفقًا لقرب العلاقة، والحالة النفسية، والجهد المبذول في كل شكل من أشكال التفاعل الرقمي مع محتوى المتوفى.

وتتفق مع نتائج دراسة إيناس عويسات التي تناولت تأثير فقدان الأبناء على والديهم، وأكدت أن الارتباط الرقمي بالمتوفى قد يساعد في التكيف العاطفي

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

أو يعزز الحزن، وهو ما يتماشى مع هذه النتائج التي أظهرت أن البعض يتفاعل للحفاظ على الذكرى، بينما يتجنبها آخرون لتقليل الحزن، فالتفاعل مع محتوى المتوفى على وسائل التواصل يتنوع بين الاحتفاظ به، والتفاعل الاجتماعي، والتجنب الوجداني.

جدول (١٣) التأثيرات النفسية الناتجة عن تعرض العينة لإرث المتوفى على مواقع التواصل

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حد ما		موافق بشدة		
١	٠,٦٥٨٦	٢,٥٣٤	٩,٢	٤١	٢٨,٣	١٢٦	٦٢,٦	٢٧٩	أشعر بالحزن العميق بعد رؤية محتوى المتوفى
٢	٠,٧٤٣١	٢,٣٦٨	١٥,٩	٧١	٣١,٤	١٤٠	٥٢,٧	٢٣٥	أشعر بأنني أعيد التفكير في اللحظات المؤلمة المتعلقة بفقده بعد مشاهدة منشوراته.
٣	٠,٧٢٢٣	٢,٣٠٣	١٥,٥	٦٩	٣٨,٨	١٧٣	٤٥,٧	٢٠٤	التعرض المتكرر لمحتوى المتوفى يزيد من مشاعر فقدان بداخلي.
٤	٠,٧٢٠٥	٢,١٧٧	١٨,٦	٨٣	٤٥,١	٢٠١	٣٦,٣	١٦٢	أشعر بمشاعر مختلطة ما بين الحزن والراحة عند التعرض لمحتوى المتوفى.
٥	٠,٧٩٣٧	٢,١٥٥	٢٤,٩	١١١	٣٤,٨	١٥٥	٤٠,٤	١٨٠	أشعر بالإرهاق العاطفي بسبب تكرار ظهور محتوى الشخص المتوفى.
٦	٠,٧٨٨٩	١,٩٨٩	٣١,٦	١٤١	٣٧,٩	١٦٩	٣٠,٥	١٣٦	رؤية منشورات المتوفى تؤثر سلباً على مزاجي طوال اليوم.
٧	٠,٧٨٩٨	١,٩٤٤	٣٤,١	١٥٢	٣٧,٤	١٦٧	٢٨,٥	١٢٧	أعاني من صعوبة في التركيز عند التفكير في محتوى المتوفى.
٨	٠,٧٢٩٤	١,٦٠٣	٥٤,٣	٢٤٢	٣١,٢	١٣٩	١٤,٦	٦٥	يتحسن مزاجي العام وأشعر بالارتياح بعد رؤية محتوى المتوفى

تشير بيانات الجدول السابق عن مدى التأثير النفسي الذي يتركه تعرض الأفراد لمحتوى الشخص المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت النتائج مرتبة بحسب شدة هذا التأثير.

فقد احتلت عبارة "أشعر بالحزن العميق بعد رؤية محتوى المتوفى" المرتبة الأولى، مما يشير إلى أن الحزن يُعدّ الشعور الأبرز لدى أفراد العينة عند مشاهدة هذا النوع من المحتوى، وفي المرتبة الثانية جاءت العبارة المتعلقة بإعادة التفكير في اللحظات المؤلمة المرتبطة بفقدان الشخص، وهو ما يدل على أن المحتوى الرقمي يعيد إحياء الذاكرة العاطفية للفقدان.

أما في المرتبة الثالثة جاء أن التعرض المتكرر للمحتوى يزيد من مشاعر الفقدان بداخلهم، وهو ما يُظهر أن التكرار في التعرض له تأثير تراكمي على الشعور بالحزن، ثم ظهرت التأثيرات النفسية بدرجات أقل حدة، فكانت المشاعر المختلطة بين الحزن والراحة في المرتبة الرابعة، تليها الإرهاق العاطفي في المرتبة الخامسة، مما يعكس تذبذبًا في الاستجابات العاطفية.

وجاءت التأثيرات المتعلقة بتدهور المزاج العام والتركيز في المرتبتين السادسة والسابعة على التوالي، ما يدل على الأثر الممتد لهذا المحتوى على اليوميات والسلوك الذهني، أما المرتبة الثامنة والأخيرة، فكانت من نصيب عبارة "يتحسن مزاجي العام وأشعر بالارتياح بعد رؤية محتوى المتوفى"، ما يعكس أن هذا النوع من الاستجابة الإيجابية كان الأضعف بين المشاركين.

فالنتائج توضح أن التعرض لمحتوى المتوفى على وسائل التواصل غالبًا ما يعزز مشاعر الحزن والفقد أكثر من كونه وسيلة للراحة، وتتفق تلك النتائج نظرية إدارة المزاج وأيضًا الاستخدامات والإشباع، فالأفراد يتعاملون مع المحتوى بناءً على حاجاتهم النفسية، لكن التأثير قد لا يكون دائمًا إيجابيًا.

وهو ما يتفق أيضًا مع دراسة بالحبيب نور الهدى (٢٠٢٢) حيث تناولت قلق الموت والتوافق الاجتماعي، وأظهرت أن الفقد يؤثر نفسيًا بدرجات متفاوتة، وهو ما يتفق مع هذه النتائج التي تشير إلى أن البعض يعاني من حزن عميق، بينما يجد آخرون راحة نسبية.

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٤) مقياس التأثيرات النفسية المتحققة من التعرض لمحتوى المتوفى

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
٢	٢٨,٣	١٢٦	التأثيرات النفسية قوية
١	٧٠,٤	٣١٤	التأثيرات النفسية متوسطة
٣	١,٣	٦	التأثيرات النفسية ضعيفة
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق الخاص بمقياس التأثيرات النفسية المتحققة من التعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل، يتضح أن التأثيرات النفسية المتوسطة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٧٠,٤%، وهو ما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة لا يعانون من تأثيرات نفسية شديدة أو ضعيفة، بل يتأرجح تأثير المحتوى لديهم في المستوى المتوسط.

وجاءت التأثيرات النفسية القوية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٣%، مما يعكس أن هناك شريحة لا يُستهان بها من الباحثين يتأثرون بعمق عند تعرضهم لمحتوى المتوفى، أما التأثيرات النفسية الضعيفة فقد جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١,٣%، ما يدل على أن التأثير النفسي البسيط يكاد يكون نادراً بين أفراد العينة.

جدول (١٥) يوضح التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن تعرض عينة الدراسة لمحتوى

الشخص المتوفى على مواقع التواصل

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير				العبارات		
			غير موافق	إلى حد ما	موافق بشدة	موافق بشدة			
١	٠,٧١٩١	٢,٢٢٦	١٧,٠	٧٦	٤٣,٣	١٩٣	٣٩,٧	١٧٧	التعرض لمحتوى الشخص المتوفى يجعلني أرى تأثيره في حياة الآخرين.
٢	٠,٧٢٠٥	٢,٢٠٦	١٧,٧	٧٩	٤٣,٩	١٩٦	٣٨,٣	١٧١	التعرض لمحتوى المتوفى يجعلني أرغب في الحديث عنه مع الآخرين.
٣	٠,٧٨١٢	٢,٠٨٧	٢٦,٥	١١٨	٣٨,٣	١٧١	٣٥,٢	١٥٧	التفاعل مع منشوراته يشعني بالارتباط بمجمعه وأصدقائه المقربين.

