

مبانی روانشناختی شایعه

همواره بخشی از محاوره‌های اجتماعی و گفتگوهای دوستانه ما را شایعات یا خبرهای ساختگی تشکیل می‌دهد پدیده شایعه کم و بیش در همه جوامع رواج دارد، اما در جامعه‌ای که مردم با فقر اطلاع رسانی سریع و صحیح و دقیق مواجهند، و در بین گروهها و جمعیت‌هایی که به لحاظ ساده اندیشی و زودباوری تأثیرپذیری بیشتری برای دریافت و انتقال شایعات دارند بیشتر متداول است.

شایعات با توجه به ماهیت و قدرت تاثیرگذاری آن می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش داده و میزان بهره‌وری و تولید را کاهش دهد و چرخه اقتصاد را فلج نموده و اعتبار اجتماعی افراد، مؤسسات، و کشورها را خدشه‌دار نماید.

در این مقاله سعی شده است ضمن بررسی ماهیت شایعات و تحلیل انگیزه‌های شایعه‌پردازی و شایعه‌گویی به روشهای پیش‌گیری و کنترل شایعات اشاره شده و راه‌حلهای کاربردی برای مقابله با شایعه ترسیم گردد.

انسان اصالتاً موجودی اجتماعی و نیازمند ارتباط با دیگران است. تبادل اندیشه و احساس، دریافت و ارائه اطلاعات اساسی‌ترین عامل ارتباط بین فردی و شاخص پویایی حیات اجتماعی انسان است. بدون تردید رشد مطلوب شناختی و تحوّل منش

اجتماعی انسان در گرو ظرفیت و قابلیت وی در چگونگی دریافت و پردازش و ارائه و مبادله اطلاعات و تولید اندیشه برتر است. اما واقع امر این است که همواره در ارتباطات اجتماعی بخش قابل توجهی از گفته‌ها و شنیده‌ها و محاوره‌های روزانه ما را شایعات یا خبرهای ساختگی تشکیل می‌دهد. ما غالباً در صحبت‌ها و گفت‌وگوهای دوستانه راجع به مسائل متنوعی صحبت کرده و بعضاً خواسته و ناخواسته شایعات بی‌اساس و اطلاعات بیهوده‌ای را رد و بدل می‌کنیم. بسیاری از اوقات در جمع‌های صمیمی و دوستانه طرح شایعات و خبرهای بی‌محتوا هدفی جز گذراندن وقت به همراه ندارد.

پدیده شایعه کم و بیش در همه جوامع رواج دارد، اما در جامعه‌ای که مردم با فقر اطلاع‌رسانی سریع و دقیق مواجهند و در بین گروه‌ها و جمعیت‌هایی که به لحاظ سادگی و زودباوری و تأثیرپذیری آمادگی روانی بیشتری برای دریافت و انتقال شایعه دارند رونق بیشتری دارد.

قدرت شایعه با توجه به ماهیت، گستردگی و قدرت تأثیرگذاری آن در بین گروه‌های مختلف مردم به گونه‌ای است که می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش و میزان بهره‌وری و تولید را کاهش داده و چرخه اقتصاد را فلج نماید و اعتبار اجتماعی افراد یا نهادها و سازمانها و مؤسسات را خدشه‌دار سازد و بی‌اعتمادی و بدبینی و سوءظن و سستی باورها را نسبت به سلامت اشخاص و واقعیت‌ها و پدیده‌های مختلف جامعه رواج دهد.

بعضاً یک شایعه بطور فوق‌العاده‌ای قوت می‌یابد آن‌چنان در اذهان آحاد مردم رسوخ می‌کند که اطلاعیه و توضیحات منابع رسمی دولتی هم به سهولت نمی‌تواند آن را تکذیب کند و از افکار مردم خارج نماید.

گرچه انتشار شایعه در هر زمان و در هر شرایط و موقعیت اجتماعی می‌تواند نشانی از یک مشکل روانی - اجتماعی در ابعاد مختلف باشد، اما رواج شایعه در بحرانهای سیاسی، نظامی، اقتصادی و اجتماعی فوق‌العاده قابل توجه است. فی‌المثل در دوران جنگ، شایعات می‌تواند موجبات ضعف روحیه رزمندگان و تهدید امنیت ملی را فراهم آورد. گاه شایعه یا اخبار بی‌اساس در دوران جنگ می‌تواند موجب به‌صدا آمدن آژیرها و آماده باشهای نابهنگام و غیرضروری شده، یا زمینه باورها و

امیدهای کاذب و غیر معقول را در بین نظامیان و اقشار مردم به وجود آورد. همچنین شایعات بی اساس در دوران جنگ می تواند نگرشهای منفی و احساسات نامطلوبی را نسبت به کارگزاران وفادار نظام و فرماندهان نظامی در نزد گروههای مختلف مردم به وجود آورد^۱. لذا ضرورت دارد به پدیده شایعه در جامعه انقلابی و در حال تحول ایران اسلامی بیش از پیش توجه داشته و با شناخت مبانی روانشناختی حاکم بر "شایعه" و شناخت روشهای پیشگیری و کنترل شایعه به طور جدی اندیشیده و گامهای عملی را برای امنیت و سلامت روانی جامعه برداریم.

شایعه چیست؟

شایعه، خبر یا اطلاعات تأیید نشده‌ای است که مورد توجه گروه یا جمعیت خاصی بوده و برای ایجاد باور نزد دیگران معمولاً از فردی به فرد دیگر به طور شفاهی بدون هیچ‌گونه اطمینان و دلیل و مدرک کافی انتقال می‌یابد. به عبارت دیگر شایعه طرح و شیوع دادن خبر یا ادعایی است که همواره هاله‌ای از شک و تردید آن را پوشانده است.

شایعه خط باریکی را بین واقعیت و سراب ترسیم می‌کند. شایعه عمدتاً مربوط به وقایع و رویدادهای مهم، اشخاص مشهور، مسئولان، مردم، سازمانها و نهادهاست. شایعه، موضوع ظاهراً مهمی است که بدون اینکه صحت و سقم آن معلوم باشد انتشار می‌یابد.

شایعه پدیده‌ای است که می‌آید و می‌رود. به‌دیگر سخن، شایعه اساساً در موقعیت خاص و به صورت موقت و گذرا پدیدار می‌گردد و گاه شایعات کهنه در موقعیت‌های جدید یا مشابه ظاهر می‌شود. معیار تشخیص شایعه از خبر، خرافات از علم، ساده‌لوحی و زودباوری از بصیرت و دانایی همان دلایل متقن و شواهد مطمئن است.

