

## بررسی رابطه بین شایعات فضای اجتماعی و اعتماد به شبکه اجتماعی با نگرانی

### The relationship between social media rumors and trust in the social network with concern

Mozhdeh Baghaee Lake

PhD Student in General Psychology, Islamic Azad University, Abadan Branch, Abadan, Iran.

Email: [payapsychologicalcenter@gmail.com](mailto:payapsychologicalcenter@gmail.com)

مژده بقایی لاکه\*

دکتری روان شناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آبادان، آبادان، ایران.

#### Abstract

December 2019 was the outbreak of the Corona virus disease and many countries asked their people to stay at home or in a private quarantine center. Meanwhile, news on media and social networks is Spreading like wildfire. Sometimes the news is distributed without a trusted source, but sometimes it has a true source, but the separation of these two conditions is not easy in such circumstances. Therefore, the present study was conducted to investigate the relationship between social space rumors and social network trust with worry in the period of Corona virus epidemic. The research method was descriptive-correlational. The statistical population of this study included all the people in quarantine in Rasht in the year 1399, which have access to social networks. The statistical sample consisted of 130 people, which was identified by convenient sampling method. The research tools included Penn State worry Questionnaire (PSWQ), effective factors on the use of virtual social networks (Khodayari et al., 1393) and the questionnaire of rumors. The information obtained were analyzed using correlation analysis and multiple regression analysis. The results showed that the variable of rumors predict the variable of worry in a positive and meaningful way ( $p > 0.001$ ). According to the results of this study, it is suggested that psychologists provide plans to help and promote health and well-being of citizens in order to decrease the concerns of these critical conditions

#### چکیده

دسامبر ۲۰۱۹ شیوع بیماری کرونا ویروس بود و بسیاری از کشورها از مردمشان خواستند تا در خانه یا در یک مرکز قرنطینه اختصاصی بمانند. در این میان اخبارها در رسانه ها و شبکه های اجتماعی دست به دست می چرخد. گاهی این اخبار بدون منبع موثق پخش می شود گاهی نیز منبع درستی دارد، اما تفکیک این دو در شرایط چینی سخت است. به همین خاطر، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین شایعات فضای اجتماعی و اعتماد به شبکه اجتماعی با نگرانی در دوران همه گیری ویروس کرونا انجام گردید. روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش عبارتند از کلیه افراد در قرنطینه شهر رشت در سال ۱۳۹۹ که به شبکه های اجتماعی دسترسی دارند، می باشد. نمونه آماری شامل ۱۳۰ نفر بود که با روش در دسترس مشخص شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه پرسشنامه نگرانی پن است (PSWQ)، عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی (خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳) و پرسشنامه شایعه پراکنی بود اطلاعات بدست آمده با استفاده از روش تحلیل همبستگی و رگرسیون چندگانه تحلیل شد. نتایج نشان داد، متغیر شایعه پراکنی به صورت مثبت و معنادار نگرانی را پیش بینی می کند ( $P < 0/01$ ). با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می شود که روان شناسان در این شرایط خطیر و بحرانی با ارائه برنامه هایی کمک به ارتقای سلامت و بهزیستی شهروندان نمایند تا نگرانی هایی به وجود آمده از این شرایط تعدیل شود.

**واژه‌های کلیدی:** نگرانی، شایعات فضای اجتماعی، اعتماد، *Worry, Social space rumors, Social Network trust, Social networking.*

به شبکه اجتماعی، شبکه های اجتماعی.

پذیرش: اسفند ۱۴۰۱

دریافت: دی ۱۴۰۱

نوع مقاله: پژوهشی

### مقدمه

شیوع بیماری در ووهان، چین، با نام کرونا (COVID-19) بحران در بهداشت عمومی منطقه‌ای و جهانی ایجاد کرده است (ایونگ و لیونگ، ۲۰۱۹). در طی بحرانی مانند بیماری همه‌گیر COVID-19، مردم تمایل دارند تا به اطلاعات لازم و تبادل نظر بپردازند (بورناپ، ۲۰۱۴). انواع مختلفی از اطلاعات در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی وجود دارد، اطلاعاتی که به مقامات یا اشخاص ذیربط کمک می‌کند تا اوضاع را در مواقع اضطراری درک کنند (از جمله اطلاعات قابل بررسی مانند کمک به بیماران، تعداد مبتلایان و پیشگیری) (موکامالا و بک، ۲۰۱۸). در نتیجه شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند تا مسئولان و همچنین عموم مردم به سوالاتشان پاسخ درستی بدهند. البته باید خاطر نشان کرد که شناسایی این نوع اطلاعات و پیش‌بینی منبع انتشار آن، به مسئولان ذیربط کمک می‌کند تا روحیه عمومی را حفظ کنند، تا راهکارهای مناسب در زمان‌های اضطراری را ارائه دهند (یان و پدرازا، ۲۰۱۹).