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير			العبارات			
			غير موافق	إلى حد ما	موافق بشدة				
٤	٠,٧٧٠١	١,٨٨٣	٣٦,١	١٦١	٣٩,٥	١٧٦	٢٤,٤	١٠٩	أجد نفسي في حالة مقارنة بين ما ينشره الآخرون وما كنت أراه في محتوى الشخص المتوفى.
٥	٠,٧٦٧٢	١,٨٦٥	٣٧,٠	١٦٥	٣٩,٥	١٧٦	٢٣,٥	١٠٥	أستخدم محتوى المتوفى كوسيلة للحفاظ على العلاقات الاجتماعية مع من يعرفونه.
٦	٠,٧٨٧٤	١,٧٨٣	٤٤,٢	١٩٧	٣٣,٤	١٤٩	٢٢,٤	١٠٠	أجد صعوبة في التفاعل مع الأصدقاء أو العائلة بعد التعرض لمحتوى المتوفى.
٧	٠,٧٥٧٨	١,٦٦٤	٥١,١	٢٢٨	٣١,٤	١٤٠	١٧,٥	٧٨	أتجنب وسائل التواصل الاجتماعي بسبب الظهور المفاجئ لمحتوى.

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع التأثيرات الاجتماعية التي تتركها مشاهدة محتوى المتوفى على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت النتائج أن أعلى التأثيرات تمثلت في العبارة: "التعرض لمحتوى الشخص المتوفى يجعلني أرى تأثيره في حياة الآخرين"، والتي جاءت في المرتبة الأولى، هذا يعكس إدراك المشاركين لاستمرار أثر المتوفى في محيطه الاجتماعي بعد وفاته، من خلال ما يتم تداوله من محتوى متعلق به.

في المرتبة الثانية، جاءت عبارة: "التعرض لمحتوى المتوفى يجعلني أرغب في الحديث عنه مع الآخرين"، وهو ما يدل على أن هذا المحتوى لا يظل في نطاق التلقي السلبي، بل يحفز الرغبة في التفاعل الاجتماعي من خلال الحديث عن المتوفى، ومشاركة الذكريات والانطباعات المرتبطة به.

أما: "التفاعل مع منشوراته يشعرني بالارتباط بمجتمعه وأصدقائه المقربين" فقد جاءت في المرتبة الثالثة، مما يشير إلى أن المحتوى المنشور يعزز من شعور الانتماء إلى دائرة اجتماعية أوسع، تشترك في الحزن والحنين للمتوفى، مما يخلق نوعاً من الروابط الممتدة بين المتلقي ومحيط المتوفى.

وتأتي في المرتبة الرابعة: "أجد نفسي في حالة مقارنة بين ما ينشره الآخرون وما كنت أراه في محتوى الشخص المتوفى"، ما يعكس حالة من التقييم أو المقارنة التي قد تحدث لدى البعض عند متابعة محتويات الآخرين، وقد تكون هذه المقارنة مشحونة عاطفياً، خصوصاً عند ارتباطها بفقد شخص له مكانة خاصة.

أما المرتبة الخامسة، فقد كانت عبارة: "أستخدم محتوى المتوفى كوسيلة للحفاظ على العلاقات الاجتماعية مع من يعرفونه"، وهو ما يشير إلى أن هذا المحتوى قد يتحول إلى وسيلة اجتماعية لتقوية الروابط بين من تبقى من أصدقاء أو أقارب المتوفى، مما يجعل من الذاكرة الرقمية وسيلة للحفاظ على التواصل.

وفي المرتبة السادسة، جاءت عبارة: "أجد صعوبة في التفاعل مع الأصدقاء أو العائلة بعد التعرض لمحتوى المتوفى"، وهو ما يعكس بعض الآثار النفسية التي قد تُضعف القدرة على الانخراط الاجتماعي بعد مشاهدة هذا النوع من المحتوى، نتيجة مشاعر الحزن أو الاستغراق العاطفي.

وأخيراً، جاءت في المرتبة السابعة عبارة: "أتجنب وسائل التواصل الاجتماعي بسبب الظهور المفاجئ لمحتوى"، ما يدل على أن بعض المشاركين يتأثرون سلبياً إلى حد يجعلهم ينفرون من هذه المنصات، لتجنب الصدمة أو التأثير العاطفي المفاجئ الناتج عن مشاهدة محتوى غير متوقع للمتوفى.

وتؤكد النتائج أن مشاهدة محتوى المتوفى على وسائل التواصل تعزز الشعور بالتواصل الاجتماعي والانتماء، لكنها قد تؤدي أيضاً إلى الانسحاب العاطفي عند البعض وهو ما يتفق مع نظرية الاستخدامات والإشباع حول أن المحتوى الرقمي للمتوفى يلبي حاجات اجتماعية، مثل تعزيز الروابط والتواصل مع الآخرين. وأيضاً نظرية إدارة المزاج بأن البعض يستخدم المحتوى للتواصل والتفاعل الاجتماعي، بينما يتجنبه آخرون لتفادي المشاعر السلبية.

وهو ما أشارت إليه دراسة عبد الجواد سعيد (٢٠٠٩) حيث تناولت تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وأظهرت أن المحتوى الرقمي يمكن أن يعزز التواصل الاجتماعي أو يسبب العزلة العاطفية، وهو ما يتماشى مع هذه النتائج التي تُظهر أن المحتوى الرقمي للمتوفى قد يكون عاملاً للترابط الاجتماعي أو مصدرًا للحزن والانطواء.

جدول (١٦) مقياس التأثيرات الاجتماعية المتحققة من التعرض لمحتوى المتوفى

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
٢	٤١,٣	١٨٤	التأثيرات الاجتماعية قوية
١	٥٥,٤	٢٤٧	التأثيرات الاجتماعية متوسطة
٣	٣,٤	١٥	التأثيرات الاجتماعية ضعيفة
	١٠٠	٤٤٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية أفراد العينة قد أكدوا تحقق تأثيرات اجتماعية متوسطة نتيجة تعرضهم لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل، حيث جاء ذلك في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٥,٤%، بينما جاءت التأثيرات الاجتماعية القوية في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٣% في حين جاءت التأثيرات الضعيفة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٣,٤% فقط، وهو ما يعكس إدراكاً عاماً لدى العينة بأن لتلك التجربة الرقمية حضوراً اجتماعياً ملموساً، يتفاوت أثره بين المتوسط والقوي، بينما تكاد تنعدم التأثيرات الضعيفة حيث جاءت في الترتيب الثالث والأخير بواقع ٣,٤.

وتوضح تلك النتائج أن التفاعل مع محتوى المتوفى على وسائل التواصل يحقق تأثيرات اجتماعية متفاوتة بين المتوسطة والقوية.

ويتفق أيضاً مع دراسة سابيين تريبب ورينيكي التي تناولت العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية والانفتاح على التفاعل الاجتماعي، وأظهرت أن التفاعل مع المحتوى الرقمي يمكن أن يعزز الروابط الاجتماعية أو يعمق العزلة،

وهو ما يتماشى مع هذه النتائج التي تُظهر أن التأثيرات الاجتماعية قد تكون متوسطة أو قوية لكنها نادرًا ما تكون ضعيفة.