۱. گاه امیدهای کاذب و دلبستگی‌های شدید نسبت به رویدادهای غیر معقول که صرفاً در نتیجه شایعات پدیدار می‌گردد می‌تواند موجبات یأس و ناکامی ناشی از عدم تحقق امیدها و بالطبع افسردگی‌ها و بعضاً مرگهای ناگهانی را فراهم آورد.

منبع شایعه همیشه مبهم و نامشخص است.

خبر مورد تأیید واقع می‌شود در حالیکه شایعه همیشه مورد تأیید قرار نمی‌گیرد، به همین دلیل، بعضی از جامعه‌شناسان نظیر تاموتسو شیبوتانی^۱ شایعه را "خبر ساختگی" نامیده‌اند. زیرا شایعات عمدتاً از جمعی علاقه‌مند به اخبار ساختگی سرچشمه می‌گیرد. شایعه که معمولاً می‌تواند در آن رگه‌هایی از حقیقت نهفته باشد، برای ایجاد باور است، بخصوص زمانی که جامعه با ضعف اخبار صحیح و فقدان منابع موثق اطلاع‌رسانی مواجه باشد.

شایعات اعم از اینکه به ظاهر مثبت یا منفی باشد، هدفی جز تخریب روانی و افشاندن تخم بی‌اعتمادی به همراه ندارد.

با این که اساساً بستر اصلی جریان انتشار و انتقال شایعه زبانی و از طریق محاوره‌ای بین فردی است که به صورت‌های جدی و هیجانی یا لطیفه‌گویی قابل ملاحظه است. اما متأسفانه این نیز درست است که بعضاً برخی از شایعات یا "اخبار ساختگی" در روزنامه‌ها و مجلات و خبرنامه‌های رسمی درج شده و به امواج رادیویی راه پیدا می‌کند.

در حقیقت انتقال شایعه از طریق جراید و مطبوعات مستقل و خبرنامه‌ها و منابع وابسته به دولت و کارگزاران نظام از قدرت تخریب روانی - اجتماعی بیشتری برخوردار خواهد بود. لذا همیشه در جوامعی که قانون مطبوعات به طور جدی حاکم و نافذ بوده و حقوق افراد حقیقی و حقوقی رعایت می‌گردد، مدیران و سردبیران مطبوعات بسیار مراقب هستند که بجای اخبار موثق "شایعه‌ای" را انتشار ندهند. البته انتشار شایعه از طریق اعلامیه‌ها، جزوات، شب‌نامه‌های بی‌نام و نشان نیز در بعضی از جوامع معمول است. هرچند دامنه این شیوه از انتشار شایعه نمی‌تواند به گستردگی انتقال شفاهی باشد، اما این روش ناپسند نیز می‌تواند نیروی تخریبی بیشتری داشته باشد.

برای اینکه در زندگی روزمره متوجه باشیم که به شایعه گوش می‌سپاریم یا اخبار و اطلاعات واقعی دریافت می‌کنیم، می‌بایست همواره به جست و جوی دلایل

منطقی، معیارهای عقلانی، و شواهد معتبر بر خیزیم. منابع اخبار رسمی همیشه مشخص و قابل بررسی و ارزیابی است، لیکن همان طوری که اشاره شد سرچشمه شایعات و "اخبار ساختگی" همواره نامعین، تیره و پنهان است.

چگونه و چرا شایعه انتشار می یابد؟

به طور کلی، در شرایط و موقعیت های زیر زمینه شیوع شایعات بیشتر فراهم می گردد:

۱. موضوع و محتوای شایعه یا "خبر ساختگی" برای گوینده و شنونده آن مهم بوده و از اهمیت قابل توجهی برخوردار باشد. به همین جهت هر خبری که از اهمیت و برجستگی لازم برخوردار نباشد فضایی برای سیر و سفر نمی یابد. اما اگر موضوع شایعه از نظر مردم بسیار مهم و حیاتی باشد به سرعت منتشر شده و در هر گذری و محله و خانه و کوچه و خیابان و تاکسی و اتوبوس و قطار و هواپیما و ... راهی و جایی برای خود می یابد. این شایعه مانند گلوله ای برفی رها شده در سرازیری تپه های پر از برف می ماند که هر چه پیش تر می رود بزرگتر می شود.

۲. شرایط اجتماعی به گونه ای باشد که اخبار صحیح و واقعیت ها در هاله ای از ابهام قرار گرفته باشد. به دیگر سخن، وقتی ما حقیقت را می دانیم دلیلی برای گوش دادن به شایعه وجود نخواهد داشت. اهمیت و حساسیت این دو مسأله به گونه ای است که می توان گفت قانون اصلی شایعه در همین دو اصل خلاصه می گردد.

آلپورت^۱ روان شناس شهیر که برای نخستین بار در جنگ دوم جهانی به طور علمی پدیده شایعه را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد، اعتقاد دارد که شایعه حاصل اهمیت مسأله^۲ مورد بحث برای گروه یا جمعیت هدف است. در وضعیت ابهام و فقر نظام اطلاع رسانی صحیح در جامعه، فی المثل در زمان جنگ، سبب ابهامات موجود و اطلاع رسانی محدود، شایعه به اوج خود می رسد و وقایع و رویدادهای نظامی بیشترین توجه را به خود اختصاص می دهد.