در این بین با توجه به بحران پیش آمده در جامعه، ما شاهد اخبار و اطلاعات دروغین هستیم. شایعات، به عنوان بیانیه اطلاعاتی کاملاً مرتبط با قضایای موجود، برای جذب خوانندگان بیشتر در شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آید. شبکه‌های اجتماعی آنلاین باعث تسهیل سریع و توزیع گسترده اطلاعات و ایجاد محیط‌های مناسب برای پخش مطالب جهت جذب مخاطبان جدید است. با توجه به اینکه شایعات جذابیت بیشتری دارد و در دسترس عموم قرار می‌گیرد می‌تواند سریعتر و گسترده‌تر از واقعیت پخش شوند (وثوقی، ۲۰۱۸). در این دوران عناوینی چون "درمان طبیعی" یا "واکسن‌ها" به طور گسترده در شبکه‌های اجتماعی پراکنده می‌شوند. در نتیجه کاربرانی هستند که این ادعاها را باور دارند. به عنوان مثال، شایعات آنلاین درباره واکسن، تأثیر جنبش ضد واکسن را تقویت کرده و والدین بیشتری را در مورد خطر واکسن متقاعد کرده بود (هلینگ<sup>۵</sup> و همکاران ۲۰۱۵). زو و وو<sup>۶</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی اشاره می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی فواید زیادی را به عنوان وسیله ای برای انتشار سریع و گسترده اطلاعات دارند. شبکه‌های اجتماعی دسترسی سریع به داده‌های خبری در مقیاس بزرگ، گاه حتی قبل از رسانه‌های جمعی را ارائه می‌دهند. همچنین به عنوان واسطه ای برای دستیابی جمعی به یک هدف اجتماعی عمل می‌کنند. به عنوان مثال با استفاده از صفحات گروهی در فیس بوک، رویدادهایی مانند اعتراضات به هزاران معترض رسید. با توجه به اینکه سهولت انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بسیار سودمند باشد، اما می‌تواند اثرات مخرب نیز داشته باشد. یک نمونه از این موارد در اوت ۲۰۱۲ مشاهده شد، هزاران نفر از مردم ولایت غزنی پس از شایعه زلزله، خانه‌های خود را در وسط شب با وحشت ترک کردند. نمونه‌های مشابه زیادی وجود دارد اگرچه امروزه شبکه‌های اجتماعی منبع اصلی اخبار بسیاری از افراد است، اما به دلیل چنین مشکلاتی کاملاً قابل اعتماد نیستند.

1. Leung, G. M. Leung,
2. Burnap
3. Mukkamala, A., & Beck
4. Yan, & Pedraza
5. Helbing
6. Xu, W., & Wu

یانگ، لی و گوا<sup>۷</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی به این مساله پرداختند که شایعات می‌توانند با سرعت زیادی از طریق شبکه‌های اجتماعی پخش شوند و خسارات قابل توجهی به بار بیاورند. آنها پیشنهاد دادند که به منظور کنترل انتشار شایعه، انتشار صحیح اطلاعات برای متعادل کردن جامعه و تعدیل تأثیر شایعه، مناسب تر از سد کردن شایعات توسط سانسور یا اختلال در شبکه‌های اجتماعی است.

آشنا، کوماری و شارما<sup>۸</sup> (۲۰۱۹) به این نتیجه رسیدند که در زمان بحران اجتماعی، افراد برای بدست آوردن اطلاعات مربوطه، به این شبکه‌ها دسترسی دارند. برای کم کردن استرس در این مواقع، اطلاعات را حتی بدون بررسی صحت و سقم آن ارسال می‌کنند و این امر بیشتر توسط کاربران برای پر کردن شکاف اطلاعاتی انجام می‌شود. اعتماد یکی دیگر از عوامل موثر در شکل گیری درک دقیق از بیماری است. اعتماد نقش مهمی را در مدیریت یک تهدید با تأثیرگذاری بر قضاوت‌های عمومی درباره خطرات و مزایای مرتبط آن ایفا میکند و همچنین می‌تواند به طور غیر مستقیم بر اتخاذ اقدامات پیشنهادی تأثیر بگذارد (ون در ورد، تیممزی، بیوژان، اودوفوف و ون اشتاینبرگن<sup>۹</sup>، ۲۰۱۱؛ سیگریست و زینگ<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۴). در هر مرحله از بیماری همه گیر، پزشکان باید از شایعات موجود و احتمال بروز "انتقال هیجانی اخبار" در بین جمعیت آگاه باشند (گودوین، گابنز، مایرز و نتو<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۱).