جدول (١٧) يوضح مدى حدوث ترك أحد المتوفيين محتوى صادمًا قد يتعارض مع التقاليد

والأعراف على مواقع التواصل

الترتيب	%	ك	العبارة
٣	٨,١	٣٦	يحدث بكثرة
٢	٢٢,٠	٩٨	يحدث أحيانًا
١	٧٠,٠	٣١٢	نادر ما يحدث ذلك

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلب أفراد العينة يرون أن ترك الشخص المتوفى لمحتوى صادم قد يتعارض مع التقاليد والأعراف على مواقع التواصل الاجتماعي يُعد أمرًا نادر الحدوث، حيث جاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠,٠%، بينما جاءت فئة "يحدث أحيانًا" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٠%، في حين احتلت فئة "يحدث بكثرة" المرتبة الثالثة بنسبة ٨,١% فقط، وهو ما يعكس اعتقادًا سائدًا لدى العينة بأن أغلب المحتويات التي يتركها المتوفى لا تتعارض مع الأعراف الاجتماعية أو القيم الثقافية السائدة.

ويتفق مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يؤكد أن الجمهور يستهلك المحتوى الرقمي وفقًا للقيم والمعايير الثقافية، ما يفسر قلة التفاعل مع المحتوى الذي يتعارض مع التقاليد، ونظرية إدارة المزاج التي تشير إلى أن المحتوى الصادم قد يثير مشاعر عدم الارتياح أو التوتر، لذا فإن ندرته تعكس حرص المستخدمين على تقديم صورة اجتماعية مقبولة حتى بعد الوفاة

ويتفق مع دراسة أسماء بن خليوي التي تناولت العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والاضطرابات النفسية، وأظهرت أن بعض المحتويات قد تؤثر على التكيف الاجتماعي أو تتسبب في جدل أخلاقي، وهو ما يتماشى مع هذه النتائج التي تشير إلى أن حالات الجدل حول محتوى المتوفى قد تحدث أحيانًا لكنها ليست شائعة.

جدول (١٨) يوضح شعور عينة الدراسة لو أن المتوفى قد ترك محتوى صادمًا أو يتعارض

مع التقاليد والأعراف على مواقع التواصل الاجتماعي

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق بشدة		العبارات
			٢٩	٦,٥	٢٣,١	١٠,٣	٧٠,٤	٣١٤	
١	٠,٦٠١٣	٢,٦٣٩	٢٩	٦,٥	٢٣,١	١٠,٣	٧٠,٤	٣١٤	قد يحاولون جاهدين حذف المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي
٢	٠,٦٢٠٨	٢,٤٩٦	٣٠	٦,٧	٣٧,٠	١٦٥	٥٦,٣	٢٥١	قد يشعرون بالحزن والاكتئاب نتيجة المحتوى الصادم
٣	٠,٦٥٦٤	٢,٤٣٧	٤١	٩,٢	٣٧,٩	١٦٩	٥٢,٩	٢٣٦	قد يشعرون بالصدمة والحيرة ما تركه على مواقع التواصل
٤	٠,٦٥٨١	٢,٣٩٧	٤٣	٩,٦	٤١,٠	١٨٣	٤٩,٣	٢٢٠	قد يشعرون بالضيق والغضب مما تركه المتوفى من محتوى صادم
٥	٠,٧٤٨٦	٢,١٣٩	٩٨	٢٢,٠	٤٢,٢	١٨٨	٣٥,٩	١٦٠	قد يتعرضون للتهمر بسبب ما تركه المتوفى من محتوى صادم
٦	٠,٧٩٦١	٢,٠٠٠	١٤١	٣١,٦	٣٦,٨	١٦٤	٣١,٦	١٤١	قد يشعرون أنهم منبوذين اجتماعياً نتيجة تلك المحتوى الصادم
٧	٠,٧٨٥٢	١,٩٦٢	١٤٦	٣٢,٧	٣٨,٣	١٧١	٢٨,٩	١٢٩	قد يميلون الى العزلة والبعد عن الناس نتيجة المحتوى الصادم
٨	٠,٨٢٢٦	١,٩٣٥	١٦٦	٣٧,٢	٣٢,١	١٤٣	٣٠,٧	١٣٧	قد يلغون اشتراكهم في حساباته حتى لا تظهر لهم مرة أخرى

يشير الجدول السابق إلى مشاعر عينة الدراسة في حال ترك المتوفى محتوى صادمًا أو يتعارض مع التقاليد والأعراف على مواقع التواصل، وقد أظهرت النتائج تفاوتًا في درجات التأثير، مع ملاحظة أن معظم العبارات سجلت متوسطات حسابية مرتفعة نسبيًا، ما يعكس حساسية أفراد العينة تجاه المحتوى. وقد جاءت العبارة "قد يحاولون جاهدين حذف المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى مما يشير إلى أن الاستجابة الأولية والغالبية لدى المشاركين هي السعي إلى إزالة المحتوى الصادم، وهو ما يعكس حرصًا اجتماعيًا وأسريًا على حفظ صورة المتوفى وصيانة سمعته بعد وفاته.

أما في المرتبة الثانية، فقد جاءت العبارة "قد يشعرون بالحزن والاكتئاب نتيجة المحتوى الصادم"، مما يدل على التأثير النفسي المباشر لهذا النوع من المحتوى، حيث تتولد مشاعر الحزن والاكتئاب نتيجة المفاجأة أو التناقض بين الصورة السابقة للمتوفى والمحتوى المنشور.

وجاءت العبارة "قد يشعرون بالصدمة والحيرة مما تركه على مواقع التواصل" في الترتيب الثالث، وهو ما يشير إلى أن هذه المشاعر المركبة تمثل جزءاً مهماً من ردود فعل أفراد العينة، خاصة عندما يواجهون محتوى غير متوقع.

وتتابعت بقية العبارات بدرجات تأثير متفاوتة، حيث جاءت في الترتيب الرابع عبارة "قد يشعرون بالضيق والغضب مما تركه المتوفى من محتوى صادم"، ثم "قد يتعرضون للتوتر بسبب ما تركه من محتوى صادم" في الترتيب الخامس. أما أدنى المتوسطات فكانت للعبارات "قد يشعرون أنهم منبوذون اجتماعياً نتيجة ذلك المحتوى الصادم"، و"قد يميلون إلى العزلة والبعد عن الناس نتيجة المحتوى الصادم"، و"قد يلغون اشتراكهم في حساباته حتى لا تظهر لهم مرة أخرى"، وهي العبارات التي احتلت من السادس حتى الثامن على التوالي، مما يشير إلى أن التأثيرات الاجتماعية الممتدة، كالعزلة أو الإقصاء، وإن كانت حاضرة، إلا أنها أقل بروزاً مقارنة بردود الفعل المباشرة مثل الحزن أو الحذف.

تعكس هذه النتائج البعد العاطفي والاجتماعي الحساس المرتبط بالإرث الرقمي للمتوفى، وتُظهر كيف أن المحتوى غير اللائق لا يؤثر فقط في نظرة الآخرين للمتوفى، بل يخلف كذلك أثراً نفسياً واضحاً على ذويه ومجتمعه القريب. وتتفق هذه النتائج أيضاً مع دراسة أسماء بن خليوي، حيث أوضحت أن بعض المحتويات الرقمية قد تؤثر على التكيف الاجتماعي أو تثير جدلاً أخلاقياً، وهو ما يفسر أن المحتوى غير الملائم للمتوفى قد يكون مصدرًا للصدمة

والارتباك لدى ذويه، بناءً على ذلك، يظهر أن الإرث الرقمي للمتوفى قد لا يكون مجرد ذكرى، بل قد يتحول إلى مصدر للضيق النفسي والاجتماعي، خاصة عند احتوائه على محتوى يتعارض مع القيم المجتمعية.
النتائج الخاصة بفروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه.
جدول (١٩) العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه

المتغيرات	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)	نوع العلاقة	العدد
العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه.	.١٩٦	.٠,٠٠٠	دالة	٤٤٦

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معامل الارتباط بلغ (٠,١٩٦)، وهو معامل ارتباط موجب، وإن كان ضعيفا، ولكن يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، أي أنه كلما زاد تعرض ذوي المتوفى لمحتواه المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، زادت الإشباع المتحققة لديهم من هذا التعرض.
كما بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (Sig.) مستوى معنوي قدره (٠,٠٠)، وهو أقل من مستوى الدلالة المقبول (٠,٠٥)، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية ويمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.
وبناءً عليه؛ يمكن قبول الفرض الأول، والتأكيد على وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين التعرض لمحتوى المتوفى عبر مواقع التواصل والإشباع النفسية والاجتماعية التي يحققها هذا التعرض لذويه، وإن كانت بدرجات متفاوتة وفقاً لعوامل شخصية واجتماعية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية المتحققة.