1. G.W. Allport

۲. اهمیت مسأله x ابهام در جامعه = شایعه

اگر شایعه یا خبر ساختگی از نظر مردم یک محله، شهر، یا کشور از اهمیت لازم برخوردار نباشد و مردم نسبت به آن در وضعیت ابهام‌آمیزی قرار نگرفته باشند. نمی‌تواند به‌طور طبیعی انتشار یابد. مثلاً برای مردم کشور ما شایعه آلودگی همبرگر مک‌دونالد آمریکا چندان اهمیتی ندارد و یا شایعه‌گرانی فوق‌العاده قیمت شتر در بعضی از کشورهای عربی اهمیت چندانی برای اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها نمی‌تواند داشته باشد، و لذا مردم دلیل و انگیزه لازم برای اشاعه این شایعه در خود نمی‌بینند. علاوه بر دو عامل مهمی که بدان اشاره شد، دو عامل دیگر نیز می‌تواند در اشاعه شایعه کاملاً مؤثر باشد که در اینجا به‌عنوان اصل سوم و چهارم از آنها یاد می‌شود:

۳. نگرانی و اضطراب شخصی. زمانی که درصد قابل توجهی از اقشار مختلف جامعه در زندگی فردی و حیات اجتماعی خود به دلایل گوناگون، از جمله فشارهای روانی اجتماعی و ناامنی سیاسی همواره به‌طور جدی نگران و مضطرب باشند، زمینه شیوع و انتشار شایعات بیشتر فراهم می‌گردد. همه انسانها نیاز دارند که از نوعی تعادل عاطفی و بهداشت روانی برخوردار باشند. وجود نگرانی مزمن و اضطراب مدام آفت تعادل عاطفی و بهداشت روانی و تمرکز و خلاقیت ذهنی است. همه افراد به‌طور خودآگاه و ناخودآگاه، مستقیم یا غیرمستقیم، برای حفظ حیات روانی خود به دنبال آرامش و سکینه خاطر و به زبان دیگر تعادل جویی و بازیابی سلامت روانی خویشند. افراد مضطرب و نگران و پریشان همانند کسانی هستند که پیوسته به دنبال گمشده خویشند. لذا، این قبیل افراد در همین جهت و در پی یافتن گمشته‌های خود اگر نتوانند با قدرت ایمان و توکل و اخلاص و پالایش روان و تصعید وجود، به اطمینان قلبی و رضامندی درونی نایل گردند، به هر شهر و دیار و فکر خیال سیر و سفر می‌کنند و با هر غریبه و آشنا هم‌نوا شده و به هر حدیث و سخن روا و ناروا گوش جان می‌سپارند و هر آنچه را که دریافت می‌دارند، درست یا غلط، به هنگام و نابهنگام بازگو می‌کنند تا شاید آرام گیرند.^۱ در حقیقت شایعه با ناامنی و اضطراب به گونه‌ای همراه است که هر قدر عدم امنیت روانی و اضطراب در میان مردم فزونی یابد به همان میزان شایعات بیشتر انتشار می‌یابد. برعکس، افرادی که از آرامش روانی بیشتر

۱. «الابذکر الله تطننن القلوب» (قرآن کریم). در حالی که فقط با یاد خدا قلبها آرام می‌گیرد.

برخوردارند، و کسانی که با ایمان و سکینه قلبی و در نهایت اخلاص و کرامت شخصیت در نیل به هدفهای متعالی گام برمی دارند، هرگز توجهی به شایعات نداشته و از کنار هر آنچه بیهوده و لغو است با صلابت می گذرند!

۴. استعداد شایعه پذیری. همیشه رونق بازار شایعات را می توان در میان افراد و جمع های ساده اندیش و زودباور مشاهده کرد. افراد ساده و خوش باور که عمدتاً احساسات آنان بر عقل و منطق شان غالب می آید، سوداگران ارزان قیمت فرآورده های ذهنی تقلبی، یعنی "شایعات" هستند.

بدیهی است فردی که عاقلانه می اندیشد و خردمندانه به مسائل می نگرد و با بینش و بصیرت شنیده ها و خواننده ها را مورد نقادی و ارزیابی قرار می دهد، در مقابل شایعات ایستادگی و سماجت بیشتری دارد و شخصیتش در برابر امواج ویرانگر شایعات مقاوم است. افرادی که با بهره مندی از سلامت روان و اندیشه متعالی و خلاق به پدیده ها و رویدادهای اجتماعی می نگرند به هنگام مواجه شدن با سخن لغو، بدون تغییر وضعیت روانی و نشان دادن حالات احساسی و هیجانی، و تأیید یا تکذیب آنی، با تأمل و تعمق مستقیم و غیر مستقیم در پی واریسی شواهد علمی و دلایل منطقی و مدارک هستند بر می آیند. کسی که هشیارانه و عاقلانه انواع اطلاعات در یافتی را مورد ارزیابی قرار می دهد کمتر اسیر شایعات می گردد.

ویژگیهای افراد شایعه پذیر، شایعه گو و شایعه جو و انگیزه های شایعه پردازی

تردیدی نیست که گاه ممکن است آفت شایعه، حدت، قوت و گستره آن در شرایط و موقعیت های مختلف، مستقیم و غیر مستقیم، دامنگیر اکثریت قریب به اتفاق و قشرهای مختلف مردم شده و حتی بعضاً اذهان افراد سرآمد، متفکر، اندیشمند، و کارگزار جامعه را نیز موقتاً متأثر سازد.

اما در اینجا بحث، پیرامون ویژگیهای شخصیتی افرادی است که عادت یا رفتار شایعه گویی و شایعه پردازی در زندگی و حیات اجتماعی ایشان نسبتاً پایدار بوده و

همواره قابل مشاهده و ارزیابی و تا حدود زیادی قابل پیش‌بینی است. به‌طور کلی برجسته‌ترین ویژگیهای افراد شایعه‌پذیر و شایعه‌گو عبارت است از:

۱. ساده‌لوحی و زودباوری

همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد ساده‌اندیشی و زودباوری از مهمترین ویژگیهای شناختی و رفتاری افراد شایعه‌پذیر و شایعه‌گوست. در حالی که اشخاص بصیر و تیزبین و دوراندیش و عاقلی که از شخصیت استوار و منش متعالی برخوردارند هرگز به‌سادگی تحت تأثیر شایعات قرار نگرفته و ناقل نظرها و خبرها و ادعاهای بی‌اساس و غیرمستند و غیرموتق نمی‌شوند.

۲. ناامنی و زود برانگیختگی

در غالب موارد، افراد شایعه‌پذیر و شایعه‌گو فاقد امنیت روانی کافی بوده و در برابر محرکهای مختلف محیطی و خبرها و نظرهای ظاهراً مهم و مرتبط زود برانگیخته شده و از خود واکنش هیجانی نشان می‌دهند. به‌عبارت دیگر افرادی که از احساس امنیت روانی و اعتماد به‌نفس و اطمینان خاطر نسبت به وضعیت زندگی و برنامه‌های حال و آتی خود برخوردار نیستند و همواره نگران و مضطرب به‌نظر می‌رسند و بیش از دیگران تحت تأثیر شایعات قرار گرفته و ناقل آن می‌شوند.