یکی از متغیرهایی که در این پژوهش بررسی شد، نگرانی می‌باشد. نگرانی به عنوان فرایند شناختی پیش‌بینی خطر و تهدید است که شامل افکار و تصاویر تکرار شونده، موضوعات اضطراب برانگیز، رویدادهای تنیدگی‌زای احتمالی و پیامدهای بالقوه فاجعه انگیز آن‌ها است (دیوی و ولز<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۶). به نظر ولز، نگرانی مزاحمت ایجاد می‌کند، اما قابلیت کنترل دارد و یک راهبرد مقابله‌ای است که می‌تواند مرکز نگرانی‌های فرد شود (هانگ<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۷). نگرانی بسیاری از شاخص‌های ناسازگار روان شناختی در بزرگسالان از جمله افسردگی و اضطراب بالینی مرتبط است. مطالعات نشان داده‌اند که نگرانی با افزایش خطر بروز اختلالات روانی، اختلالات اجتماعی و شغلی، افزایش استفاده از خدمات بهداشتی و مشکلات جسمانی در جامعه همراه است. پژوهش‌های بسیاری رابطه نگرانی را با نشانه‌های اضطراب و افسردگی نشان داده‌اند (فهیمی، ۱۳۹۳؛ داگاسو روبینچارد<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۷). نگرانی در تداوم عاطفه منفی و آسیب مهارت‌های شناختی درگیر است (ارفعی، بشارت، قلیزاده و حکمتی، ۱۳۹۰). نگرانی از ابتلا به یک بیماری می‌تواند بر این بیماری تأثیر بگذارد. خطر ابتلا به بیماری همه گیر این یک احساسات هیجانی در پاسخ به یک تهدید است، که می‌تواند رفتارهای محافظتی را مستقل از شدت خطر پیش‌بینی کند. به عبارت دیگر، نگرانی پیش‌بینی کننده رفتارهای فرد هنگام مواجهه با تهدید است. عوامل مختلفی از جمله ویژگی‌های اجتماعی - جمعیت شناختی، زمینه‌های اجتماعی، و ارزش‌های فردی می‌توانند بر نگرانی درباره یک پاندمی تأثیر بگذارند (وان، و تینکر<sup>۱۵</sup>، ۲۰۰۹؛ گودوین، گابنز، مایرز و نتو، ۲۰۱۱). لای، شیونگ، جیانگ، سان و او<sup>۱۶</sup> (۲۰۲۰) اشاره می‌کنند که در حالی که رسانه‌های اجتماعی اطلاعات را به راحتی در دسترس قرار می‌دهد، اما همچنین تعداد بی سابقه‌ای از شایعات دروغین را ایجاد می‌کند که افراد غالباً تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند. تلاش‌های فزاینده‌ای برای مقابله با شایعات صورت گرفته است، اما اولین نبرد در این جنگ هدف قرار دادن افراد آسیب پذیر است. با این حال، درک نظامندی از ارتباط بین خصوصیات فردی و باور شایعه هنوز وجود ندارد.

- 
7. Yang, Li, & Giua,
  8. Ahsan, , & Kumari
  9. van der Weerd, Timmermans, Beaujean, Oudhoff, & van Steenberg
  10. Siegrist, & Zingg,
  11. Goodwin, Gaines, Myers, & Neto
  12. Davey & Wells
  13. Hong
  14. Dugas & Robinchaud
  15. Vaughan, & Tinker
  16. Lai, Xiong, Jiang, Sun & He