جدول (٢٠) العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية المتحققة.

العدد	نوع العلاقة	Sig. (2-tailed)	Correlation Coefficient	المتغيرات
٤٤٦	دالة	٠,٠٠٠	.١٧٣	العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية المتحققة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معامل الارتباط بلغ (٠,١٧٣)، وهو معامل ارتباط موجب، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، أي أن زيادة تعرض ذوي المتوفى لمحتواه المنشور على مواقع التواصل يقابلها زيادة في التأثيرات النفسية الناتجة عن هذا التعرض.

كما بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (Sig.) مستوى معنوي (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى الدلالة المقبول (٠,٠٥)، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية ويمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

وبناءً عليه، يمكن القول إن هناك علاقة طردية دالة إحصائياً بين التعرض لمحتوى المتوفى عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات النفسية المتحققة لدى ذويهم، وإن كانت هذه العلاقة تُصنف على أنها ضعيفة من حيث القوة، إلا أنها تعكس بُعداً نفسياً لا يمكن إغفاله في تفسير تفاعل الأفراد مع الإرث الرقمي للمتوفين. مما يشير إلى أن التفاعل مع محتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر فقط على الإشباع، بل يمتد ليعتبر تأثيراً نفسياً حقيقياً على ذويهم، حتى لو كان هذا التأثير متفاوتاً في شدته.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية طردية بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية المتحققة.

جدول (٢١) العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل والتأثيرات الاجتماعية المتحققة.

المتغيرات	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)	نوع العلاقة	العدد
العلاقة بين التعرض لمحتوى المتوفى من قبل ذويهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية المتحققة.	٠,٢٠٦	٠,٠٠٠	دالة	٤٤٦

تشير بيانات الجدول إلى أن معامل الارتباط (بلغ (٠,٢٠٦)، وهو معامل ارتباط موجب، مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين، أي أن زيادة تعرض ذوي المتوفى لمحتواه المنشور على مواقع التواصل يرتبط بزيادة التأثيرات الاجتماعية التي تحدث لديهم نتيجة هذا التعرض.

كما أن قيمة الدلالة الإحصائية (Sig.) قد بلغت (٠,٠٠٠)، وهي أقل من مستوى الدلالة المقبول (٠,٠٥)، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية ويمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

وبناءً عليه، يمكن القول إن هناك علاقة طردية دالة إحصائياً بين التعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية التي تنعكس على ذويهم، وتُعد هذه العلاقة من النوع الضعيف إلى المتوسط من حيث القوة، إلا أنها تكتسب أهميتها في سياق فهم الديناميكيات الاجتماعية المرتبطة بالإرث الرقمي للمتوفى. مما يعكس أن التفاعل مع محتوى المتوفى لا يؤثر فقط على مشاعر ذويهم، بل يمتد ليؤثر على ديناميكياتهم الاجتماعية وعلاقاتهم بالآخرين من حولهم.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة ومدى التعرض لمحتوى المتوفيين.

جدول (٢٢) الفروق بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة ومدى التعرض لمحتوى المتوفيين.

المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T أو f	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع						
ذكر	٢٣٦	٢,٠١٦٩	٠,٤٦٠٩٥	٨,٨١٧	١ ٤٤٤	٠,٠٠٣ دالة
أنثى	٢١٠	٢,٠٩٠٥	٠,٥٢٣٥٢			
العمر						
أقل من ١٨ عامًا	٢٣	٢,٢١٧٤	٠,٥١٨٤٣	٢,٥٩٩	٣ ٤٤٢	٠,٠٥٢ غير دالة
من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عامًا	٣٢٢	٢,٠٥٥٩	٠,٤٩٦٠٧			
من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عامًا	٨٠	١,٩٥٠٠	٠,٤٤٧٢١			
٦٠ عامًا فأكثر	٢١	٢,١٩٠٥	٠,٥١١٧٧			
درجة القرابة						
قريب من الدرجة الأولى	١٢١	٢,١٣٢٢	٠,٥١٥٤٦	٢,٧٢٦	٣ ٤٤٢	٠,٠٤٤
صديق مقرب	١١٧	٢,٠٠٨٥	٠,٤٩٩٩٣			
شخص عزيز من العائلة	٨٩	١,٩٥٥١	٠,٤٧٤٥٨			
جميع ما سبق	١١٩	٢,٠٨٤٠	٠,٤٦١٧٥			

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى التعرض لمحتوى المتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (T) (8.817) عند درجة حرية (df = 444)، وبلغ مستوى الدلالة

الإحصائية (Sig = 0.003) ، وهي قيمة أقل من المستوى المقبول (٠,٠٥) ، مما يشير إلى أن الفروق بين الذكور (بمتوسط حسابي = ٢,٠١٦٩) والإناث (بمتوسط حسابي = ٢,٠٩٠٥) ذات دلالة إحصائية، وتميل النتائج إلى أن الإناث أكثر تعرضًا لمحتوى المتوفين مقارنة بالذكور.

كما تُظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائية وفقًا لمتغير السن، حيث بلغت قيمة (F) (2.599) عند درجة حرية ٣ وبلغ مستوى الدلالة الإحصائية (Sig = 0.052)، وهي قيمة قريبة من الحد المقبول جدًا، ما يشير إلى وجود فروق معنوية يُمكن الاعتداد بها، حيث سجلت الفئة العمرية الأقل من ١٨ عامًا أعلى متوسط للتعرض (٢,٢١٧٤)، تليها فئة من هم فوق ٦٠ عامًا (٢,١٩٠٥)، مما يدل على أن فئتي الشباب في سن مبكر وكبار السن قد يكون لديهم ارتباط عاطفي أكبر بمحتوى المتوفين، مقارنة بالفئات العمرية الأخرى. ربما بسبب الحساسية العاطفية للشباب تجاه الفقد، وحنين كبار السن لأحبائهم الراحلين.

أما بالنسبة لدرجة القرابة، فقد أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات القرابة المختلفة، حيث بلغت قيمة (F) (2.726) عند درجة حرية (df = 3)، وبلغ مستوى الدلالة (Sig = 0.044)، وهي أقل من (٠,٠٥)، مما يشير إلى أن الفروق بين المجموعات دالة إحصائية. وقد سجل ذوو القربى من الدرجة الأولى أعلى متوسط للتعرض (٢,١٣٢٢)، تليهم الفئة التي اختارت "جميع ما سبق" (٢,٠٨٤٠)، ثم الأصدقاء المقربون، وأخيرًا من صنفوا المتوفى كشخص عزيز من العائلة، مما يعكس أن شدة العلاقة العاطفية ودرجة القرب تؤثر بشكل مباشر في مستوى التعرض لمحتوى المتوفى عبر مواقع التواصل.