۳. پرگویی و گزافه‌گویی

افرادی که عادت به پرگویی و گزافه‌گویی دارند و در تعامل بین فردی و موقعیت‌های اجتماعی بسیار اغراق‌آمیز صحبت کرده و به‌راحتی اعداد و ارقام، رویدادها و واقعیت‌ها را دهها بلکه صدها برابر می‌کنند، بیش از دیگران که مقید به دقت در بیان کلمات و واژه‌ها بوده و گزیده‌گو محسوب می‌شوند مستعد شایعه‌پذیری و شایعه‌گویی هستند.

۴. غیبت و دروغ‌گویی

از جمله آفات زبان و اختلال روان غیبت کردن و دروغ‌گویی است. و عمدتاً افرادی که به این دو صفت مذموم و ویرانگر رشد شخصیت سالم اجتماعی مبتلا هستند وجودشان بیش از دیگران در تنگنای شایعات محبوس می‌گردند.

۵. ایستایی شخصیت و عدم اعتماد به نفس

اصولاً آدمهایی که همواره در مدار بسته‌ای حرکت کرده و به دلیل عدم اعتماد به نفس از پویایی لازم در زندگی فردی و حیات اجتماعی برخوردار نبوده و از خلاقیت و نوآوری بهره‌ای ندارند، زودتر از دیگران با جریان شایعات همسو می‌شوند. در صورتی که افراد خلاق و نوآور، آنانی که اندیشه‌ای برتر از حال دارند و گامی فراتر از وضع موجود برمی‌دارند و با تفکر و اگرابن بست‌ها را می‌شکنند و قعی به شایعات که مخلوق ذهنهای پریشان انسانهای محبوس در زمان و مکان و شرایط موجود است نمی‌گذارند.

۶. خودتوجهی و کژاندیشی

آن دسته از انسانهایی که همواره مایلند رویدادها و وقایع مختلف را خود محورانه از دریچه دید محدود و محبوس خود تفسیر کرده و هر آنچه را وفق مرادشان نیست تهدیدی بر موجودیت خود قلمداد کنند، و همیشه نسبت به دیگران با بدبینی و سوءظن می‌نگرند بیش از دیگران در معرض شایعه‌پذیری و شایعه‌گویی قرار دارند.

انگیزه‌های شایعه پردازی

گسترده‌گی و تنوع شایعات در زمینه‌های گوناگون و در موقعیت‌ها و شرایط اجتماعی - اقتصادی متفاوت در بین گروه‌ها و جوامع مختلف بیانگر این حقیقت است که "شایعات" با نگرش و انگیزه‌های خاص ساخته و پرداخته می‌شود. در کنار شناخت ویژگیهای افراد شایعه‌پذیر و ناقل شایعه برای انگیزه، شیوع شایعات در زمانها و مکانها و موقعیت‌های اجتماعی متنوع می‌تواند ما را در کنترل و پیش‌گیری از انتشار شایعات مخرب و آفات مناسبات سالم اجتماعی رهنمون باشد. در اینجا به

بعضی از انگیزه‌های پردازش و انتشار شایعه توسط افراد مختلف و در شرایط روانی-اجتماعی گوناگون اشاره می‌شود:

۱. جلب توجه اجتماعی

از آنجایی که یکی از ویژگیهای شایعه اهمیت فوق‌العاده آن برای جمع و گروه خاصی است. و به همین دلیل زمینه انتشار می‌یابد، باید اذعان داشت که ناقل این شایعه نیز به هنگام جلب توجه دیگران برای بازگویی موضوع احساس می‌کند که به لحاظ اینکه وجودش منبع چنین خبر مهمی است خود نیز فرد مهم و قابل توجهی است! بنابراین، یکی از راههای جلب توجه افراد در جمع‌های مختلف احساس خود مهم‌بینی از طریق شایعه‌سازی و شایعه‌گویی است، و این خود برای بسیاری از افرادی که فاقد مهارت‌های اجتماعی سالم و اعتماد به نفس لازم هستند و بخصوص آنهایی که وجودشان مملو از احساس حقارت است می‌تواند انگیزه قوی و روش مؤثری باشد برای اینکه خود را کانون توجه دیگران قرار دهند. این قبیل افراد به دلیل اینکه در مجامع و مهمانی‌ها و گردهمایی‌ها نمی‌توانند با توانایی واقعی ویژگیهای شخصیتی که در خود سراغ دارند مورد توجه دیگران واقع شوند، ناگزیر در صدد شایعه‌جویی و شایعه‌سازی برمی‌آیند.

۲. خوشایندیها و ناخوشایندیها

بسیاری از افراد هنگامی که در معرض "شایعه‌ای" قرار می‌گیرند و موضوع آن را مطابق کششهای درونی خود خوشایند می‌پندارند و یا آنکه آن را هرگز وفق مراد خود ندانسته و بسیار ناخوشایند می‌دانند و نمی‌توانند احساسات و مواضع فکری خود را پنهان نمایند برای آگاه شدن از زمینه فکری دیگران آن را بارها بازگو می‌کنند. این افراد انگیزه‌ای جز تقویت احساس درون و تمایلات نفسانی خود ندارند.

۳. فرافکنی

بعضی از افراد به صورت ناخودآگاه خواسته‌ها، تمایلات درون، امیدها و آرزوهای خود را در قالب "شایعه" آن‌هم به صورت نقل قول شخص ثالث:

"می‌گویند"، "گفته‌اند"، "و فلانی می‌گفت" بیان داشته یا آن را اشاعه می‌دهند.

۴. کنجکاری و جستجوگری

در بسیاری از مواقع، افرادی که هرگز با نیت قبلی قصد شایعه‌پراکنی نداشته‌اند با شنیدن خبر ظاهراً مهم (شایعه) و تأثیری که محقق شدن آن خبر می‌تواند در زندگی فردی و خانوادگی و اجتماعی آنها داشته باشد سعی می‌کنند با کنجکاری فوق‌العاده و جستجوگری بسیار با بازگو کردن قضیه (شایعه) به افراد مختلف (بعضاً افراد موثق از نظر خودشان) در صدد بررسی صحت و سقم و تأیید یا تکذیب آن برآیند و حقیقت را بیابند این قبیل افراد عملاً ناخواسته و صرفاً با انگیزه جستجوگری و حقیقت‌جویی به اشاعه هر چند محدود مشغول می‌شوند.