همچنین در پژوهش خود با یک بررسی ملی در چین (N ۱۱.۵۵۱-)، روابط پنج شخصیتی بزرگ افراد و باورهای آنها را در شایعات دروغین منتشر شده در رسانه های اجتماعی بررسی کردند. همبستگی و مدل های رگرسیون چندگانه نشان داد که افراد پرخاشگر و برونگرا در معرض آسیب پذیری در برابر شایعات قرار دارند. علاوه بر این، ویژگی های جمعیت شناختی، مانند زن بودن و داشتن تحصیلات کمتر با باور شایعه بالاتر همراه بود. این یافته ها درک از عوامل الزامی در ارتباط با تصمیمات اطلاعاتی افراد را تقویت می کند و راهنمایی هایی را برای فعالیت های ضد شایعه فراهم می کند. باید توجه داشت که نگرانی از تهدید در بی علت ایجاد نمی شود. شرایطی وجود دارد که افراد ممکن است به سرعت تحت تأثیر واکنش های هیجانی دیگران قرار گیرند. به عنوان مثال می توان گفت این مسئله ارتباط مستقیمی بین درک اضطراب خانواده و دوستان و نگرانی شخصی را نشان می دهد (گودوین، گاینز، مایرز و نتو، ۲۰۱۱)

در این مطالعه، ما به پیش بینی نگرانی در این بحران پرداخته ایم و دنبال یافتن جواب این سوال هستیم که آیا داده اعتماد به رسانه های اجتماعی پیرامون شیوع COVID-19 و شایعه های اینترنتی می تواند نگرانی جامعه را افزایش دهد.

### روش پژوهش

روش این تحقیق توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه افراد دارای شبکه های اجتماعی در دوران قرنطینه در سال ۱۳۹۹ می باشد. از آنجایی که ضریب همبستگی به شدت تحت تأثیر حجم نمونه قرار می گیرد به طوری که ضرایب ضعیف همبستگی در نمونه های با حجم بزرگتر معنادار می شود. لذا پیشنهاد شده است در پژوهش های همبستگی به جای استفاده از فرمول های برآورد حجم نمونه مانند مورگان از نسبت متغیرهای پیش بین (هر متغیر ۳۰ تا ۵۰) استفاده شود. از جامعه آماری تعداد ۱۳۰ نفر به صورت آنلاین و در دسترس برای پژوهش حاضر انتخاب شد.

### ابزار های پژوهش

**پرسشنامه نگرانی پن استت<sup>۱۷</sup> (PSWQ)** در سال ۱۹۹۰ توسط زینبارگ و بارلو ساخته شده است که نوعی ابزار خودسنجی برای تشخیص صفت نگرانی و شامل ۱۶ ماده است. این ماده ها برای دستیابی به ابعاد عمومیت، شدت و کنترل ناپذیری نگرانی مرضی طراحی شده اند. هر ماده روی یک مقیاس ۵ گزینه ای (۱-به هیچ وجه در مورد من صادق نیست تا ۵-بسیار زیاد در مورد من صادق است) رتبه بندی می شود. PSWQ ویژگی های روان سنجی بسیار مطلوبی دارد. سازگاری درونی ضریب آلفا برای این ابزار ۰/۹۴ گزارش شده و از نظر روایی نیز این ابزار به خوبی می تواند بیماران مبتلا به اختلال اضطراب فراگیر را از بیماران افسرده جدا کند. افزون بر این، روایی سازه ای این ابزار در بررسی های تحلیل عاملی به تأیید رسیده است (زینبارگ و بارلو ۱۹۹۶؛ فرسکو، هیم برگ و مین و تورک ۲۰۰۲). پایایی آزمون - آزمون مجدد آن ۰/۹۰ و ضریب آلفا ۰/۹۴ میباشد (بخشی پور، ۱۳۸۳).

### پرسشنامه عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی (خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳)

این پرسشنامه دارای ۱۷ سوال بوده و هدف آن ارزیابی عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی (تنوع و گستردگی شبکه های اجتماعی، اعتماد داشتن به شبکه های اجتماعی، اطلاع رسانی و ارتباط آسان) می باشد. نمره گذاری پرسشنامه بصورت طیف لیکرت ۵ نقطه ای می باشد. این پرسشنامه دارای ۳ بعد شامل تنوع و گستردگی شبکه های اجتماعی (۱-۳)، اعتماد داشتن به شبکه های اجتماعی (۱۰-۴) و اطلاع رسانی و ارتباط آسان (۱۷-۱۱) بوده است. برای بدست آوردن امتیاز

مربوط به هر بعد، مجموع امتیازات مربوط به تک تک سوالات آن بعد را با هم محاسبه نمائید. امتیازات بالاتر در هر بعد نشان دهنده تاثیرگذاری بالاتر آن بعد بر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی از دیدگاه فرد پاسخ دهنده خواهد بود و برعکس. در پژوهش خدایایی و همکاران (۱۳۹۳) روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و متخصصان به تایید رسیده است. پایایی این پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای بعدتنوع و گستردگی شبکه های اجتماعی ۰/۷۵، اعتماد داشتن به شبکه های اجتماعی ۰/۷۰ و برای اطلاع رسانی و ارتباط آسان ۰/۷۷ بدست آمد.