فكلما كانت العلاقة أوثق بين الشخص والمتوفى، زاد مستوى التعرض لمحتواه الرقمي، حيث يميل الأقارب من الدرجة الأولى والأصدقاء المقربون إلى متابعة محتوى المتوفى لحفظ ذكراه، والتواصل مع ذكرياته. ونستنتج مما سبق أنه

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

يوجد تأثير دال إحصائيًا للنوع ودرجة القرابة على مستوى التعرض لمحتوى المتوفى. وتأثير السن قريب من الدلالة الإحصائية، مع ميل الشباب الصغير وكبار السن للتفاعل أكثر والإناث، صغار السن، كبار السن، وأقارب الدرجة الأولى هم الأكثر تعرضًا لمحتوى المتوفين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل هذه الفروق يساعد في فهم كيفية تعامل الأفراد مع الإرث الرقمي للمتوفين، وكيف تختلف استجاباتهم بناءً على العوامل الديموغرافية.

جدول (٢٣) اختبار Tukey البعدي لمعرفة اتجاه الفروق بين المجموعات

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	درجة قرابتك بالشخص المتوفى.	
٠,٢٠٩	٠,٠٦٣٤٥	٠,١٢٣٦٨	صديق مقرب	قريب من الدرجة الأولى
٠,٠٤٨	٠,٠٦٨٣٤	٠,١٧٧١٨*	شخص عزيز من العائلة	
٠,٨٧١	٠,٠٦٣١٨	٠,٠٤٨٢٠	جميع ما سبق	
٠,٢٠٩	٠,٠٦٣٤٥	٠,١٢٣٦٨-	قريب من الدرجة الأولى	صديق مقرب
٠,٨٦٥	٠,٠٦٨٨٣	٠,٠٥٣٤٩	شخص عزيز من العائلة	
٠,٦٣٧	٠,٠٦٣٧١	٠,٧٥٤٩-	جميع ما سبق	
٠,٤٨	٠,٠٦٨٣٨	٠,١٧٧١٨*	قريب من الدرجة الأولى	شخص عزيز من العائلة
٠,٨٦٥	٠,٠٦٨٨٣	٠,٠٥٣٤٩-	صديق مقرب	
٠,٢٣٨	٠,٠٦٨٥٨	٠,١٢٨٩٨-	جميع ما سبق	
٠,٨٧١	٠,٠٦٣١٨	٠,٤٨٢٠-	قريب من الدرجة الأولى	جميع ما سبق
٠,٦٣٧	٠,٠٦٣٧١	٠,٠٧٥٤٩	صديق مقرب	
٠,٢٣٨	٠,٠٦٨٥٨	٠,١٢٨٩٨	شخص عزيز من العائلة	

حيث يشير الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى التعرض لمحتوى المتوفين بين "قريب من الدرجة الأولى" و"شخص عزيز من العائلة" حيث إن المقربين من الدرجة الأولى أكثر تعرضًا للمحتوى، ولا توجد فروق دالة بين باقي الفئات.

مما يشير إلى أن القرب العاطفي بين الفرد والمتوفى يلعب دورًا رئيسيًا في تحديد مدى التعرض لمحتواه الرقمي حيث يكون لديهم ارتباط أقوى، وبالتالي

يتفاعلون أكثر مع محتوى المتوفى على مواقع التواصل مقارنة بالأقارب الأقل قرباً.

أما الفئات الأخرى مثل "الأصدقاء المقربين" و"جميع ما سبق" و"شخص عزيز من العائلة" لم تظهر بينها فروق معنوية، مما يعني أن سلوكيات التعرض للمحتوى في هذه الفئات متقاربة.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير النفسي نتيجة التعرض لمحتوى المتوفى.

جدول (٢٤) الفروق الإحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير النفسي نتيجة التعرض لمحتوى المتوفى.

النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T أو f	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع						
ذكر	٢٣٦	٢,٢٨٨١	٠,٤٧٢٢٤	٠,٩٠٢	٤٤٤	غير دالة ٠,٣٦٨
أنثى	٢١٠	٢,٢٤٧٦	٠,٤٧٤٨٤			
السن						
أقل من ١٨ عامًا	٢٣	٢,٢٦٠٩	٠,٤٤٨٩٨	١,٤١٢	٣ ٤٤٢	٠,٢٣٩
من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عامًا	٣٢٢	٢,٢٩٥٠	٠,٤٩٦٠٠			
من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عامًا	٨٠	٢,١٧٥٠	٠,٣٨٢٣٦			
٦٠ عامًا فأكثر	٢١	٢,٢٣٨١	٠,٤٣٦٤٤			
قريب من الدرجة الأولى						
قريب من الدرجة الأولى	١٢١	٢,٣٠٥٨	٠,٤٩٧٣٨	٣,٤٩٨	٣ ٤٤٢	٠,٠١٦
صديق مقرب	١١٧	٢,٣٥٩٠	٠,٤٨١٧٦			
شخص عزيز من العائلة	٨٩	٢,١٦٨٥	٠,٤٣٢٦٤			
جميع ما سبق	١١٩	٢,٢١٨٥	٠,٤٥٣٩٨			

التأثير
النفسي
نتيجة
التعرض
لمحتوى
المتوفى

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثير النفسي الناتج عن التعرض لمحتوى المتوفى، حيث بلغت قيمة (T) (٠,٩٠٢)، بمستوى دلالة قدره (٠,٣٦٨)، وهو أعلى من مستوى الدلالة المقبول (٠,٠٥)، مما يعني أن النوع (ذكر أو أنثى) لا يحدث فرقاً جوهرياً في هذا التأثير.

أما بالنسبة لمتغير السن، فقد أوضحت النتائج أن الفروق غير دالة أيضاً، حيث بلغت قيمة (F) نحو (١,٤١٢) عند مستوى دلالة (٠,٢٣٩)، مما يشير إلى أن الفئة العمرية لا تمثل عاملاً فارقاً في شدة التأثير النفسي عند التعرض لمحتوى الشخص المتوفى.

في المقابل، أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغير "درجة القرابة"، حيث بلغت قيمة (F) نحو (٣,٤٩٨) بمستوى دلالة (٠,٠١٦)، وهو أقل من (٠,٠٥)، مما يدل على وجود فروق معنوية في التأثير النفسي وفقاً لدرجة القرب من المتوفى.

وبناءً عليه، يمكن القول إن الفرض الفرعي القائل بوجود فروق دالة إحصائية في التأثير النفسي الناتج عن التعرض لمحتوى المتوفى باختلاف المتغيرات الديموغرافية قد تحقق جزئياً، حيث ثبتت صحة الفرض فيما يتعلق بدرجة القرابة فقط، في حين لم تكن الفروق دالة بالنسبة للنوع أو السن. هو ما يعني أن الأصدقاء المقربون وأقارب الدرجة الأولى هم الأكثر تأثراً نفسياً عند التعرض لمحتوى المتوفى على مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤكد أن العوامل العاطفية والاجتماعية أقوى من العوامل الديموغرافية في تحديد شدة التأثير النفسي.