بدیهی است چنانچه ایشان فقط بخواهند صحت و سقم شایعه یا اطلاعات مشکوک دریافتی را بررسی کنند و با شایعه‌پردازان همسو نشوند، شایسته آن است که اطلاعات تازه خود را فقط و فقط با منابع رسمی اطلاع‌رسانی و کارگزاران مطمئن و موثق بسنجند.

۵. انگیزه دوست‌یابی و سرگرم کردن دوستان مستعد

بعضی‌ها صرفاً برای برقراری ارتباط با افراد جدید و آغاز باب گفتگو با آنها و دوست‌یابی و یا سرگرم کردن دوستان و آشنایان در محافل خصوصی و مهمانی‌ها و شب‌نشینی‌ها، در سفرهای درون شهری و بین شهری، در مدرسه و اداره، دانشگاه و ... سعی می‌کنند با خبرهای تأیید نشده به اصطلاح داغ و مهم (یعنی همان شایعه) به میدان آمده و کالای خود را عرضه کنند. این قبیل افراد برای اینکه همیشه بتوانند چیزی برای گفتن به دوستان و سرگرم کردن آنها داشته باشند ناگزیر همواره به دنبال خبرهای مهم و شایعات گوناگون هستند. لذا گوش دادن به رادیوهای خارجی و بنگاه‌های خبری و خبرسازی و کسب خبرهای مثلاً تازه از دیگر منابع ظاهراً مهم را بخشی از وظایف و اشتغالات روزمره خود می‌دانند، و بر همین اساس این افراد به‌طور جدی به شایعه‌پردازی و اشاعه شایعات بی‌اساس در جامعه مشغول می‌شوند.

۶. خصومت آشکار و پنهان

در مواقعی نیز انگیزه اصلی بعضی از افراد یا تشکلهای شایعه‌سازی و اشاعه شایعه چیزی جز ابراز خصومت و دشمنی آشکار و پنهان خود نسبت به اشخاص، جمعیت‌ها، یا کشورهای خاص نیست. به دیگر سخن، انگیزه‌ها و مقاصد غیر منطقی و کینه‌جویانه می‌تواند عامل اصلی تولید و پردازش و شیوع بعضی از شایعات بی‌اساس در سطوح محدود یا گسترده باشد. مسأله شایعه‌سازی و شایعه‌پردازی با اهداف کینه‌توزانه و تخریب شخصیت حقیقی یا حقوقی افراد، جمعیت‌ها، نهادها و کشورها سابقه طولانی داشته و با تاریخ زندگی اجتماعی انسان همراه است. در واقع یکی از ابزارهای مهم دشمن در تخطئه و تخریب رقیب و طرف مقابل استفاده از همین شیوه است. امروزه طراحان بعضی از شایعات ویرانگر که هدفی جز دشمنی و خصومت نسبت به جمعیت‌ها و کشورها ندارند با همدستی بنگاههای خبرپراکنی و بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی ماهواره‌ای قادرند در چند دقیقه در جبهه جنگ روانی اذهان درصد نسبتاً بالایی از جمعیت کشورهای دنیا را متاثر و مشغول نمایند. بنابراین، در شرایط کنونی با توجه به جنگهای ماهواره‌ای و ستیز تکنولوژیکی رسالت بیداری و آگاهی بخشی و زدودن فقر اطلاع‌رسانی درون هر جامعه مستقل و آزاد بر عهده کارگزاران آگاه و مسئول است. تغذیه اطلاعات صحیح و تامین امنیت روانی و اجتماعی مردم و زدودن آثار شک و تردید و ناامنی و اضطراب و بدبینی در جامعه اصلی‌ترین شیوه مقابله با طرح‌های ویرانگر روانی دشمنان انسانیت است. زیرا، ابراز خصومت بعضی از افراد و گروه‌ها و قدرتها نسبت به دیگران از طریق شایعه‌سازی و شایعه‌پردازی و تخریب شخصیت‌ها و خدشه‌دار کردن حیثیت‌های فردی و متزلزل نمودن هویت و منزلت اجتماعی آنها می‌تواند با انگیزه حسادت و کینه‌توزی، و هدفهای سیاسی و نظامی و اقتصادی و اجتماعی همراه باشد.

۷. انگیزه‌های تهدیدگرانه

بعضاً شاهد شیوع شایعاتی هستیم که هیچ انگیزه‌ای جز تهدید دیگران به همراه ندارد. گاه برخی از افراد یا حاکمیت‌ها برای نشان دادن توانمندیها و قدرت‌های غیر واقع خود سعی می‌کنند با ساخت و پرداخت و انتشار مستقیم و غیرمستقیم شایعات

اشخاص یا جمعیت‌های مورد نظر را با تهدید و ستیز روانی معذب ساخته روحیه آنها را تضعیف کنند و به مقاصد خود نایل آیند. ارزیابی دقیق این قبیل شایعات و پی بردن به انگیزه‌های طراحان آن و روشنگریهای لازم می‌تواند به‌طور مؤثر در خنثی کردن نقشه‌های رقیب مفید واقع گردد.

۸. انگیزه‌های فریب و انحراف افکار

بعضی از شایعات صرفاً با انگیزه نیرنگ و حيله و فریب و منحرف کردن اذهان و افکار افراد و جامعه از مسیر طبیعی تلاش و نیل به اهداف متعالی طراحی و انتشار می‌یابد. با اینکه این نوع شایعات فریب دهنده ظاهراً متضمن تهدید و خصومت نیست، اما در واقع به گونه‌ای اهداف مغرضانه‌ای را نسبت به خواسته‌ها و منافع جمعی و انگیزه‌های حمایت از مجمع دیگری را به دنبال دارد. همواره انتشار این قبیل شایعات علاوه بر روشهای معمول، بعضاً بطور زیرکانه و موزیانه از طریق روزنامه‌ها نیز انجام می‌پذیرد و پر واضح است که در این صورت از قدرت تخریب روانی و انحراف ذهنی بیشتری برخوردار خواهد بود^۱.

فرایند انتشار شایعه

۱. تولید یا شایعه‌سازی

همیشه هر شایعه یا خبر ساختگی از یک منبع و سرچشمه اصلی پرداخته و تولید می‌گردد. بدیهی است، قضیه یا خبر ساختگی زمانی به پدیده‌ای به نام شایعه تبدیل می‌گردد که دهان به دهان گشته و فراگیر شود و در جاهای مختلف، در خانه‌ها و شهرها و روستاها و بلکه بعضاً کشور انتشار یابد، به همین دلیل در غالب موارد

۱. در روزها و هفته‌های اول پیروزی انقلاب اسلامی که یکی از مهره‌های اصلی نظام منحوس پهلوی مخفی شده بود و یاران انقلاب اسلامی به دنبالش بودند، یکی از روزنامه‌های پرتیراژ در صفحه اول نوشت که فلان کس فرار کرد، در حالیکه آن شخص هنوز در ایران بود و در مخفی‌گاهها جای گرفته بود، درست چند روز پس از انتشار این خبر ساختگی (شایعه) و منحرف شدن افکار عمومی و بخصوص بعضی از نیروهایی که در پی وی بودند، زمینه‌ای فراهم شد که آن عنصر نامطلوب از کشور خارج گردید.

دستیابی به سرچشمه شایعه و شناخت دقیق فرد یا نهاد شایعه‌ساز فوق‌العاده دشوار است.

۲. ایجاد حساسیت در افراد مختلف

به محض رها شدن یک شایعه که به مسأله مهمی از مسائل مبتلا به قشرهای مختلفی از مردم مربوط می‌شود، به تدریج افراد با توجه به ویژگیهای شخصیتی و خصیصه‌های شناختی و تجارب حیاتی خود نسبت به شایعه حساسیت نشان داده و بعضاً با علاقه، کنجکاوی و جستجوگری آمادگی روانی لازم را برای دریافت و انتقال بخش یا تمامی شایعه و خبر ساختگی پیدا می‌کنند.

هر قدر افراد نسبت به شایعه‌ای که با آن مواجه می‌شوند حساسیت بیشتری نشان دهند از آمادگی بیشتری برای انتقال آن به صورت‌های مختلف و با انگیزه‌های متفاوت برخوردار می‌شوند. و بالطبع حساسیت افراد مختلف زمانی نسبت به شایعه‌ای افزایش می‌یابد که بیشتر در نگرانی و تشویق و اضطراب به سر برده و از امنیت روانی لازم و رضامندی درونی بهره‌مند نباشند.

۳. ارزیابی

معمولاً زمانی که افراد مختلف، کوچک و بزرگ، زن و مرد، باسواد و بی‌سواد، برای اولین بار با شایعه‌ای مواجه می‌شوند، با توجه به ویژگیهای شخصیتی و اعتبار فردی و اجتماعی راوی و ناقل "شایعه"، به‌طور محسوس و نامحسوس با ملاکها و معیارهایی که به آن معتقد هستند، خبر دریافتی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند، و با عنایت به اینکه همیشه رگه‌هایی از حقیقت در ابرهای تیره شایعات نهفته است، افرادی که شخصیتی ساده‌اندیش و زودباور و عجول دارند زودتر به شایعه باور پیدا کرده و آن را اشاعه می‌دهند. مسلماً زمانی که این قبیل افراد خبری (شایعه) را مستقیم یا غیرمستقیم از زبان یکی از الگوهای رفتاری مطلوب خود بشنوند، عموماً بدون کمترین تأمل و تفکری آن را باور داشته و با سرعت انتشار می‌دهند، از همین رو بیان هر گونه خبر مشکوک و شایعه بی‌اساس از زبان الگوهای رفتاری بزرگسال و برجستگان قوم تأثیر بسیار سوء و مسئولیت مضاعفی را به همراه خواهد داشت،

به‌دیگر سخن بر همه افراد به‌ویژه آنانی که خواسته و ناخواسته به‌مثابه الگوهای رفتاری دیگران در خانه و مدرسه و اداره و بازار، شهر و روستا مطرح هستند فرض است که هرگز شایعه‌ای را به زبان نیاورده و همیشه گزیده و با زبان منطق سخن گویند و چیزی را که بدان علم و یقین ندارند به زبان نیاورده و از آن پیروی نکنند.^۱

افرادی که از قدرت فکری بیشتری برخوردار بوده و توانایی ارزیابی و نقّادی پدیده‌ها را بخوبی دارا هستند. در مقابل شایعات بسیار مقاوم بوده و هرگز تمایلی به نقل و انتقال آن از خود نشان نمی‌دهند.

۴. اشاعه

طبیعی‌ترین روش اشاعه یک خبر ساختگی و شایعه تکرار آن است. هر قدر شایعه‌ای را خواسته و ناخواسته و با هر نیت و انگیزه‌ای ولو همراه با موضع ناباوری خود تکرار کنیم اشاعه بیشتری پیدا می‌کند. مثلاً بعضی از افراد ساده برای اینکه احساس مشارکت در اشاعه شایعه نداشته باشند، بعضاً در مجمع‌های مختلف می‌گویند: "ببینید، من اعتقاد ندارم اما می‌گویند که ..." در هر حال تکرار مطلب در خانه و در مجامع خصوصی و محرم و در تاکسی و اتوبوس و سفر و حضر به هر نیتی که باشد موجب اشاعه آن می‌شود.

در غالب موارد تکرار یک شایعه از طرف افراد مختلف و منابع انسانی گوناگون و با زبانهای متفاوت و انگیزه‌های متنوع باورهای عامه را نسبت به آن تقویت می‌کند و به تدریج "شایعه" اولیه در مجامع اجتماعی ویرایش، تصفیه و تعدیل و یا تکمیل تر شده انتقال می‌یابد.

انواع شایعات

فراوانی نوع شایعات در بین جمعیت‌ها و جوامع مختلف می‌تواند متفاوت باشد. در جوامع برخوردار از معرفیت سردمداران اقتصادی، بخش قابل توجهی از

۱. ولاتف مالیس لک به علم. ان السمع و البصر و القواد کلّ اولئک کان عند مسئولا. (سوره اسراء: ۳۶) هرگز از هر

آنچه بدان علم و یقین ندارید پیروی نکنید. که گوش و چشم قلب و ادراک شما نزد خداوند مسئول است.

شایعات در قلمرو چگونگی تولید و مصرف و خرید و فروش سود و زیان ورشکستگی و ... است. در کشورهایی که مردم از احساس امنیت روانی و اجتماعی لازم برخوردار نبوده و همواره وضعیتی مبهم و نامشخص و نامطمئن دارند، شایعات اجتماعی و سیاسی بیشتر متداول است، در شرایط بحران، مثل جنگ، بیشترین شایعات مربوط به جنگ و تجهیزات جنگی و پیروزی‌ها و ناکامی‌های سرداران و سربازان صلح و تشدید درگیری و ... است.

نپ^۱ در سالهای ۱۹۹۴ یعنی در دوران جنگ جهانی دوم موفق شد هزار شایعه رایج میان مردم آمریکا را جمع‌آوری و ثبت کند. نتیجه حاصل از مطالعه وی حاکی از آن بود که حدود ۶۳ درصد شایعات مربوط به ۸۹ تخریب و ویرانگری بود و ۳۳ درصد شایعات مربوط به رویدادهای ترسناک و ترس‌آور می‌شد و فقط ۴ درصد از شایعات در زمینه تخیلات و منویات مثبت بود.

روشهای پیشگیری و کنترل شایعات

با این‌که در بعضی از بخش‌های این مقاله به‌طور ضمنی و به تناسب بحث به اصلی‌ترین روش پیشگیری از شایعات اشاره گردید، در اینجا سعی می‌شود فهرست‌وار به بعضی از مؤثرترین روشهای پیشگیری و کنترل شایعات در جامعه اشاره گردد.

بدون هرگونه شک و تردید اتخاذ روش یا روشهایی می‌تواند در پیشگیری از انتشار شایعه و خنثی کردن آثار مخرب آن مؤثر واقع گردد، که با توجه به ماهیت روانی - اجتماعی شایعه و علل و انگیزه‌های تولید و شیوع آن طراحی شده باشد. بر همین اساس، روشهای زیر برای پیشگیری و مقابله با شایعات اجتماعی توصیه می‌گردد.

۱. آگاه نگاه داشتن اقشار مختلف مردم نسبت به رویدادهای گوناگونی که از نظر ایشان بسیار مهم بوده و به‌گونه‌ای با زندگی روزمره و آینده شغلی و حرفه‌ای و حیات

اجتماعی آنها مربوط می‌شود به سخن دیگر تقویت نظام جامع اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع در جامعه اصلی‌ترین رمیانه برای پیش‌گیری از فرایند شایعه‌سازی و شایعه‌پردازی خواهد بود. بدیهی است کارگزاران دولت و مسئولین فرهنگی و اجتماعی جز در موارد کاملاً استثنایی که ممکن است بیان برخی از واقعیت‌ها موجب سوء استفاده دشمنان و وارد شدن خسارات قابل توجه به مصالح و امنیت ملی گردد می‌بایست همواره صادقانه و صمیمانه مردم را در جریان آخرین تحولات و رویدادهای مهم اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشور قرار داد. در این صورت اعتماد متقابل بین دولت و ملت بیشتر فراهم شده و اخبار و بیانیه‌های رسمی دولت موثق‌ترین اطلاعات برای مردم خواهد بود.

۲. تلاش در زدودن اضطراب و نگرانی عمومی با فراهم نمودن شرایط مطلوب اجتماعی که گام مؤثری در کاهش شایعه‌پراکنی خواهد بود.

۳. دانش‌افزایی عمومی و تعمیق بینش مردم نسبت به ماهیت و آثار مخرب شایعات، طرح و اجرای برنامه‌های آموزش همگانی در سطوح مختلف، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، با بهره‌گیری از اندیشه هنری و فعالیت‌های سینمایی، ترجمه و تألیف منابع مطالعاتی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه شناساندن ماهیت شایعه و آثار سوء آن و ساده‌ترین روش‌های ارزیابی و سنجش صحت و سقم خبرهای مشکوک. آموزش طریق مقابله با شایعه به کودکان و نوجوانان و جوانان و بزرگسالان می‌تواند در پیش‌گیری از تولید و گسترش آن بسیار مؤثر واقع گردد.

اگر همه ما خود بیاموزیم و به فرزندان و شاگردانمان یاد بدهیم که پس از شنیدن یک خبر مشکوک و شایعه تازه پیرامون وضعیت اشخاص یا مؤسسات و رویدادهای مختلف به‌عنوان اولین واکنش با شجاعت اخلاقی و کاملاً عاقلانه و منطقی به‌گوینده بگوییم که دلایل و مستندات شما در ارتباط با این خبر چیست؟ آیا می‌توانید شخصاً صحت خبر را ثابت کنید؟ این خبر را از کدام منبع موثق شنیده‌اید؟ چه مدارک مستند برای تأیید قطعی خبر دارید؟ و از این قبیل. مسلماً به‌طور قابل توجهی از تکرار مجدد آن شایعه پیش‌گیری خواهد شد.

۴. هماهنگی و ثبات در اطلاع‌رسانی و بیان رویدادها از سوی کارگزاران نظام و منابع موثق خبری کشور در اطلاع‌رسانی بیان دقیق حقایق رویدادهای جامعه عامل بسیار مؤثر و موفق در پیش‌گیری از شایعات خواهد بود.

وجود یک سخنگوی پر قدرت، شجاع، صدیق، و محبوب از نظر ملت، به عنوان نماینده رسمی و اصلی دولت و انتخاب مدیران لایق و فهیم و بصیر در رأس دفاتر روابط عمومی سازمانها و مؤسسات و وزارتخانه‌ها برای تصدی اطلاع‌رسانی و انتشار اهم خبرها و رویدادها در سریع‌ترین زمانها، صحیح‌ترین عبارات و دقیق‌ترین کلمات و انتقال ضروری‌ترین پیامها و مهمترین رویدادها می‌تواند در پیش‌گیری از رواج فرهنگ نامطلوب شایعه‌سازی کاملاً مؤثر و مفید واقع می‌گردد. تردیدی نیست که در این زمینه مسئولیت سترگی بر عهده مسئولان رسانه‌های ارتباط جمعی، به ویژه ائمه محترم جمعه و خطبای مساجد و حسینیه‌ها و هیأت‌های مذهبی است.

۵. خنثی کردن شایعه برای مقابله با شایعه‌ای که نسبتاً فراگیر شده و کاهش نیرو و دامنه تخریب آن، می‌تواند به شیوه‌های زیر صورت گیرد:

الف. بی‌توجهی به شایعه‌های ضعیف و عدم تکرار شایعه

یکی از راههای مؤثر خنثی کردن شایعات کاملاً بی‌اساس و پوچ و عاری از هر منطق علمی بی‌توجهی به آن است. مثلاً شایعه مشاهده تصویر فلان شخص در ماه شب چهاردهم آن قدر پوچ و بی‌محتوا و ضعیف است که هیچ‌گونه نیازی به تکذیب و توضیح ندارد.

ب. تأیید حقایق

اگر شایعه‌ای متضمن بخشی هرچند ناچیز از حقایق و واقعیت‌ها باشد، شایسته است که حقایق موجود از طرف منابع موثق مورد تأیید قرار گیرد. در این صورت نیز ممکن است نیازی به اشاره یا تکرار شایعه مورد نظر نباشد.

ج. صدور بیانیه رسمی

گاه لازم است برای تنویر افکار و زدودن آثار مخرب شایعه، از سوی کارگزاران مسئول بیانیه‌ای کوتاه و در عین حال رسا و دقیق تهیه و جهت اطلاع عام منتشر گردد.

باید توجه داشت که در متن این قبیل بیانی‌ها (و یا توضیحات شفاهی) نباید کوچکترین نشانی از ابهام و ابهام و حاشیه‌پردازی و توجیه‌گری باشد، چنانچه توضیحات شفاهی یا بیانی‌های کتبی مسئولان مفصل، مبهم یا دو پهلو باشد بی‌تجربگی‌ها ممکن است شایعه موجود را تقویت کند.

لازم به ذکر است که صدور بیانی‌ها و توضیحات کوتاه و رسا و دقیق مسئولان در خشتی کردن شایعات ممکن است صرفاً برای جمعیت یا منطقه خاص یا همه مردم و کل کشور در نظر گرفته شود. به عنوان مثال، اگر شایعه‌ای فقط در دانشگاه "الف" یا کارخانه "ب"، و یا شهر "ج" انتشار یافته است در وهله نخست شاید صدور بیانیته و ادای توضیحات مختصر و مفید و کاملاً روشن مسئولان مربوط برای همان مناطق و جمعیت‌ها باشد و بس.

د. برگزاری جلسات حضوری و گفت و شنود صمیمی

بعضاً لازم می‌شود برای زدودن آثار شوم شایعات، برخی از کارگزاران اصلی نظام و منابع موثق اطلاع‌رسانی کشور در اصلی‌ترین کانونهای شایعه‌پردازی حضور یابند و از نزدیک با افراد و اعضای آنجا به صحبت و گفتگو بنشینند. فی‌المثل، حضور بعضی از مسئولان و کارگزاران نظام در محلهایی چون دانشگاهها و دبیرستانها و کارخانه‌ها و اداره‌ها و مساجد و حسینیه‌ها برای گفت و شنود صمیمانه و صادقانه با دانشجویان و دانش‌آموزان و کارگزاران و کارمندان و علاقه‌مندان در پیش‌گیری از شایعات و تأمین سلامت روان محیط بسیار مؤثر است. همچنین برگزاری کنفرانس مطبوعاتی و گفتگوی صریح و روشن با خبرنگاران و پاسخهای قاطع به سوالات آنها می‌تواند در کنترل شایعه بسیار مؤثر باشد.

ه. اقدامات قانونی

زمانی که سرچشمه اصلی تولید شایعه یا عوامل شیوع و انتقال آن برای مسئولان نظام کاملاً شناخته شد، لازم است به عنوان دفاع از حقوق روانی و اجتماعی اقشار مختلف مردم و منافع مشروع نهادها و مؤسسات اقدامات بایسته قانونی و پیگیریهای حقوقی و قاطع قانونی با آن دسته از اربابان جراید و قلم‌به‌دستان غیرمتعهد، که مستقیم و غیرمستقیم اقدام به انتشار شایعه می‌نمایند از طرف دولت و مسئولان قضایی کشور فوق‌العاده مهم و ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. اگر در کشوری

بعضی از صاحبان مطبوعات به خود اجازه دهند که با اشاعه شایعه امنیت روانی و اجتماعی اشخاص و اعتبار مؤسسات و نهادهای دولتی و غیردولتی را خدشه‌دار سازند و حقوق حقه ایشان را پایمال کنند، لاجرم جو ناامنی و عدم اعتماد، و اضطراب و نگرانی در میان اقشار مختلف مردم افزایش یافته و باورهای قلبی آنها نسبت به ارزشهای حاکم بر جامعه سست می‌گردد.

کنترل شایعه در شرایط بحران

همان‌گونه که اشاره گردید شایعه در هر شرایطی پدیده اجتماعی نامطلوب و مخرب آرامش ذهنی و روانی است. اما قدرت تهدید و تخریب "شایعه" در شرایط بحران مثل وقوع جنگ که شرایط اضطراب و ناامنی و تردید و ابهام افزایش می‌یابد فوق‌العاده قابل توجه است. بنابراین، شایسته است که ضمن توجه به واقعیت‌های اجتماعی تدابیر ویژه‌ای برای پیشگیری و کنترل شایعات اجتماعی مبدول گردد. اطلاع‌رسانی جامع و سریع، تعیین ستاد ویژه پیش‌گیری و کنترل شایعه مرکب از افرادی کاردان و بصیر، متخصصان روانشناسی و روانپزشکی و جامعه‌شناسی، نمایندگانی مطلع و مقتدر از مؤسسات و سازمانهای فرهنگی و واحدهای صنفی و اقتصادی جامع، مشاوران روانی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی و نظامی، و عضویت شخصیت‌های محبوب مذهبی و دانشگاهی و فرهنگی و مورد وثوق و اعتماد اقشار مختلف مردم و بالاخره جلب حمایت‌های مردمی و مستقر نمودن پایگاههای خبری و اطلاع‌رسانی برای دریافت اخبار و اطلاعات درست و تلاش برای یافتن منبع اصلی شایعه، می‌تواند از جمله اقدامات مؤثر در پیش‌گیری و کنترل شایعه در زمان بحران باشد.

1. Allport, G.W., & Postman, L. (1947). *The psychology of Rumor*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
2. Rosenthal, R., & Rosnow, R.L. (1991). *Essentials of Behavioral Research: Methods and Data Analysis* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
3. Shibutani, T. (1966). *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill.
4. Knapp, Robert H. "A Psychology of Rumor." *Public Opinion Quarterly* 8, 1944, pp. 22-27.