**پرسشنامه شایعه پراکنی اینترنتی (جانگ هیون کیم و وو باک، ۲۰۱۰)<sup>۱۸</sup>:** پرسشنامه عوامل مؤثر بر رفتار شایعه پراکنی اینترنتی با تأکید بر هیجانات شایعه پذیران توسط جانگ هیون کیم و گی وو باک در سال (۲۰۰۸) با ۴۸ ماده و ۹ مؤلفه در کشور کره ساخته و هنجاریابی شده است. این مقیاس پژوهشی در راستای طرح که براساس مفاهیم و عوامل تشکیل دهنده شایعه پراکنی مورد توافق صاحب نظران فعلی در روانشناسی اجتماعی بود تهیه و ترجمه شد. در نسخه مقدماتی پرسشنامه تعداد ۴۸ عامل براساس طرح پژوهشی تحت عنوان «هنجاریابی پرسشنامه عوامل مؤثر بر رفتار شایعه پراکنان اینترنتی» بر اساس ۴ عامل حاصل از تحلیل عامل اکتشافی مورد تأیید در ایران (دهخدا و صفاری نیا، ۱۳۹۲). با عامل های «نگرش نسبت به انتشار شایعه»، «ارتباط موضوعی»، «توافق جمعی» «قوه استدلال» «اعتبار منبع» «هیجانات مثبت» «هیجانات منفی» «نگرش نسبت به انتشار شایعه به صورت آنلاین»، «نحوه انتقال شایعه»، «شکلگیری باور قبلی» با توجه به باورها، رفتارها و ویژگیهای متناسب با فرهنگ ایرانی نزدیک و همخوان شده است

برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. از روش های آمارتوصیفی مثل میانگین و انحراف استاندارد و ... استفاده شد و درسطح استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد. با استفاده از نرم افزار SPSS تحلیل شد.

### یافته های پژوهش

با توجه به نتایج مقادیر Z کالموگروف اسمیرنوف برای تمامی متغیرها معنی دار نمی باشد که نشان دهنده ی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق در گروه ها است. ماتریس، ضرایب همبستگی پیرسون برای متغیرهای پیش بین با نگرانی را نشان می دهد. علامت \* نشان دهنده ی معناداری ضریب پیرسون بین دو متغیر در سطح ۰/۰۵ اطمینان و علامت \*\* نشان دهنده معناداری ضریب پیرسون در سطح ۰/۰۱ اطمینان است.

جدول ۱ ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش در بین نمونه ها

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. نگرانی	-								
۲. تنوع و گستردگی شبکه های اجتماعی	۰/۷۹	-							
۳. اعتماد داشتن به شبکه های اجتماعی	۰/۵۵	۰/۷۱	-						

بررسی رابطه بین شایعات فضای اجتماعی و اعتماد به شبکه اجتماعی با نگرانی

۴. اطلاع رسانی و ارتباط آسان	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱
۵. عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷
۶. انتقال شایعه	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷
۷. قوه استدلال	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷
۸. هیجانات منفی	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷
۹. شکل گیری باور	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷
۱۰. شایعه پراکنی کل	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷	۰/۱۱۷

همان‌طور که در جدول ۱ آمده است، بین مولفه انتقال شایعه، قوه استدلال و شایعه پراکنی کل با نگرانی رابطه مثبت و معنادار برقرار است. بین عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی و نگرانی رابطه معنادار نشده است. مقدار آماره دوربین-واتسون در پژوهش حاضر ۱/۹۶ می‌باشد. مقادیر بین ۱/۵ تا ۲/۵ نشانگر وجود استقلال خطاها در داده‌ها هستند. بنابراین می‌توان گفت که در پژوهش حاضر برای انجام رگرسیون چند متغیری استقلال خطاها وجود دارد. به منظور مشخص کردن سهم هر یک از مولفه ها در پیش بینی نگرانی از رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شده است. در جدول ۳ معناداری کل مدل رگرسیون برای متغیرهای پیش بین ارائه شده است.

جدول ۲: خلاصه مدل تحلیل رگرسیون گام به گام

مدل	متغیر پیش بین	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> تعدیل شده	SE
۱	شایعه پراکنی کل	۰/۲۲۲	۰/۰۴۹	۰/۰۴۱	۸/۱۱

متغیر ملاک: نگرانی

جدول ۲ نشان می‌دهد که در مرحله اول همبستگی شایعه پراکنی کل با نگرانی برابر ۰/۲۲۲ است به عبارت دیگر مولفه شایعه پراکنی کل به تنهایی ۸۱ درصد از متغیر نگرانی را پیش بینی می‌کند (R<sup>2</sup>=۰/۰۴۹).

جدول ۳: آزمون تحلیل واریانس برای معناداری مدل نهایی رگرسیون

مدل	منابع تغییرات	مجموع مجذورات SS	Df	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
	رگرسیون	۳۷۲/۷۲۲	۱	۳۷۲/۷۲۲	۵/۶۶۵	۰/۰۰۰
۱	باقی مانده	۷۱۷۱/۷۱۰	۱۲۵	۶۵/۷۹۶		
	کل	۷۵۴۴/۴۳۲	۱۲۷			

متغیر پیش بین: شایعه پراکنی کل

متغیر ملاک: نگرانی

همان طور که جدول ۳ نشان می دهد متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیون یعنی شایعه پراکنی کل به طور معناداری ( $P < 0/0001$  و  $F_{2,125} = 5/665$ ) متغیر نگرانی را پیش بینی می کنند. جدول ۵ ضرایب رگرسیون مدل ۱ را نشان می دهد.

جدول ۴: ضرایب رگرسیون مدل ۲

مدل ۱	ضریب رگرسیون (B)	SE	ضرایب استاندارد ( $\beta$ )	t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۳۰/۷۲۳	۳/۲۵		۹/۴۴	۰/۰۰۰
شایعه پراکنی کل	۰/۰۶۶	۰/۰۲۸	۰/۲۲۲	۲/۳۸۰	۰/۰۱۹

باتوجه به نتایج جدول ۴ متغیر شایعه پراکنی کل به صورت مثبت و معنادار ( $t = 2/380, P < 0/0001$ ) نگرانی را پیش بینی می کند.

## بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین شایعات فضای اجتماعی و اعتماد به شبکه اجتماعی با نگرانی صورت پذیرفت. نتایج نشان داد که بین مولفه انتقال شایعه، قوه استدلال و نمره کل شایعه پراکنی با نگرانی رابطه مثبت و معنادار برقرار است. بین عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی و نگرانی رابطه معنادار نشده است. همچنین تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیون یعنی شایعه پراکنی کل به طور معناداری ( $P < 0/0001$  و  $F_{2,125} = 5/665$ ) متغیر نگرانی را پیش بینی می کند. متغیر شایعه پراکنی کل به صورت مثبت و معنادار ( $t = 2/380, P > 0/0001$ ) نگرانی را پیش بینی می کند. شلک و عطار (۲۰۱۹) نشان دادند که تلفن های همراه دسترسی مستقیم به اینترنت و شبکه های اجتماعی را فراهم می کند. به روزرسانی های سریع و آسان شبکه های اجتماعی در بسیاری از مواقع مانند بلایای طبیعی، بلایای دست ساز و غیره به کاربران کمک می کند در چنین شرایطی افراد بدون بررسی صحت پست ها اطلاعات را با افراد در شبکه خود به اشتراک می گذارند که این امر منجر به بروز مشکل می شود. کشف شایعه و شناسایی منبع نقش مهمی در کنترل انتشار اطلاعات نادرست در یک شبکه اجتماعی و همچنین یک حوزه تحقیقاتی خوب در تحلیل شبکه های اجتماعی می باشد. کشف منبع چنین اطلاعات غلط به دلیل انتشار سریع و تکامل پویای شبکه های موجود، اغلب کار چالش برانگیزی است. کشف دقیق و سریع منبع شایعه در بسیاری از حوزه های کاربردی مانند منبع بیماری در یک مدل اپیدمی، شروع انتشار ویروس، یک کار بسیار مهم و مفید است.

ویکز (۲۰۱۰) در رساله خود با عنوان نقش شخصیت، اضطراب و منبع درک اعتقاد و انتقال شایعات در اخبار نشان داد که شایعات گزارش شده در تلویزیون باورنکردنی تر هستند و احتمالاً بیشتر از شایعات گزارش شده در روزنامه‌ها منتقل می‌شوند. شواهد همچنین به شخصیت به عنوان یک عامل مهم اشاره دارد زیرا شایعه بسیار مرتبط نسبت به شایعه کم اهمیت، اضطراب زیادی وارد میکند و همچنین قصد انتقال بیشتری را ایجاد می‌کند. علاوه بر این، شخصیت به عنوان تنها پیش‌بینی کننده مهم انتقال شایعه در نظر گرفته شده است. مهمتر از همه در این پژوهش مشخص شد که مردم مایل به انتقال شایعاتی هستند که اعتقادی به آن ندارند. همچنین اوه و لی<sup>۱۹</sup> (۲۰۱۹) به بررسی نقش اهمیت پیام درک شده، اضطراب سلامتی و سواد سلامتی در رابطه بین عوامل پیام (برچسب پیام و ارزش پیام) و اهداف رفتاری برای تأیید و به اشتراک گذاری شایعه می‌پردازند. نتایج نشان داد که شرکت کنندگان پیام با برچسب اخبار را مهمتر از یک شایعه یا پیام بدون برچسب می‌پذیرند، اضطراب سلامتی می‌تواند قصد به اشتراک گذاری پیام با اهمیت درک شده را پیش‌بینی کند. با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان تبیین نمود که شرایط بحرانی و ناگهانی پیش آمده باعث افزایش نگرانی در بین مردم شده است. آمار فوتی های بیماری COVID-19، استرس‌هایی را به دنبال داشت در نتیجه نمونه‌های پژوهش برای ایمن ماندن خود و عزیزان شان به تکثیر و پخش اطلاعاتی که در فضای اجتماعی پخش می‌شده، پرداختند. نکته قابل توجه اینکه مولفه قوه استدلال با نگرانی رابطه مثبت و معناداری داشت در تبیین این نتیجه به ظن پژوهشگر، نگرانی باعث می‌شود فرد دچار خطای شناختی شود و نتواند به درستی از قوه استدلال خود استفاده کند در نتیجه به هر اخباری که می‌رسد اعتماد می‌کند و بنا بر این می‌گذارد که باید به سایرین نیز آگاهی دهد. در حقیقت، هنگامی که نگرانی رخ می‌دهد، می‌توان آن را به عنوان یک هشدار در نظر گرفت، هشداری که ما را مجبور می‌کند با بررسی وقایع پیرامون خود و افکار خود، مشکلات و ناتمام زندگی خود را جستجو و حل کنیم. این مسئله نگرانی ما را برای مقابله با ناکامی‌های مسائل ناموفق و حل نشده در زندگی ما بالا می‌برد. با وجود اعتقاد عمومی مبنی بر اینکه نگرانی نوعی احساسات است، نگرانی نوعی تفکر است و به همین دلیل شاید نگران اندیشی جایگزین گویاتری برای نگرانی باشد (پیرزاده و پور ناصح، ۱۳۸۳). از محدودیت های این پژوهش می‌توان به نمونه گیری دردسترس اشاره نمود. با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود که روان شناسان در این شرایط خطیر و بحرانی با ارائه برنامه هایی کمک به ارتقای سلامت و بهزیستی شهروندان نمایند تا نگرانی‌هایی به وجود آمده از این شرایط تعدیل شود. این پژوهش در مرکز روان شناختی پایا زیر نیر سازمان ورزش و جوانان انجام شده است.



## منابع

- [۱] ارفعی، اصغر، بشارت قراملکی، رباب. قلی زاده، حسین، حکمتی، عیسی. (۱۳۹۰). عدم تحمل بلاتکلیفی: مقایسه بیماران افسرده اساسی با بیماران وسواسی- اجباری. دانشگاه علوم پزشکی تبریز، ۳۳(۵)، ۱۷-۲۲.
- [۲] پورناصح، مهرانگیز، پیرزاده، رویا. (۱۳۹۰). آرامش در ژرفا ۳ راهنمای مقابله با نگرانی‌ها. تهران: انتشارات مهر کاویان.
- [۳] صفاری نیا، مهراناز، مزیدی، علی محمد، صفاری نیا، مجید. (۱۳۹۵). مقایسه شایعه پراکنی اینترنتی و خودشیفتگی در بین کاربران فیسبوک، اینترنت و افراد غیر کاربر اینترنت. دوفصلنامه علمی- پژوهشی شناخت اجتماعی، ۵(۱)، ۶۸-۸۲.
- [۴] فهیمی، صمد، علیلو، مجید محمود، پورشریفی، حمید، فخاری، علی، اکبری، ابراهیم، رحیم خانلی، معصومه. (۱۳۹۳). افکار بازانجامی اندیشناکی و نشخوارفکری به عنوان سازوکارهایی برای مقابله با عدم تحمل بلاتکلیفی در اختلالات اضطراب منتشر و افسردگی عمده. مجله اصول بهداشت روانی، ۱۶(۶۱)، ۳۴-۳۶. doi: 10.22038/jfmh.2014.2559
- [5] Ahsan, M., & Kumari, M. (2019). Rumors and their controlling mechanisms in online social networks: A survey. *Online Social Networks and Media*, 14, 100050.
- [6] Burnap, P., Williams, M. L., Sloan, L., Rana, O., Housley, W., Edwards, A., ... & Voss, A. (2014). Tweeting the terror: modelling the social media reaction to the Woolwich terrorist attack. *Social Network Analysis and Mining*, 4(1), 206.
- [7] Davey, G. C., & Wells, A. (Eds.). (2006). *Worry and its psychological disorders: Theory, assessment and treatment*. John Wiley & Sons.
- [8] Dugas, M. J. RobichaudM. (2007). *Cognitive-behavioral treatment for generalized anxiety disorder: From science to practice*. Abingdon: Taylor & Francis.
- [9] Goodwin, R., Gaines, S. O., Myers, L., & Neto, F. (2011). Initial psychological responses to swine flu. *International journal of behavioral medicine*, 18(2), 88-92.
- [10] Goodwin, R., Haque, S., Neto, F., & Myers, L. B. (2009). Initial psychological responses to Influenza A, H1N1 ("Swine flu"). *BMC Infectious Diseases*, 9(1), 166.
- [11] Helbing, D., Brockmann, D., Chadefaux, T., Donnay, K., Blanke, U., Woolley-Meza, O., & Perc, M. (2015). Saving human lives: What complexity science and information systems can contribute. *Journal of statistical physics*, 158(3), 735-781.
- [12] Hong, R. Y. (2007). Worry and rumination: Differential associations with anxious and depressive symptoms and coping behavior. *Behaviour research and therapy*, 45(2), 277-290.
- [13] Lai, K., Xiong, X., Jiang, X., Sun, M., & He, L. (2020). Who falls for rumor? Influence of personality traits on false rumor belief. *Personality and Individual Differences*, 152, 109520.
- [14] Mukkamala, A., & Beck, R. (2018). *The Role of Social Media for Collective Behavior Development in Response to Natural Disasters*.
- [15] Muris, P., Roelofs, J., Meesters, C., & Boomsma, P. (2004). Rumination and worry in nonclinical adolescents. *Cognitive Therapy and Research*, 28(4), 539-554.
- [16] Oh, H. J., & Lee, H. (2019). When Do People Verify and Share Health Rumors on Social Media? The Effects of Message Importance, Health Anxiety, and Health Literacy. *Journal of health communication*, 24(11), 837-847.
- [17] Shelke, S., & Attar, V. (2019). Source detection of rumor in social network—a review. *Online Social Networks and Media*, 9, 30-42.
- [18] Siegrist, M., & Zingg, A. (2014). The role of public trust during pandemics. *European psychologist*.
- [19] Vaughan, E., & Tinker, T. (2009). Effective health risk communication about pandemic influenza for vulnerable populations. *American Journal of Public Health*, 99(S2), S324-S332.
- [20] Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

- [21] Weeks, B. E. (2010). The roles of personal relevance, anxiety, and source medium in understanding belief and transmission of rumors in the News.
- [22] Wu, J. T., Leung, K., & Leung, G. M. (2020). Nowcasting and forecasting the potential domestic and international spread of the 2019-nCoV outbreak originating in Wuhan, China: a modelling study. *The Lancet*, 395(10225), 689-697.
- [23] Xu, W., & Wu, W. (2020). Rumor Blocking in Social Networks. In *Optimal Social Influence* (pp. 65-91). Springer, Cham.
- [24] Yan, L., & Pedraza-Martinez, A. J. (2019). Social media for disaster management: Operational value of the social conversation. *Production and Operations Management*, 28(10), 2514-2532.
- [25] Yang, L., Li, Z., & Giua, A. (2020). Containment of rumor spread in complex social networks. *Information Sciences*, 506, 113-130.