جدول (٢٥) اختبار Tukey لمعرفة اتجاه الفروق بين المجموعات في متغير درجة القرابة

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	درجة قرابتك بالشخص المتوفى.	
٠,٨١٨	٠,٠٦٠٨٧	٠,٠٥٣١٩-	صديق مقرب	قريب من الدرجة الأولى
٠,١٥٧	٠,٠٦٥٥٥	٠,١٣٧٢٥	شخص عزيز من العائلة	
٠,٤٧٥	٠,٠٦٠٦٠	٠,٠٨٧٣٠	جميع ما سبق	
٠,٨١٨	٠,٠٦٠٨٧	٠,٠٥٣١٩	قريب من الدرجة الأولى	صديق مقرب
٠,٠٢١	٠,٠٦٦٠٣	*٠,١٩٠٤٤	شخص عزيز من العائلة	
٠,١٠٠	٠,٠٦١١٢	٠,١٤٠٤٩	جميع ما سبق	
٠,١٥٧	٠,٠٦٥٥٥	-٠,١٣٧٢٥	قريب من الدرجة الأولى	شخص عزيز من العائلة
٠,٠٢١	٠,٠٦٦٠٣	*٠,١٩٠٤٤-	صديق مقرب	
٠,٨٧٣	٠,٠٦٥٧٩	٠,٠٤٩٩٥-	جميع ما سبق	
٠,٤٧٥	٠,٠٦٠٦٠	٠,٠٨٧٣٠-	قريب من الدرجة الأولى	جميع ما سبق
٠,١٠٠	٠,٠٦١١٢	٠,١٤٠٤٩-	صديق مقرب	
٠,٨٧٣	٠,٠٦٥٧٩	٠,٠٤٩٩٥	شخص عزيز من العائلة	

كشفت نتائج الاختبار البعدي لدرجة القرابة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في التأثير النفسي بين "الصديق المقرب" و"الشخص العزيز من العائلة" ($p = 0.021$)، وتتجه هذه الفروق لصالح "الصديق المقرب"، مما يشير إلى أن الأصدقاء المقربين للمتوفى يتأثرون نفسياً بدرجة أكبر عند التعرض لمحتواه الرقمي بعد الوفاة.

وهذا يدل على أن الفروق الإحصائية الوحيدة المهمة هي بين الأصدقاء المقربين والشخص العزيز من العائلة، في حين أن باقي الفئات لا تختلف بشكل معنوي فالأصدقاء المقربون هم الأكثر تأثراً نفسياً عند التعرض لمحتوى المتوفى، مقارنة بأفراد العائلة الذين لم يكونوا قريبين جداً منه.

وأيضاً أفراد العائلة من الدرجة الأولى يتأثرون أيضاً، لكن ليس بشكل يختلف معنوياً عن الأصدقاء المقربين، ويدل ذلك على أن العلاقة العاطفية والشخصية أقوى من العلاقة العائلية الرسمية في تحديد التأثير النفسي بعد وفاة

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

الشخص فالعلاقات العاطفية القوية تتساوى في التأثير مع الروابط العائلية القريبة.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير الاجتماعي نتيجة التعرض لمحتوى المتوفي.

جدول (٢٦) يوضح الفروق الإحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع والسن ودرجة القرابة) لعينة الدراسة والتأثير الاجتماعي نتيجة التعرض لمحتوى المتوفي.

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T أو f	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع						
ذكر	٢٣٦	٢,٤٨٣١	٠,٥٤١٦٠	4.316	٤٤٤	٠,٠٠٠
أنثى	٢١٠	٢,٢٦١٩	٠,٥٣٨٤٥			
السن						
أقل من ١٨ عامًا	٢٣	٢,٦٥٢٢	٠,٤٨٦٩٨	٥,٤٢٩	٣	٠,٠٠١
من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عامًا	٣٢٢	٢,٣٩٤٤	٠,٥٦٠٦٨			
من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عامًا	٨٠	٢,٢٠٠٠	٠,٤٦١١٥			
٦٠ عامًا فأكثر	٢١	٢,٥٢٣٨	٠,٦٠١٥٩			
قريب من الدرجة الأولى						
قريب من الدرجة الأولى	١٢١	٢,٣٦٣٦	٠,٥٧٧٣٥	١,٨٣٥	٣	٠,١٤٠
صديق مقرب	١١٧	٢,٤٧٨٦	٠,٥١٨٥٩			
شخص عزيز من العائلة	٨٩	٢,٣٢٥٨	٠,٥١٧٣٢			
جميع ما سبق	١١٩	٢,٣٣٦١	٠,٥٧١٦١			

التأثير الاجتماعي نتيجة التعرض لمحتوى المتوفي

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثير الاجتماعي الناتج عن التعرض لمحتوى المتوفي تعزى إلى متغيري النوع والسن، في حين لم تظهر فروق دالة إحصائية لمتغير درجة القرابة.

فقد بلغت قيمة (T) الخاصة بمتغير النوع (٤,٣١٦)، وبلغ مستوى الدلالة المصاحب له (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى الدلالة المقبول (٠,٠٥)، مما يدل على وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في التأثير الاجتماعي الناتج عن التعرض لمحتوى المتوفى، حيث كان متوسط الذكور (٢,٤٨٣١)، بينما كان متوسط الإناث (٢,٢٦١٩)، وهو ما يشير إلى أن الذكور أكثر تأثرًا اجتماعيًا بمحتوى المتوفى من الإناث، وقد يرجع ذلك إلى أنهم أكثر تواجدًا في المجتمعات واللقاءات والتعرض للمواقف أكثر من النساء في مجتمعاتنا.. وقد يكون الذكور أكثر ميلًا لمشاركة الذكريات والتفاعل مع محتوى المتوفى في الأوساط الاجتماعية.

أما فيما يتعلق بمتغير السن، فقد بلغت قيمة (F) (5.429)، بمستوى دلالة (٠,٠٠١)، مما يعكس وجود فروق دالة بين الفئات العمرية المختلفة في درجة التأثير الاجتماعي، حيث أظهرت الفئة "أقل من ١٨ عامًا" أعلى متوسط (٢,٦٥٢٢)، تليها فئة "٦٠ عامًا فأكثر"، وهو ما قد يشير إلى أن الفئات العمرية الأصغر والأكبر سنًا أكثر تأثرًا اجتماعيًا بمحتوى المتوفى مقارنة بالفئات الأخرى. فالمرهقون أكثر ارتباطًا بالمحتوى الرقمي والعاطفي، مما يجعلهم أكثر تأثرًا اجتماعيًا وكبار السن قد يكون لديهم حساسية أكبر للمحتوى المتعلق بالموت بسبب تجربتهم الحياتية.

في المقابل، لم تُظهر النتائج فروقًا دالة إحصائية تعزى إلى درجة القرابة، حيث بلغت قيمة (F) (1.835) بمستوى دلالة (٠,١٤٠)، وهو أعلى من (٠,٠٥)، مما يعني أن درجة القرب من المتوفى (قريب من الدرجة الأولى، صديق مقرب، شخص عزيز من العائلة، جميع ما سبق) لا تُحدث فرقًا معنويًا في التأثير الاجتماعي الناتج عن التعرض للمحتوى، فالعلاقة الاجتماعية مع المتوفى لا تحدد بالضرورة مدى التأثر الاجتماعي بمحتواه فالتأثر قد يكون مرتبطًا أكثر بالعادات الشخصية وطبيعة استخدام وسائل التواصل.

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

ونخلص مما سبق الى أنه تم قبول الفرض السادس جزئياً حيث ثبتت صحة الفرض بالنسبة للنوع والعمر. ولم تُثبت العلاقة بالنسبة لدرجة القرابة، وأظهرت أن الذكور أكثر تأثراً اجتماعياً بمحتوى المتوفين مقارنة بالإناث، وأن المراهقون وكبار السن أكثر الفئات العمرية تأثراً اجتماعياً بمحتوى المتوفى، وأن درجة القرابة لا تلعب دوراً حاسماً في تحديد التأثير الاجتماعي.

جدول (٢٧) اختبار Tukey البعدي لمعرفة اتجاه الفروق بين المجموعات في متغير السن

Sig.	Std. Error	Mean	السن	
٠,١٢٥	٠,١١٧١٣	٠,٢٥٧٧٦	من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً	أقل من ١٨ عاماً
٠,٠٠٣	٠,١٢٨٣٩	*٠,٤٥٢١٧	من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً	
٠,٨٦٢	٠,١٦٣٧٩	٠,١٢٨٣٦	٦٠ عاماً فأكثر	
٠,١٢٥	٠,١١٧١٣	٠,٢٥٧٧٦-	أقل من ١٨ عاماً	من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً
٠,٠٠٢	٠,٠٦٧٧٩	*٠,١٩٤٤١	من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً	
٠,٧١٥	٠,١٢٢٢٢	٠,١٢٩٤٠-	٦٠ عاماً فأكثر	
٠,٠٠٣	٠,١٢٨٣٩	*٠,٤٥٢١٧-	أقل من ١٨ عاماً	من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً
٠,٠٢٢	٠,٠٦٧٧٩	٠,١٩٤٤١-	من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً	
٠,٠٧٢	٠,١٣٣٠٦	٠,٣٢٣٨١-	٦٠ عاماً فأكثر	
٠,٨٦٢	٠,١٦٣٧٩	٠,١٢٨٣٦-	أقل من ١٨ عاماً	٦٠ عاماً فأكثر
٠,٧١٥	٠,١٢٢٢٢	٠,١٢٩٤٠	من ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً	
٠,٧٢	٠,١٣٣٠٦	٠,٣٢٣٨١	من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً	

أظهرت نتائج اختبار Tukey البعدي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن في مستوى التأثير (الاجتماعي). وقد تبين أن الفئات العمرية الأصغر (أقل من ١٨ عاماً، ومن ١٨ إلى أقل من ٤٠ عاماً) سجلت درجات تأثير أعلى مقارنةً بفئة "من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً"، حيث بلغت قيمة الفروق بين "أقل من ١٨" و"٤٠-٦٠" نحو ٠,٤٥ ($p = 0.003$)، وبين "١٨-٤٠" و"٤٠-٦٠" نحو ٠,١٩ ($p = 0.022$)، مما يشير إلى أن الفئات الأصغر سناً

أكثر تأثرًا عند تعرضهم لمحتوى المتوفين، ويرجع ذلك غالبًا لأن لمرهقون والشباب أكثر نشاطًا على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم أكثر تفاعلًا وتأثرًا بمحتوى المتوفين، كما أن الفئة العمرية (٤٠-٦٠ عامًا) قد تكون أقل اندماجًا في هذه الظاهرة، مما يفسر انخفاض التأثير الاجتماعي عليهم.

أما كبار السن (٦٠ عامًا فأكثر) فلديهم مستوى تأثير مشابه للشباب، ربما بسبب ارتباطهم العاطفي بالأصدقاء والعائلة الذين فقدوهم.

النتائج العامة للدراسة وفقا لأهدافها:

استنادًا إلى التحليلات الإحصائية والنظرية المقدمة، نستعرض فيما يلي النتائج الرئيسية لكل هدف من أهداف الدراسة:

١- التعرف على مدى رغبة ذوي المتوفى في البحث والتعاطي مع إرثه

الرقمي

- أظهرت النتائج أن أفراد الأسرة والأصدقاء المقربين لديهم ميل متفاوت للبحث عن محتوى المتوفى الرقمي والتفاعل معه، حيث أن القريبين من الدرجة الأولى أكثر عرضة للتفاعل مع هذا المحتوى مقارنة بالأصدقاء أو الأقارب البعيدين.

- هناك اختلافات في مستوى البحث عن المحتوى وفقًا لدرجة القرابة، حيث كان أفراد العائلة المقربين أكثر بحثًا وتفاعلًا مقارنة بالفئات الأخرى.

٢- رصد مدى تأثير هذا الإرث على حياة أسرة المتوفى نفسيًا واجتماعيًا

- من الناحية النفسية: أظهرت النتائج أن درجة القرابة تؤدي دورًا مهمًا في التأثير العاطفي حيث كان الأقارب من الدرجة الأولى أكثر تأثرًا نفسيًا مقارنة بغيرهم.

- من الناحية الاجتماعية: كان هناك تأثير واضح بين الذكور والإناث حيث كان الذكور أكثر تأثرًا اجتماعيًا بسبب انخراطهم الأكبر في الأنشطة المجتمعية.
- كما تبين أن الفئات العمرية الأصغر (أقل من ٤٠ عامًا) كانت أكثر تأثرًا اجتماعيًا بمحتوى المتوفين مقارنة بالفئات الأكبر سنًا.
- ٣- التعرف على أشكال تفاعل المستخدمين مع محتوى ذويهم من المتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي
- التفاعل مع المحتوى الرقمي للمتوفى يأخذ أشكالًا متعددة منها :
إعادة نشر الذكريات والصور القديمة- ترك التعليقات على المنشورات السابقة- مشاركة المحتوى في مناسبات خاصة مثل ذكرى الوفاة .
- أظهرت الدراسة أن الأصدقاء المقربين كانوا الأكثر تفاعلًا مع المحتوى الرقمي مقارنة بأفراد العائلة البعيدة.
- ٤- التعرف على مدى محاولة ذوي المتوفى نشر أو إعادة نشر هذا الإرث، مع رصد العوامل المؤثرة في ذلك
- هناك تباين في رغبة ذوي المتوفى في إعادة نشر المحتوى، حيث تبين أن الأصدقاء المقربين أكثر ميلًا لإعادة نشر المحتوى مقارنة بأفراد العائلة البعيدة.
- العوامل العاطفية والاجتماعية تؤدي دورًا رئيسيًا في قرار مشاركة المحتوى، حيث أن البعض يجد في ذلك وسيلة للحفاظ على الذكرى، بينما يعتبره آخرون أمرًا حساسًا أو مؤلمًا.
- ٥- التعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية المتعلقة بتعرض أسر المتوفى لإرثه الرقمي

من الجوانب الإيجابية: ساعد الإرث الرقمي في الحفاظ على الذكرى العاطفية وتقوية الروابط بين أفراد العائلة والأصدقاء؟
يتيح للأفراد التعبير عن مشاعرهم والتواصل مع الآخرين ممن فقدوا نفس الشخص.

من الجوانب السلبية: يمكن أن يؤدي التعرض المستمر لمحتوى المتوفى إلى تفاقم الحزن وزيادة التأثير النفسي السلبي، خاصة بين الأقارب المقربين.

قد يسبب جدلاً اجتماعياً حول الخصوصية وأخلاقيات نشر المحتوى بعد وفاة الشخص.

كما كشفت الدراسة عن:

- وجود تأثيرات نفسية واجتماعية متفاوتة للإرث الرقمي للمتوفى، حيث يتأثر الأفراد بناءً على درجة القرابة والعمر والجنس.
- يختلف التفاعل مع المحتوى ما بين البحث عنه، الاحتفاظ به، إعادة نشره أو الامتناع عن التفاعل معه بناءً على العوامل العاطفية والاجتماعية.
- تتعدد الجوانب الإيجابية والسلبية لهذا الإرث، مما يبرز الحاجة إلى فهم أعمق لكيفية إدارة المحتوى الرقمي للمتوفين بأسلوب يراعي الجوانب النفسية والأخلاقية.

توصيات الدراسة :

- يجب تعزيز الوعي المجتمعي والتخطيط المسبق للإرث الرقمي لتقليل الأثر النفسي السلبي على ذوي المتوفى.
- ينبغي أن تعمل منصات التواصل الاجتماعي على تطوير سياسات أكثر وضوحاً وإنسانية بشأن حسابات المتوفين.

التعرض للإرث الرقمي للمتوفيين على مواقع التواصل الاجتماعي

- من الضروري تقديم دعم نفسي واجتماعي للأشخاص الأكثر تأثرًا، خصوصًا الأقارب والأصدقاء المقربين.
- وضع إرشادات أخلاقية وقانونية لنشر محتوى المتوفيين لضمان احترام خصوصيتهم ومشاعر أسرهم.
- أهمية دراسة أثر اختلاف الثقافات في التعامل مع المحتوى الرقمي بعد الوفاة، حيث قد تختلف الممارسات بناءً على العادات الاجتماعية والدينية.

مراجع الدراسة:

(١) قانون الوصول الآمن للأصول والحسابات الرقمية في ولاية ديلاوير الأمريكية، الجلسة التشريعية ١٤٧، الدورة النظامية (٢٠١٥)، متوفر إلكترونيًا على الرابط التالي: متاح على:

[http://www.legis.delaware.gov/LIS/lis147.nsf/vwLegislation/HB+345/\\$file/legis.html?open](http://www.legis.delaware.gov/LIS/lis147.nsf/vwLegislation/HB+345/$file/legis.html?open).

(٢) بيبيمون، كلثوم، ونومار، مريم نريمان. (٢٠٢٤). التمثلات الاجتماعية لحدث الموت وتشكيل التعاطف الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة نتوغرافية لعينة من منشورات الجزائريين على الفيسبوك خلال فترة الجائحة. المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد (١٦٨)، الصفحات ١٥٣-١٩٠.

<https://doi.org/10.34120/ajh.v42i168.3103>

(٣) محسن كامل، وأحمد فخري هاني، وسها عيد رجب، أثر التتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على العوامل الاجتماعية والنفسية لدى المراهقات، مجلة العلوم البيئية (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، مجلد ٥٢، ج ١، مارس ٢٠٢٣)

(٤) شريفة محمد السويدي (٢٠٢٣)، أسباب الابتزاز الإلكتروني والآثار الاجتماعية والنفسية المرتبطة به، دراسة كيفية، جامعة الشارقة، مجلة الآداب، ع ١٤٦

(٥) ولاء عبد الله محمد سالم، التأثيرات النفسية والاجتماعية للتتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقات، دراسة في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، ع ٣٠، ج ١، ابريل ٢٠٢٢) ص ٢٠٦.

(٦) بالحبيب نور الهدى، قلق الموت وعلاقته بالتوافق الاجتماعي لدى أفراد عائلات المتوفين بمرض كورونا؛ دراسة استكشافية ببلدة عمر، ولاية تقرت، (جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلم التربية، ٢٠٢٢).

(٧) إيناس زكي عويسات، تأثير استشهاد الأبناء على النواحي النفسية والاجتماعية لوالدي الشهداء في محافظة القدس رسالة ماجستير غير منشورة، (فلسطين: جامعة القدس، ٢٠٢٢).

- (٨) أسماء بنت فراج خليوي : "الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، (السعودية المجلد ٢٥، ط ٤، ٢٠١٧)
- (٩) بسنت أحمد عبد العظيم، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨)
- (١٠) فاطمة الزهرة ينون، التأثيرات النفسية والسلوكية للمضامين العنيفة في وسائل الإعلام على المتلقي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية،(الجزائر: مركز الحكمة للدراسات والأبحاث، ٨ع، ٢٠١٦) ص ٣٢١ - ٣٤٢.
- (11) Hsu, M. H., Chang, C. M., Lin, H. C., & Lin, Y. W., (2015). Determinants of continued use of social media: perspectives of uses and gratification theory and perceived interactivity. Information Research , 20 (2), @ <http://www.informationr.net/ir/20-2/paper671.html>
- (12) Trepte, S., & Reinecke, L. (2011). Social Network Site Use and Self-Disclosure Online: A Model of Reciprocal Influences. Conference Papers -- International Communication Association, 1-33
- (١٣) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢)
- (١٤) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص٩٣.
- (١٥) حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤) ص ١٠٥.
- (١٦) قانون الوصول الآمن للأصول والحسابات الرقمية في ولاية ديلاوير الأمريكية، مرجع سابق.
- (١٧) صفاء متعب الخزاعي، وحيدر حسين الشمري، الإرث الرقمي دراسة قانونية مقارنة بالفقه الإسلامي، مجلة العلوم القانونية، (جامعة بغداد: كلية القانون، العدد الخاص لبحوث مؤتمر فرع القانون الخاص المنعقد تحت عنوان استدامة قواعد القانون الخاص والتحديات المعاصرة " للمدة ٦-٢٠١٩/١١/٢٠١٩م.) ص ٦.

(١٨) ولاء عبد الله محمد سالم، التأثيرات النفسية والاجتماعية للتمتع الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقات، دراسة في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، ع ٣٠، ج ١، ابريل ٢٠٢٢) ص ٢٠٦.

(١٩) عمر، علي حمدي أحمد. (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي - دراسة فيوسوسولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر. دورية إعلاما لشرق الأوسط، العدد العاشر.

(20) Roger Wimmer and Joseph Dominick; 'Research in Media Effect', Mass Media Research: An Introduction, 8th Edition, 2006, available at; http://www.rogerwimmer.com/mmr/18-Wimmer_001-036_online-pdf, on 18/12/2016 p. 13.

(21) Katz, Blumler, and Gurevitch (1974), Material drawn from: R., West & L., H. Tuner, and *Introducing Communication Theory: and Application*, 2nd, ed. 2004, NY: mcgraw-Hill, NY, P21-22.

(٢٢) مكاي، حسن عماد & حسين السيد، ليلي. الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤) ص ٢٤١.

(٢٣) محمد عبد الحميد، *دراسة الجمهور في وسائل الإعلام* (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٧) ص ٣٠.

(٢٤) رضا أمين، *النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني*، (القاهرة، منتدى سور الازيكية، ٢٠٠٧) ص ٦٩.

(٢٥) محمد عبد الحميد، *دراسة الجمهور في وسائل الإعلام*، ط ٣ (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ص ٢٧٧-٢٧٨.

(٢٦) يوسف، حنان محمد إسماعيل، وعبد النبي، مصطفى علي سيد. (٢٠١٩) *الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات*. *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة* مج. ٢٠١٩، مج ٧، ع. ٢٣، ص ٥٣.

(٢٧) ابتسام ريس علي. (٢٠١٦). *نظرية "الاستخدامات والإشباعات" وتطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري*. دراسات، ٥(١)، ١٨٩-٢١١.

(٢٨) يوسف، حنان محمد إسماعيل، وعبد النبي، مصطفى علي سيد. *مرجع سابق*، ص ٥٣
29 Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2000). *Mass media research: an introduction* (5th ed). Wadsworth Pub. P P 391-398

- (30) Bryan Calvin, Paul M. Collins, Jr., Matthew Eshbaugh-Soha (2011) On the Relationship between Public Opinion and Decision Making in the U.S . Courts of Appeals ,Political Research Quarterly, Vol. 64, No. 4 , pp. 736-748
- (31) Carpentier, F., R., D. (2021). Mood Management. The International Encyclopedia of Media Psychology (pp.1-8)Publisher: John Wiley & Sons, Inc.
- (32) Christopher Ellis, Christopher Faricy(2011) Social Policy and Public Opinion: How the Ideological Direction of Spending Influences Public Mood , The Journal of Politics, Vol. 73, No. 4 ,pp. 1095-1110.
- (٣٣) أ.د. عزة أبو الهدي، أستاذ علم الاجتماع ورئيس قسم الاجتماع الأسبق بكلية الدراسات الإنسانية - وعضو اللجنة العلمية لترقية الأساتذة بجامعة الأزهر .
- (٢) أ.د. / سحر منصور، أستاذ علم الاجتماع بكلية الدراسات الإنسانية جامعة الأزهر .
- (٣) أ.د. رضا عبد الواحد أمين، أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر .
- (٤) أ.د. حسن نيازي استاذ العلاقات العامة والإعلان بجامعة الأزهر والملك فيصل .
- (٥) أ.د. أسامة عبد الرحيم، أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة .