

## روابط مفهومی و مدل انتشار اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده

احسان گرایی: استادیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (نویسنده مسئول).

geraei.e@lu.ac.ir

لیلا فتحی: کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

### چکیده

**زمینه و هدف:** در گذر زمان تعاریف و ترکیبات متنوعی از واژه اطلاعات ارائه شده است که توجه به آن‌ها لازمه مدیریت صحیح فرایند اطلاع‌رسانی است. هدف این مطالعه شفاف نمودن مفاهیم اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده و درک بهتر وجوه اشتراک، افتراق و روابط میان آن‌ها و تشریح الگوها و انگیزه‌های انتشار اطلاعات نادرست و فریبنده است.

**روش پژوهش:** مطالعه حاضر با استفاده از روش کتابخانه‌ای به بررسی مبانی نظری و روابط مفهومی گونه‌های مختلف اطلاعات و مدل‌های انتشار آن‌ها پرداخته است.

**یافته‌ها:** اطلاعات خوب و ارزشمند دارای مشخصاتی همانند دسترس‌پذیری، دقیق، کامل، مقرون به صرفه، انعطاف‌پذیر، مرتبط، موثق، امن، ساده، به‌موقع و قابل‌بازبینی است. اطلاعات نادرست مترادف با اطلاعات اشتباه، غلط، ناصحیح، ناقص دانست که به صورت غیرعمدی منتشر می‌شوند. در حالی که اطلاعات فریبنده دارای دو ویژگی اصلی کذب بودن اطلاعات و قصد همراه‌کنندگی است.

**نتیجه‌گیری:** شناخت بهتر مفاهیم اطلاعات، اطلاعات نادرست و فریبنده و درک ابعاد مختلف آن‌ها، مبنایی برای پژوهش‌های کاربردی دقیق‌تر در این زمینه و تحلیل‌های جامع‌تر خواهد بود. ارائه آموزش تفکر انتقادی و مهارت‌های ارزیابی اطلاعات در قالب سواد اطلاعاتی، سواد وبی و امثال آن می‌تواند از انتشار، بازیابی و استفاده از اطلاعات نادرست و فریبنده توسط کاربران است جلوگیری کند.

**کلیدواژه‌ها:** ترکیبات اطلاعات، اطلاعات، اطلاعات نادرست، اطلاعات فریبنده

### مقدمه

یک روش خلاقانه برای بررسی مفهوم اطلاعات، تحلیل ترکیبات و کلماتی است که با آن هم‌نشینی و هم‌آیندی دارند. گستره ترکیبات اطلاعات تا آن جاست که امروزه می‌توان از انواع ترکیبات اطلاعات صحبت کرد. یکی از ابعاد مغفول مانده ترکیبات اطلاعات، ترکیبات منفی اطلاعات همانند بمباران اطلاعاتی، آلودگی اطلاعات، انفجار اطلاعات، اضافه‌بار اطلاعاتی، اطلاعات نادرست، اطلاعات فریبنده و امثال آن است (حیدری، زودآیند).

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جدیدترین شکل فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی عصر حاضر زمینه‌ای برای ارائه ایده‌ها و نظرات فراهم آورده و سرعت نفوذ اطلاعات را بسیار افزایش داده است. به‌گونه‌ای که امروزه بیش‌تر تصمیمات اجتماعی با تکیه بر اطلاعاتی اتخاذ می‌شوند که از طریق شبکه‌های شخصی و ارتباطات اجتماعی به عنوان کانال‌های مهم دانش جمع‌آوری می‌شوند (کیو و همکاران، ۲۰۱۳). سهولت انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی همانند شمشیری دو لبه‌ای

پیدایش جامعه اطلاعاتی، تغییر محیط اطلاعات و اهمیت یافتن اطلاعات به‌عنوان عنصر حیاتی فعالیت‌های مختلف اقتصادی، شغلی، آموزشی، پژوهشی و تفریحی اقشار مختلف جامعه سبب توجه روزافزونی به مسأله تعامل انسان و اطلاعات شده است. ضریب نفوذ و استفاده گسترده از اطلاعات توسط رشته‌های دانشگاهی و مردم عادی سبب ارائه تعاریف متنوع از این اصطلاح شده است؛ به‌گونه‌ای که با گذشت بیش از ۶۰۰ سال از ظهور کلمه اطلاعات (شی‌منت، ۱۹۹۳ نقل در بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۳) هنوز معنای آن تثبیت نشده و اجماعی در خصوص آن شکل نگرفته است. براک و دیلن<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) پس از بررسی عمیق واژه اطلاعات اظهار داشتند که این واژه تقریباً همه چیز و هر چیزی است و آن‌را به «اثیر» -ماده‌ای که در همه چیز نفوذ می‌کند؛ اما معنای دقیق آن ناشناخته بود- در قرون وسطی تشبیه کردند.

<sup>1</sup>. Schement

<sup>2</sup>. Brock & Dhillon

<sup>3</sup>. Qiu et al.

واقع است. هر قضیه‌ای که مطابق با واقع باشد، حقیقت است. با این وجود بسیاری از اندیشمندان، حقیقت را به معنای مطابقت ادراک با واقع نمی‌دانند و تعاریف دیگری از حقیقت ارائه می‌دهند. برای مثال پوزیتیویست‌ها بر این باورند که «حقیقت عبارت است از توافق تمام اذهان در یک زمان بر یک قضیه».

حقیقت یک ویژگی از یک بیانیه است. یک جمله یا گزاره می‌تواند درست یا غلط باشد. هنگام ارائه بیانیه، پرسیدن از درستی یا نادرستی آن جواب معمولی خواهد داشت. اگر بیانیه وضعیتی از جهان را همان‌طور که هست توصیف کند یا این‌که با یکی از روش‌های جهانی مطابقت داشته باشد، صحیح است. این نظریه به نام «نظریه تطبیقی حقیقت» شناخته شده است (فایرابند؛ ۱۹۸۰؛ مک‌کارتی؛ ۱۹۹۲). در جایی دیگر مسأله حقیقت مهم‌ترین عامل تمایز میان اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده بیان شده است. یک پیش‌فرض قوی در مورد اطلاعات این است که اطلاعات «درست» است. اگر این فرض درست نیست، پس معانی مرتبط با این امر هم می‌تواند اشتباه یا گمراه‌کننده باشد و اطلاعات نادرست نمی‌تواند ادراک یا عملی را آگاهی بخشد. همچنان‌که با توجه به نظریه‌های مختلف حقیقت، امکان درک اطلاعات به‌عنوان توصیفی درست از اوضاع وجود ندارد و به همان نسبت اطلاعات نادرست و فریبنده نیز خصوصیات خود را تغییر می‌دهند (استال؛ ۲۰۰۶). بر همین اساس تلاش می‌شود مفاهیم چندگانه اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده تحلیل شود.

### گونه‌شناسی اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده

ماهیت میان‌رشته‌ای مفهوم اطلاعات از یک سو و علاقه‌مندی متخصصان حوزه‌های مختلف به این مفهوم از سوی دیگر سبب تکثر و تنوع تعاریف ارائه شده از اطلاعات در متون مختلف شده و همین امر دست‌یابی به تعریفی جامع و مانع را دشوار ساخته است. در واژه‌نامه‌های انگلیسی طیفی از تعاریف همانند خبر، داده، دانش، مطلع ساختن، دانش حاصل از آموختن، اندیشه بیان شده، مدارک ثبت شده، آگاهی دادن و یادگیری برای اطلاعات ارائه شده است. اطلاعات نامی برای محتوایی است که با جهان بیرونی رد و بدل می‌شود. در نتیجه ما احساس خود را بر آن افزوده و آن را با محیط وفق می‌دهیم. در این تعریف بر فرایندهای مؤثر در

است که در عین سودمندی، اثرات مخربی بر تعامل انسان و اطلاعات گذاشته و آن‌را با چالش‌های اساسی مواجه ساخته است. یکی از این چالش‌ها افزایش بی‌رویه تولید، دستکاری، اشتراک و مصرف اطلاعات بدون محدودیت مکانی و زمانی از طریق شبکه‌های اجتماعی و رواج اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده است. به‌گونه‌ای که تشخیص اطلاعات درست از اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده دشوار شده است. با وجود این‌که مطالعات فراوانی در زمینه رفتار اطلاعاتی و مقوله‌های مختلف آن در کشور انجام شده است؛ اما هنوز پژوهش‌های جامع درباره اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده انجام نشده و مرزهای میان این مفاهیم به خوبی درک نشده است. از سوی دیگر الگوها و انگیزه‌های که منجر به انتشار اطلاعات نادرست و فریبنده می‌شوند چندان مورد بحث قرار نگرفته است. از این‌رو می‌تواند گفت که هدف این مطالعه شفاف نمودن مفاهیم اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده و درک بهتر وجوه اشتراک، افتراق و روابط میان آن‌ها و تشریح الگوها و انگیزه‌های انتشار اطلاعات نادرست و فریبنده است. شناخت بهتر این مفاهیم و درک ابعاد مختلف آن‌ها، مبنایی برای پژوهش‌های کاربردی دقیقتر در این زمینه و تحلیل‌های جامع‌تر خواهد بود.

### گونه‌شناسی اطلاعات بر اساس پیش فرض حقیقت

بیش‌تر مفاهیم اطلاعات اغلب حاوی فرضیاتی مشکل‌آفرین هستند. یکی از این فرضیات، فرض حقیقت داشتن اطلاعات است (کیس؛ ۲۰۰۷ نقل در بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۳). معیار حقیقت امکان تمایز میان مفاهیم اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده را فراهم می‌آورد. علی‌رغم پیشینه نسبتاً طولانی بحث‌و‌جدل درباره حقیقت و دروغ (هیرشمن؛ ۱۹۸۵)؛ تاکنون نظریه یا تعریف پذیرفته شده جهانی درباره حقیقت ارائه نشده است. علامه طباطبایی (۱۳۶۸) در جلد دوم کتاب *اصول فلسفه و روش رئالیسم* استدلال می‌کند که حقیقت هم‌ردیف «صدق» یا «صحیح» و به آن قضیه ذهنی گفته می‌شود که با واقعیت انطباق داشته باشد؛ اما «خطا»، «کذب» یا «غلط» به آن قضیه ذهنی دلالت دارد که با واقع انطباق ندارد. در فلسفه اسلامی که متأثر از فلسفه یونانی است، حقیقت به معنای ادراک مطابق با

1. Misinformation

2. Disinformation

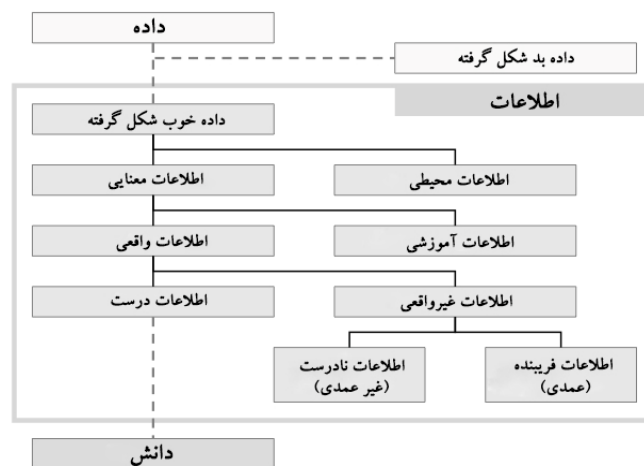
3. Case

4. Hirschheim

5. Feyerabend

6. McCarthy

7. Stahl



تصویر ۱- نقشه اطلاعاتی (فلوریدی، ۲۰۱۱)

می‌دهد تا به شیوه‌ای دقیق بین اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده تمایز قائل شود. دانش جدید می‌تواند براساس اطلاعات در دسترس و دانش موجود و از طریق فرآیندهای شناختی مختلف همانند یادگیری، ارتباط و استدلال ساخته شود. به این نکته باید اشاره نمود که برخی اندیشمندان (فتاحی، ۱۳۹۳، زینس<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶، گیسلر<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰ نقل در اکبری و همکاران، زودآیند) به مفهوم پیوستگی و ساختار سلسله مراتبی داده، اطلاعات و دانش انتقاد وارد کرده و بر این باورند که هرچند میان آن‌ها، انسجام وجود دارد؛ اما این انسجام به شکل سلسله مراتبی نیست.

در همین راستا بت<sup>۹</sup> (۲۰۰۱) معتقد است که هرگاه داده‌ها به هم مرتبط شوند و برای آن‌ها زمینه و تفسیر لازم در نظر گرفته شود اطلاعات پدید می‌آید که براساس این اطلاعات می‌توان تصمیم گرفت. البته این ارتباط مشکل‌ساز است. نخستین مشکل این است که داده‌ها صرفاً حقایق بی‌رحمی از جهان نیستند؛ بلکه تمام داده‌ها در گذشته پردازش و جمع‌آوری شده‌اند. بنابراین اطلاعات نمی‌تواند به سادگی از طریق تزریق معنا به داده باشد چون داده‌ها قبلاً دارای معنا بوده‌اند و در غیر این صورت دریافت و درک آن‌ها غیرممکن خواهد بود (اینترونا؛ ۱۹۹۷). مشکل دیگر این تعریف آن است که ارائه اطلاعات را کاملاً منحصر به فرد می‌داند. درحالی‌که ممکن است داده‌هایی که برای یک شخص معنای خاصی داشته باشند برای فرد دیگری فاقد معنا باشد. تعریف ریسمانباف و فتاحی (۱۳۹۵) از اطلاعات نیز بر این مسأله تأکید دارد که اطلاعات، داده‌هایی پردازش شده، فهم‌پذیر و

اشتراک‌گذاشتن اطلاعات نسبت به خود اطلاعات تأکید بیش‌تری شده است (وینر؛ ۱۹۵۴). برخی پژوهشگران (داونپورت و پروساک؛ ۱۹۹۸، والشام<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱، اولریخ؛ ۲۰۰۱) یکی از راه‌های رسیدن به معنای اطلاعات را تعریف داده دانسته‌اند. داده‌ها حقایق خام جهان هستند، هنگامی که «داده» در بافت معنا و ارتباط پیدا می‌کند به اطلاعات تبدیل می‌شود. این ارتباط بین داده‌ها، اطلاعات و معنا اغلب مورد توافق است. دی جورج<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) به گونه‌ای دیگر این مسأله را عنوان می‌کند. وی به وضوح بین داده‌ها و اطلاعات تمایز قائل می‌شود به این دلیل که داده‌ها هیچ ادعایی درباره حقیقت ندارند؛ درحالی‌که اطلاعات این کار را انجام می‌دهد. فلوریدی<sup>۶</sup> (۲۰۰۵) با تحلیل تعداد زیادی از تعاریف اطلاعات، تعریف اطلاعات = داده + معنا را ارائه کرد. این تعریف ضعیف، در فلسفه می‌تواند با دو شرط مستمر درستی و صدق تقویت شود و اطلاعات به‌عنوان داده‌های به خوبی شکل گرفته و معنادار تعریف شود (فلوریدی، ۲۰۱۱).

نقشه اطلاعاتی فلوریدی (تصویر ۱) نشان می‌دهد که چگونه در یک ساختار سلسله مراتبی اطلاعات در میان داده و دانش قرار می‌گیرد. در واقع، به‌منظور تشکیل اطلاعات باید داده‌ها به خوبی شکل گرفته، معنادار و صادقانه باشند. نخستین شرط این است که مجموعه‌ای از داده‌ها به درستی در یک یا چند مجموعه داده مطابق با قواعد (معمولاً ترکیبی از زبان‌های طبیعی و رسمی) کنار هم قرار گیرند. شرط دوم مطابقت داده‌ها با معانی انتخاب شده است. شرط سوم به فرد اجازه

1. Wiener  
2. Davenport & Prusak  
3. Walsham  
4. Ulrich  
5. De George  
6. Floridi

7. Zins  
8. Geisler  
9. Bhatt  
1. Introna

جدول ۱- مشخصات کیفی اطلاعات (استیر و رنولدز، ۲۰۱۷)

مشخصه	تعریف
دسترس پذیری	اطلاعات دسترس پذیر باید توسط کاربران مجاز به راحتی قابل دسترسی باشد تا بتوانند آن را در فرمت مناسب و در زمان مناسب برای برطرف ساختن نیازهای خود بدست آورند.
دقیق	اطلاعات دقیق عاری از اشتباه است. در بعضی موارد، اطلاعات نادرست تولید می شود؛ زیرا داده های نادرست به فرایند تبدیل وارد می شوند که معمولاً به آن ورودی زباله، خروجی زباله می گویند.
کامل	اطلاعات کامل شامل تمام حقایق مهم است.
مقرون به صرفه	تولید اطلاعات باید نسبتاً مقرون به صرفه باشند. تصمیم گیرندگان همیشه باید ارزش اطلاعات را با هزینه تولید آن متعادل کنند.
انعطاف پذیر	اطلاعات انعطاف پذیر می تواند برای اهداف مختلف مورد استفاده قرار گیرد.
مرتبط	اطلاعاتی که برای یک وضعیت یا مشکل در دسترس هستند و می توانند به حل یک مشکل کمک نمایند. اطلاعات مرتبط برای تصمیم گیرنده مهم است.
موثق	اطلاعات موثق می توانند توسط کاربران مورد اعتماد قرار گیرند. در بسیاری از موارد، موثق بودن اطلاعات به قابلیت اطمینان روش جمع آوری داده ها بستگی دارد.
امن	اطلاعات باید از دسترسی کاربران غیرمجاز محافظت شود.
ساده	اطلاعات باید ساده باشد، نه پیچیده. اطلاعات بیش از حد می تواند باعث سرریز اطلاعات شود. به این ترتیب تصمیم گیرنده اطلاعات زیادی دارد و نمی تواند تعیین کند چه چیزی واقعاً مهم است.
به موقع	به موقع بودن اطلاعات یعنی هر زمان که به اطلاعات نیاز بود تحویل داده شود.
قابل اثبات	اطلاعات باید قابل اثبات باشد. این بدان معنی است که شما می توانید آن ها را بررسی کنید تا مطمئن شوید که درست است. شاید با بررسی بسیاری از منابع برای همان اطلاعات.

گونه ای از اطلاعات است و اطلاعات نادرست، اگرچه اشتباه، هنوز هم اطلاعات بوده و می تواند همچنان آگاهی بخش باشد. لوئیس و همکارانش (۲۰۱۶) با نظر فاکس در مورد آگاهی بخشی اطلاعات نادرست مخالفند. آن ها معتقدند که اطلاعات نادرست، اطلاعاتی گمراه کننده، ناقص و یا اشتباه هستند. برای مثال زمانی که نویسنده نقل قول نادرستی از یک فرد بیان می کند؛ اما اشاره ای به دلیل ناقص یا نادرستی نقل قول نمی کند این امر باعث می شود که خوانندگان به اشتباه محتوای نقل قول ها را به عنوان حقایق بپذیرند.

واتسون<sup>۶</sup> (۱۹۹۰) برای تعریف اطلاعات نادرست، به هدف ایجاد آن توجه داشته و اطلاعات نادرست را اطلاعاتی دانسته که با مقاصد همانند گمراه ساختن، فریفتن، اختلال یا تضعیف اعتماد به نفس افراد، سازمان ها و یا دولت ها تهیه شده است. این اطلاعات نادرست می تواند اشکال مختلفی همانند اطلاعات ناقص، منسوخ، متعصبانه، خدعه، متناقض، داده های نادرست ترجمه شده، ناسازگاری های نرم افزاری، اصلاحیه های غیرمجاز، خطاهای واقعی و سوء رفتار علمی را شامل شود (فیتزجرالد؛<sup>۷</sup> ۱۹۹۷). اطلاعات نادرست ممکن است غلط، مبهم (نا آشکار و مستعد تفاسیر چندگانه)، احتمالی و نامطمئن باشد (کارلوا و لی؛<sup>۸</sup> ۲۰۱۱). تعریف لواندوسکی<sup>۹</sup> (۲۰۱۲) از

قابل استفاده برای یک نیاز خاص است که در یک موقعیت، بستر یا زمینه خاص برای فرد یا افرادی معنا پیدا می کند. با این وجود، اطلاعات درست فارغ از بافت آن، دارای مشخصاتی از قبیل دسترس پذیری، دقیق، کامل، مقرون به صرفه، انعطاف پذیر، مرتبط، موثق، امن، ساده، به موقع و قابل اثبات است (استیر و رنولدز؛<sup>۱۰</sup> ۲۰۱۷) (جدول ۱).

### اطلاعات نادرست

واژه اطلاعات در زبان انگلیسی معانی متعددی دارد؛ اما تقریباً اشارات بسیار کمی به اشکال منفی آن یا به عبارتی اطلاعات نادرست و انواع آن نشده است (کاپورو؛<sup>۱۱</sup> ۲۰۰۰). فرهنگ آکسفورد اطلاعات نادرست را معادل «اطلاعات اشتباه و کذب» در نظر گرفته است. برخی از پژوهشگران (استال، ۲۰۰۶؛ بدنر و ولج؛<sup>۱۲</sup> ۲۰۰۸) بدون ارائه تحلیل یا بحث بیش تر در خصوص معنای اطلاعات نادرست به تعریف فرهنگ آکسفورد استناد کرده و گروهی دیگر به بحث و استدلال در این باره پرداخته اند. فاکس<sup>۱۳</sup> (۱۹۸۳) به روشنی به تشریح رابطه بین اطلاعات و اطلاعات نادرست پرداخته است. وی معتقد است نیاز نیست که اطلاعات درست باشد، به این معنا که هیچ دلیلی وجود ندارد که اطلاعات به طور حتم درست باشد؛ بنابراین اطلاعات ممکن است اشتباه باشد. اطلاعات نادرست

<sup>6</sup>. Lewis et al.

<sup>7</sup>. Watson

<sup>8</sup>. Fitzgerald

<sup>9</sup>. Karlova & Lee

<sup>10</sup>. Lewandowsky

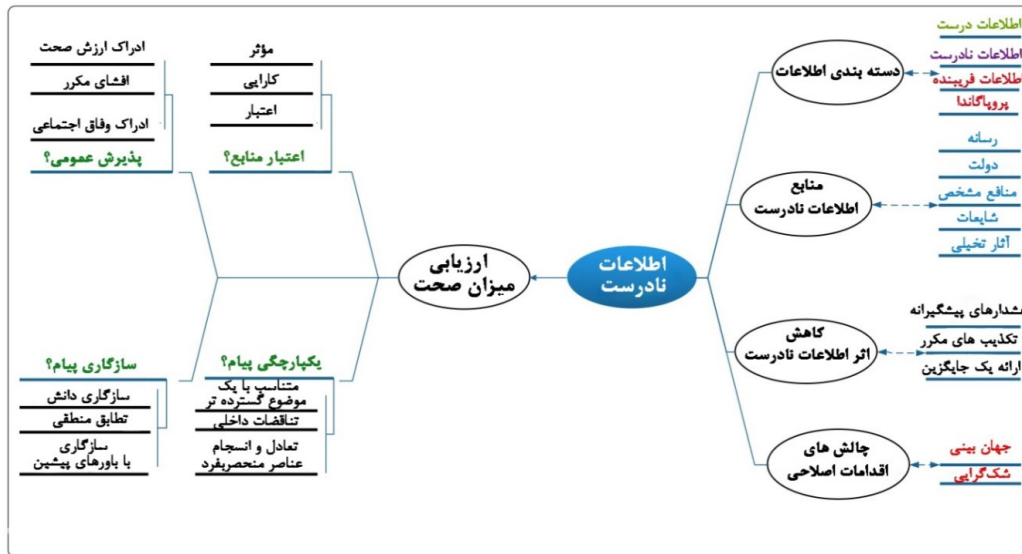
<sup>1</sup>. Accessible, accurate, complete, economical, flexible, relevant, reliable, secure, simple, timely and verifiable

<sup>2</sup>. Stair & Reynolds

<sup>3</sup>. Cappuro

<sup>4</sup>. Bednar & Welch

<sup>5</sup>. Fox



تصویر ۲- چشم‌انداز اطلاعات نادرست: خلاصه ابعاد مختلف اطلاعات نادرست (کومار و گیتاکوماری، ۲۰۱۴).

ماهیتش برای کاربران روشن است؛ اما آنچه که باید تعریف شود اشکال مختلفی است که اطلاعات می‌تواند به خود بگیرد. واقعیت این است که انتشار اطلاعات نادرست با هدف و توانایی گمراه کردن، حداقل برخی از گیرندگان انجام می‌شود (تصویر ۲). به باور آن‌ها برای بیش‌تر مردم پذیرش اطلاعات بسیار متداول‌تر از چیزهای دیگر است. هنگامی که مردم میزان صحت هر اطلاعاتی را ارزیابی می‌کنند، چهار عامل را در نظر می‌گیرند. این عوامل با پرسیدن چهار پرسش مشخص می‌شوند:

۱. سازگاری پیام: آیا اطلاعات با چیزهای دیگری که به آن‌ها اعتقاد دارید سازگار و هماهنگ است؟
  ۲. یکپارچگی پیام: آیا اطلاعات بدون هرگونه تناقضی دارای یکپارچگی درونی است تا یک روایت قابل باور شکل بگیرد؟
  ۳. اعتبار منبع: آیا اطلاعات از یک منبع معتبر است؟
  ۴. پذیرش عمومی: آیا دیگران این اطلاعات را باور دارند؟
- به‌طور کلی و با توجه به تعاریف و توضیحات عنوان شده در ذیل اطلاعات نادرست، این نوع از اطلاعات را می‌توان با اطلاعات اشتباه، غلط، ناصحیح، ناقص مترادف دانست که براساس گفته‌های (لواندوسکی، ۲۰۱۲؛ کومار و گیتاکوماری، ۲۰۱۳؛ کوهنگ و وایس، ۲۰۰۳) به صورت غیرعمدی منتشر می‌شوند.

### اطلاعات فریبنده

اصل و ریشه واژه اطلاعات فریبنده به واژه روسی *Dezinformacija* (дезинформация) در دهه ۱۹۵۰ باز

اطلاعات نادرست جامع‌تر به نظر می‌رسد. وی معتقد است که اطلاعات نادرستی که طی یک رویداد پویا رخ می‌دهد یا در جریان به‌روزرسانی دانش به‌وجود می‌آیند، اجتناب‌ناپذیر و غیرعمدی است؛ با این حال، منابع دیگری از اطلاعات نادرست وجود دارد که احتمالاً کم‌تر قابل اعتماد هستند. وی در ادامه به منابع خاصی از اطلاعات نادرست در گذر زمان اشاره می‌کند:

- الف. شایعات و افسانه‌ها: جوامع در طول قرن‌ها با اطلاعات نادرست متأثر از گسترش شایعات مبارزه کرده‌اند. حتی آثار تخیلی می‌توانند منجر به تصورات غلط درباره حقایق شود.
- ب. دولت‌ها و سیاستمداران: دولت‌ها و سیاستمداران می‌توانند منبع قدرتمند اطلاعات نادرست باشند، چه به‌صورت سهوی و چه به‌صورت عمدی و طراحی شده.
- پ. سازمان‌های غیردولتی و دارای منافع شخصی: منافع صنوف تاریخچه‌ای طولانی دارد. آن‌ها تلاش می‌کنند با اعلان اطلاعات نادرست بر گفت‌وگوهای عمومی تأثیر بگذارند. همان‌طور که اخیراً مبارزات منظمی علیه منافع شرکت‌ها، توسط گروه‌های غیرانتفاعی علاقه‌مند هدایت شده است.
- ث. رسانه: اگرچه رسانه‌ها به تعبیری به دنبال اطلاع‌رسانی به عموم مردم هستند؛ اما در معرض گسترش اطلاعات نادرست قرار دارند.

کومار و گیتاکوماری<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) با تأکید بر غیرعمدی بودن اطلاعات نادرست اظهار داشتند که تعریف اطلاعات از طریق

<sup>۲</sup>. Koohang & Weiss

<sup>۱</sup>. Kumar & Geethakumari

مشترکی داشته باشد (برای مثال درستی، دقت، کامل بودن، تازگی)؛ اما اطلاعات فریبنده به عمد قصد گمراه‌کنندگی دارد. مقاصد پشت چنین فریبی ناشناخته است، اما شامل انگیزه شخصی، انگیزه اجتماعی از قبیل دلایل خیرخواهانه (برای مثال دروغ گفتن درباره یک گروه عجیب، پیوستن به ارزش‌های فرهنگی و غیره) و دلایل متضاد (برای مثال دستکاری قیمت سهام یک رقیب، کنترل مردم، آزار دادن کسی، خراب کردن شهرت و اعتبار کسی و غیره) باشد. نمونه اولیه از اطلاعات فریبنده عبارتند از تبلیغات فریبنده (در کسب و کار و سیاست)، تبلیغات دولتی، تصاویر دستکاری شده، اسناد جعلی، نقشه‌های ساختگی، تقلب‌های اینترنتی، وبسایت‌های جعلی و مطالب دستکاری شده ویکی‌پدیا. هولت<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) نقل در والش<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) اظهار داشت که اگرچه اطلاعات فریبنده یک اصطلاح نسبتاً جدید است؛ اما ارائه اطلاعات فریبنده قرن‌هاست که انجام می‌شود و از ازل برای فریب دادن در جنگ به کار رفته است. از چین باستان تا آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها که اربابان اطلاعات فریبنده در طول جنگ جهانی دوم بودند. البته استفاده از این‌گونه اطلاعات فقط مختص به استفاده نظامی نیست؛ بلکه در سیاست هم استفاده می‌شود و اغلب به‌عنوان «چرخش خبری» نامیده می‌شود. آن را در حسابداری، و اخیراً در سیاست‌های حسابداری انرون<sup>۵</sup> نیز استفاده می‌شود. دفاتر فروش و بازاریابی نیز اغلب از اطلاعات فریبنده برای گمراه کردن مصرف‌کنندگان استفاده می‌کنند (کیمل<sup>۶</sup>، ۲۰۰۹). کومار و گیتاکوماری (۲۰۱۳) وجه تمایز اطلاعات فریبنده از اطلاعات نادرست را در هدف آن‌ها دانسته‌اند. اطلاعات فریبنده گسترش عمدی اطلاعات کذب یا اشتباه است. این مسأله به‌عنوان یک عمل فریب‌آمیز در نظر گرفته شده است. اطلاعات نادرست گسترش غیرعمدی اطلاعات کذب یا اشتباه است، تفاوت این دو در اهدافشان است. هنگامی که حملات اطلاعات فریبنده برنامه‌ریزی شده، رفتار بخش بزرگی از جمعیت را هدف قرار می‌دهد می‌توان آن را به‌عنوان حملات معنایی در نظر گرفت. اطلاعات فریبنده اطلاعات اشتباه عمدی است که به‌منظور آسیب رساندن به گیرنده اطلاعات توسط ارائه‌کننده اطلاعات عرضه شده و در واقع گمراه کردن به قصد انجام کار اشتباه انجام می‌شود (کلایک<sup>۷</sup>، ۱۹۷۸ نقل در تاجمن و میکلیچ<sup>۸</sup>، ۲۰۰۳).

می‌گردد. واژه‌نامه انگلیسی آکسفورد اطلاعات فریبنده را «اطلاعات نادرستی که به‌صورت عمدی قصد گمراه کردن را دارد» تعریف کرده است (کارلوا و فیشر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). با توجه به فضای سیاسی و فرهنگی اتحاد جماهیر شوروی در آن زمان، ارتباط قوی بین اطلاعات فریبنده و منفی در نتیجه سیاست‌های کنترل اطلاعات استالینستی توسعه یافت. اکثر سیاست‌گذاران، دانشگاهیان و رسانه‌ها معتقدند که عبارت اطلاعات فریبنده بعد از جنگ سرد منسوخ شده است. با این حال تا اواخر سال ۱۹۸۶ واژه «اطلاعات فریبنده» در میان سیصد هزار مدخل واژه‌نامه وبستر یا حتی در بیست‌وهفت جلد دایره‌المعارف جدید بریتانیکا فهرست نشده بود و به‌صورت گسترده و براساس تصویری اشتباه اعتقاد بر این بوده است که این واژه یک مترادف خارجی برای اطلاعات نادرست است. اما در حقیقت، اطلاعات فریبنده بسیار متفاوت از اطلاعات نادرست است. به بیان بهتر اطلاعات نادرست زمانی که به‌صورت هدفمند، عمدی و به‌منظور فریب دادن منتشر شود منجر به ایجاد اطلاعات فریبنده خواهد شد. در یکی از نخستین بررسی‌ها انجام شده در مورد مفهوم اطلاعات فریبنده توسط فلوریدی (۱۹۹۶) دلیل گمراه‌کنندگی اطلاعات فریبنده به‌وضوح بیان شده است. به باور وی «اطلاعات فریبنده زمانی مطرح می‌شود که روند اطلاعات ناقص باشد». در جایی دیگر اظهار کرده است که «زمانی که محتوای معنایی نادرست باشد، یک مورد از اطلاعات غلط است و اگر منبع اطلاعات از ماهیت غلط آن آگاه باشد، صحبت از اطلاعات فریبنده است». به‌عبارت دیگر، اطلاعات فریبنده، اطلاعات نادرستی است که منبع از اشتباه بودن آن آگاهی دارد. در ادامه فلوریدی تجزیه و تحلیل را بسط می‌دهد و ابراز می‌دارد هنگامی که شخصی مزاح می‌کند و یا صحبت طعنه‌آمیزی می‌گوید، با وجود این که شخص از نادرست بودن صحبت‌ها آگاهی دارد چون نیت فریب وجود ندارد بنابراین اطلاعات فریبنده نیست (فلوریدی، ۲۰۰۵).

فالیس<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) برای اثبات تفاوت اطلاعات فریبنده و اطلاعات نادرست، به تحلیل اطلاعات فریبنده پرداخت. وی به مجموعه شرایطی اشاره کرد که ممکن است منجر به ایجاد اطلاعات فریبنده گردد. درحالی که اطلاعات نادرست عموماً اشتباه است؛ اما اطلاعات فریبنده همیشه نادرست نمی‌باشد بلکه گاهی فقط گمراه‌کننده است. بنابراین اطلاعات فریبنده زیرمجموعه‌ای از اطلاعات نادرست نیست. اگرچه اطلاعات فریبنده ممکن است با اطلاعات و اطلاعات نادرست وجوه

<sup>3</sup>. Holt

<sup>4</sup>. Walsh

<sup>5</sup>. Enron

<sup>6</sup>. Kimmel

<sup>7</sup>. Klaic

<sup>8</sup>. Tadjman & Mikelic

<sup>1</sup>. Karlova & Fisher

<sup>2</sup>. Fallis

تعیین شود، که منجر به تشکیل اطلاعات، اطلاعات نادرست و یا اطلاعات فریبنده می‌شود (سائرلیوما و ماکسیماین،<sup>۲</sup> ۲۰۱۲). بنابراین، بازگرداندن معیارهایی برای تمیز دادن اطلاعات از اطلاعات نادرست و فریبنده به‌ویژه در جامعهٔ امروزی و با وجود سرعت انتقال اطلاعات از طریق اینترنت امری ضروری است. تمایز بین اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده دشوار است و زمانی این دشواری بیش‌تر پیچیده‌تر می‌شود که اطلاعات نادرست و فریبنده به عنوان زیر مجموعه‌ای از اطلاعات (استیر و رنولدز،<sup>۳</sup> ۲۰۱۷) یا نوعی از اطلاعات نادرست (لوسی،<sup>۴</sup> ۱۹۹۷؛ ژو و همکاران،<sup>۵</sup> ۲۰۰۴) در نظر گرفته شود. این درحالی است که اطلاعات نادرست بسیار بیش‌تر از یک اشتباه و اطلاعات فریبنده بسیار بیش‌تر از یک ویروس است. اطلاعات نادرست انتشار غیرعمدی اطلاعات همراه کننده است؛ اما اطلاعات فریبنده انتشار عمدی اطلاعات همراه کننده و اشتباه است (کوهِنگ و وایس،<sup>۶</sup> ۲۰۰۳). چوپرسکی و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۵) از منظری دیگر به سختی تشخیص اطلاعات فریبنده نگرسته و مدعی شدند درحالی که تعریف اطلاعات فریبنده نسبتاً آسان است؛ اما شناسایی آن در عمل چالش‌برانگیز است. به‌طور کلی حقیقت یا دروغ بودن اطلاعات می‌تواند از طریق ارجاع به شواهد کافی اثبات شود. این مسأله با تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی که شیوه‌های نوین تصدیق و مجموعهٔ متنوعی از شاهدان را فراهم آورده، اهمیت یافته است. با این که ساخت یک دروغ در یک زمان قابل توجه عملیاتی چالش‌برانگیز است؛ اما معمولاً دقت اطلاعات می‌تواند شناسایی شود. البته تشخیص قصد همراه کردن بسیار سخت‌تر است، چراکه لازمهٔ آن درک فرایندهای ذهنی افراد است. با این حال، تمایز قائل شدن بین دروغ‌های عمدی و تصادفی حائز اهمیت است؛ زیرا گسترش عمدی اطلاعات دروغ، در اصل حمله به تمامیت مؤسسات ذینفع است (نیمو،<sup>۸</sup> ۲۰۱۶). وی یکی از چالش‌های کلیدی در مقابله با جنگ اطلاعاتی را شناسایی زمان انجام آن دانسته است و با این که اثبات قصد همراه کردن به‌وسیلهٔ اطلاعات فریبنده مشکل است اما می‌توان با ارجاع به سه معیار کلیدی، که رویکرد «ABC» نامیده می‌شود به آن پی برد. این معیارها عبارتند از:

A: صحت اظهارات لفظی: کسانی که در جایگاه مقامات سخن

در کامل‌ترین تعریف و تفسیر از اطلاعات فریبنده جیمز فترز<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) فیلسوف ادعا می‌کند که اطلاعات فریبنده کم‌وبیش هم‌تراز با اعمال دروغ است. به عبارت دیگر، دروغ گفته‌ای است که گوینده به کذب بودن آن معتقد است و هدفش همراه کردن است. همچنین او شرح می‌دهد که اطلاعات فریبنده شامل اطلاعات ناقص، نادرست و یا همراه کننده است که با هدف فریب دادن دیگران در مورد حقیقت انتشار می‌یابد. وی ویژگی‌های اصلی اطلاعات فریبنده را این گونه بر می‌شمرد:

۱. اطلاعات فریبنده اغلب محصول یک فرایند همراه کننده پیشرفتهٔ فنی و به خوبی طراحی شده است.
  ۲. اطلاعات فریبنده ممکن است مستقیماً از منبعی که تمایل به فریب دادن دارد نشأت نگیرد.
  ۳. اطلاعات فریبنده اغلب مواردی از قبیل ارتباطات شفاهی یا نوشته شده شامل تصاویر دستکاری شده، ویدئوهای جعلی و غیره است.
  ۴. اطلاعات فریبنده می‌تواند به صورت گسترده یا هدفمند در بین افراد یا سازمان‌های خاصی توزیع شود.
  ۵. اهداف مورد نظر اغلب به قصد فریب دادن یک شخص یا گروهی از مردم است.
  ۶. اصطلاحاتی از قبیل دروغ، ضد اطلاعات، اطلاعات اغواکننده، اطلاعات مخالف و همراه کننده مترادف اطلاعات فریبنده هستند.
- به‌طور کلی و با توجه به تعاریف عنوان شده برای اطلاعات فریبنده، باید اذعان کرد که در همهٔ این تعاریف توافق نظر بر دو جنبه کلیدی از اطلاعات فریبنده وجود دارد: کذب بودن اطلاعات و قصد همراه کردن.

### تمایز اطلاعات از اطلاعات نادرست و فریبنده

اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده تا همین اواخر موضوع پژوهش‌های نظری در علم اطلاعات نبوده است. امروزه، اینترنت و وبسایت‌ها نه تنها اطلاعات قابل اعتماد و به‌روز ارائه می‌دهند؛ بلکه اطلاعاتی حاوی فریب‌ها و اشتباهات را نیز نگه‌داری و عرضه می‌کنند. علاوه بر آن فراگیر بودن اینترنت و فراوانی اطلاعاتی که ارائه می‌دهد، معنی و مفهوم اطلاعات را گسترش داده است. در نتیجه تغییرات به‌وجودآمده در تعاملات ارتباطی به‌وسیله اینترنت، به‌ویژه تعداد شرکت‌کنندگان در چنین تعاملاتی، خطر اختلال در یکپارچگی اطلاعات در حال افزایش است. این تداخل‌ها در اینترنت می‌تواند به‌عنوان خطاهای اجتماعی، فنی یا معنایی

<sup>2</sup>. Saariluoma & Maksimainen

<sup>3</sup>. Zhou et al.

<sup>4</sup>. Czuperski et al.

<sup>5</sup>. Nimmo

<sup>6</sup>. Accuracy - balance - credibility

<sup>1</sup>. Fetzer

جدول ۲- رابطه بین پنج معیار ارزیابی اطلاعات در وب (تاجمن و میکلیچ، ۲۰۰۳)

اعتبار	دقت	عینیت	انتشار	پوشش
نویسندگان و حامیان شناخته شده است. علاوه بر این اطلاعات تماس و حتی قوانین کپی‌رایت وجود دارد.	اطلاعات شامل داده‌های واقعی است؛ داده‌ها به شکل کاملاً معتبر ارائه شده‌اند.	اطلاعات کامل، قابل فهم، به موقع، دقیق و به دور از تعصب هستند.	اطلاعات مربوط به منبع، زمان، مکان و به روزرسانی کامل هستند.	آدرس تماس و لینک ارتباط با سایر صفحات و وبسایت‌های دیگر وجود دارد.
مشخص نیست حامی وبسایت، مالک یا نویسنده چه کسی است.	اطلاعات حاوی شواهد خاصی درباره اعتبار داده نیست. داده‌ها قابل بررسی نیستند.	اطلاعات بی‌طرف نیست. شامل نظرات شخصی نویسنده است و به همین دلیل زیان‌آور هستند.	اطلاعات مربوط به منبع، زمان و مکان کامل نیستند و روزآمد نمی‌شوند.	اطلاعات ناقصی درباره آدرس تماس و لینک ارتباط با وبسایت‌ها و سایر صفحات وب وجود دارد.
نویسنده واقعی وبسایت ناشناخته است و اطلاعات تماس وجود ندارد.	اطلاعات شامل واقعیات و حقایق تأیید نشده است و داده‌های اشتباه و نادرست را در بر می‌گیرد.	اطلاعات واقعی نیستند؛ آن‌ها تلاش می‌کنند که کاربران را از طریق محتوای اطلاعات فریب دهند.	اطلاعات مربوط به منبع، زمان و مکان وجود ندارند و یا روزآمد نمی‌شوند.	ارتباطی برقرار نمی‌کند. آینده روابط متقابل با سایر وبسایت‌ها مشخص نیست.

جدول ۳- خلاصه‌ای از ویژگی‌های اطلاعات، اطلاعات غلط و اطلاعات فریبنده (کارلوا و فیشر، ۲۰۱۲)

اطلاعات	اطلاعات نادرست	اطلاعات فریبنده
حقیقت	بله	بله/ خیر
کامل بودن	بله/ خیر	بله/ خیر
روزآمدی	بله	بله/ خیر
اطلاعات مفید داشتن	بله	بله
فریبنده بودن	خیر	بله

می‌گویند، موظفند نسبت به صداقت و صحت هرگونه اظهارنظری که در منبع از موقعیت و وظیفه اجرایی آن‌هاست، اطمینان حاصل نمایند.

B: توازن در گزارش: گزارش‌های آن‌ها تعادل مناسبی را در استفاده از مفسران تضمین کند.

C: اعتبار منابع انتخاب شده: لازم است که اطمینان از اعتبار منابع نقل شده مورد توجه قرار گیرد.

تارچا و بیوکر<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) معیارهایی برای تمایز وبسایت‌های ارائه دهنده اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده پیشنهاد کردند:

الف. اطلاعات: وبسایت‌های اطلاع‌رسانی، اطلاعات واقعی را ارائه می‌دهند. آن‌ها نویسنده، منبع و صاحبان اطلاعات را مشخص می‌کنند و اطلاعات ارائه شده توسط آن‌ها معتبر است؛ این اطلاعات دقیق و بدون اشتباه هستند و به‌طور مرتب روزآمد می‌شوند.

ب. اطلاعات نادرست: این اطلاعات باعث سردرگمی و اختلال می‌شوند؛ زیرا در تقابل با اطلاعات پیشین و یا در جهت اصلاح روند ارتباطی به‌صورت غلط ارائه می‌شوند.

اطلاعات نادرست، اشتباهات و اطلاعات موضوعی کهنه را در خود نگه می‌دارد.

پ. اطلاعات فریبنده: اطلاعاتی که به عمد قصد گمراه کردن، فریب دادن و اغفال را دارند. در مورد این‌گونه اطلاعات، نویسنده واقعی اطلاعات مشخص نیست. هیچ آدرس تماس و یا اشاره‌ای به منبع، تاریخ درج و یا به‌روزرسانی اطلاعات حتی توصیف کوتاهی از نویسنده وجود ندارد.

تاجمن و میکلیچ (۲۰۰۳) پنج معیار ارزیابی - اعتبار، دقت، عینیت، انتشار و پوشش<sup>۲</sup> اطلاعات ارائه شده در وب توسط تارچا و بیوکر (۲۰۰۱) را گسترش دادند و ارتباط میان انواع اطلاعات را ترسیم کردند (جدول ۲).

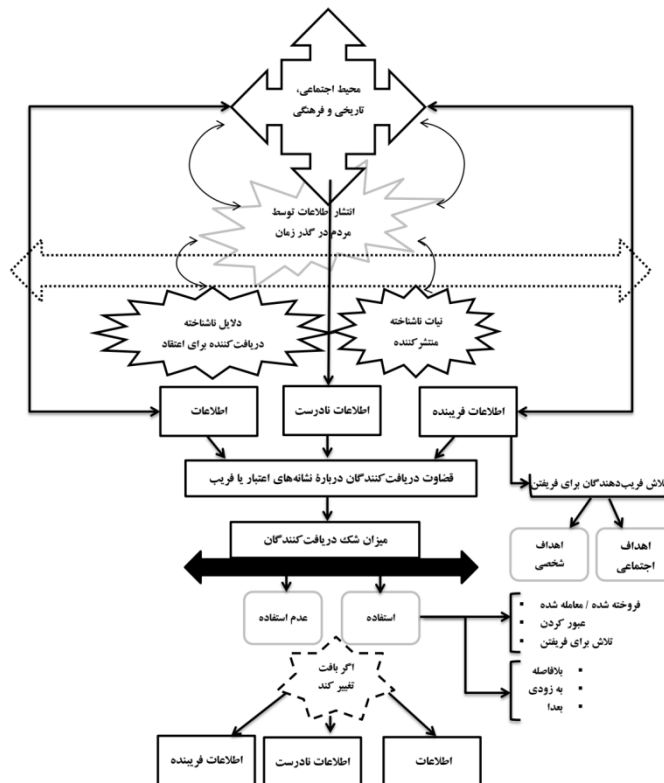
کارلوا و فیشر (۲۰۱۲) با تکیه بر پنج ویژگی حقیقت، کامل بودن، روزآمدی، اطلاعات مفید داشتن و فریبنده بودن به مقایسه اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده پرداختند و وجوه افتراق آن را برشمردند (جدول ۳).

مدل نفوذ اجتماعی اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده فیشر و همکاران (۲۰۰۵) به نمایش و تشریح کامل نفوذ اجتماعی انواع اطلاعات پرداخته است (تصویر ۳). در این

<sup>2</sup>. Authority, accuracy, objectivity, currency and coverage

<sup>1</sup>. Tarza & Buker





تصویر ۳- مدل نفوذ اجتماعی اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده (فیشر و همکاران، ۲۰۰۵)

اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده در گذر زمان هستند. مردم، دولت‌ها و تجار اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند و احتمالاً آن‌را به‌عنوان اطلاعات نادرست یا فریبده به رسمیت نمی‌شناسند. به‌طور طبیعی، هم‌زمان با انتشار اطلاعات، ممکن است نشانه‌هایی از قبیل عدم دقت یا فریب به اطلاعات اضافه یا از آن حذف شود. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سرعت انتقال اطلاعات در سراسر جهان را به طرز چشمگیری افزایش داده است. متغیرهایی همانند ربط و ارزش نیز بر سرعت انتشار اطلاعات تأثیر می‌گذارند. برای مثال در یک موقعیت حساس اطلاعات بسیار سریع‌تر از یک خبر معمولی منتشر می‌شود.

### ناشناخته‌ها<sup>۳</sup>

اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده توسط مردم، دولت‌ها و تجار منتشر می‌شوند. با این وجود، قصد بشر برای انتشار اطلاعات معمولاً مبهم، متغیر و ناشناخته است. شناخت قصد بسیار دشوار است در هر لحظه از زمان متغیر است. ممکن است مردم اشتیاقی به بیان مقاصد واقعی‌شان نداشته

مدل اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده، محصولات فرایندهای اجتماعی ترسیم، توزیع و قضاوت شده و در نهایت مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ادامه به‌منظور فهم بهتر مدل برخی ویژگی‌های آن بحث شده است.

### محیط<sup>۱</sup>

اطلاعات در خلاء شکل نمی‌گیرد. بافت و محیط تأثیر زیادی بر اطلاعات دارند. جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی ممکن است بر اعتبار اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده تأثیر بگذارد. اطلاعات می‌تواند به‌عنوان اطلاعات نادرست یا فریبده بسته به بافت‌های تاریخی اجتماعی و فرهنگی درک شود. در این مدل اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبده از نظر اجتماعی، فرهنگی و تاریخی واسطه هستند.

### نفوذ<sup>۲</sup>

شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای و شخصی با پیوندهای مثبت، منفی و نهفته که متغیر و متفاوت هستند، اهرمی برای نفوذ

<sup>۳</sup>. Unknowns

<sup>۱</sup>. Milieux  
<sup>۲</sup>. Diffusion

می‌شود. اصلاح اطلاعات نادرست می‌تواند فرصت‌هایی برای تعامل معنادار، آموزش و آگاهی عمومی و ارائه خدمات اطلاعات تجاری فراهم آورد. مردم می‌توانند از اطلاعات فریبنده برای مدیریت تأثیرگذاری خود بر دیگران استفاده نمایند. برای مثال، دولت‌ها می‌توانند از اطلاعات فریبنده برای اعمال قدرت بر توده مردم استفاده کنند. همچنین شرکت‌ها می‌توانند اطلاعات فریبنده را برای حفظ و ترمیم اعتبار خودشان یا آسیب زدن به اعتبار رقبایشان به کار گیرند. همچنین اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده اگر شناسایی شوند، می‌توانند از طریق گروه‌های اجتماعی که قصد فریفتن افراد را دارند منتشر یا دادوستد شوند و یا حتی به فروش رسند. این اطلاعات ممکن است پس از دریافت بلافاصله در یک موقعیت استفاده یا برای استفاده‌های بعدی تأیید و نگهداری شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

بررسی مفاهیم اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده نشان داد که تاکنون تعریف واحدی از مفهوم اطلاعات و مشتقات آن ارائه نشده است. در اکثر تعاریفی که از اطلاعات به دست آمد تأکید بر ارزش، تنوع گسترده و توانایی بالقوه اطلاعات در شکل‌گیری، میزان کیفیت و تغییر تصمیمات وجود دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش اطلاعات نادرست و فریبنده را می‌توان از اشکال منفی اطلاعات دانست. اطلاعات نادرست نوعی از اطلاعات اشتباه، ناقص، مبهم و نامطمئن است که به صورت غیرعمدی منتشر می‌شوند. بررسی‌های انجام شده همچنین نشان داد که اطلاعات فریبنده، اطلاعاتی اشتباه است که منبع اطلاعات از ماهیت اشتباه آن آگاه است و آن‌ها را از عمد و با هدف گمراهی گیرنده اطلاعات منتشر می‌کند. در مقایسه میان اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده مشخص شد که وجه تمایز آن‌ها در هدفشان است. به این معنی که چنانچه اطلاعاتی کذب، هدف گمراه‌کنندگی و فریب را به دنبال داشته باشند و انتشار آن‌ها با وجود اطلاع از اشتباه بودنشان برنامه‌ریزی شده باشد فریبنده هستند. اما در مورد اطلاعات نادرست می‌توان گفت که با وجود غلط بودنشان هیچگونه طراحی از قبل برای انتشار آن‌ها وجود ندارد.

مردم از به اشتراک گذاشتن اطلاعات لذت می‌برند و به‌طور طبیعی تمایل به این کار دارند و زمانی که اطلاعات درباره موضوع مورد علاقه آن‌ها باشد از توجه به صحت اطلاعات کاسته می‌شود. از سویی دیگر همان‌گونه که می‌دانیم در دنیای کنونی اطلاعات به سرعت تولید می‌شود، انتشار می‌یابد

باشند و یا نتوانند تمامی مقاصدشان را به یاد آورند و بیان کنند؛ اما حضور قصد در ارتباطات را نمی‌توان انکار کرد. انتشار اطلاعات فریبنده و نادرست ممکن است توسط مقاصد خیرخواهانه یا خصمانه برانگیخته شود؛ اما ماهیت و درجه قصد نمی‌تواند به تنهایی توسط رفتار یا گفتمان تعیین شود.

### فریب<sup>۱</sup>

پس از دریافت و انتشار ناشناخته‌ها در این مدل، معمولاً اطلاعات، اطلاعات نادرست و یا اطلاعات فریبنده تولید می‌شود. در تولید اطلاعات فریبنده، هدف فریب‌دهندگان تلاش برای فریب دادن است؛ اما آن‌ها فقط می‌توانند تلاش کنند، زیرا حتی زمانی که قصد فریب دادن وجود دارد، فریب، موفقیت‌دستیابی به اهداف را تضمین نمی‌کند. اهداف فریب دادن می‌تواند خصمانه (همانند نشان دادن این که یک همکار اختلاس کرده است) یا خیرخواهانه (مانند دروغ گفتن درباره یک مهمانی غافلگیرکننده برای یک دوست) باشد. چنین تنوعی از اهداف نشان می‌دهد چرا فریب این قدر پیچیده و چرا ماهیت قصد اغلب ناشناخته است (والچیک و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۰۸).

### قضاوت<sup>۳</sup>

صرف‌نظر از این که انتشاردهندگان اطلاعات در تلاش برای فریفتن هستند، دریافت‌کنندگان درباره باورپذیری خود از نشانه‌های فریب و اعتبار برای قضاوت استفاده می‌کنند. زیرا فریبکاران برای دست‌یابی به فریب از نشانه‌هایی برای اعتباربخشی استفاده می‌کنند. برای مثال، لوگو، فونت و آدرس‌های باورپذیر و معتبر را به کار می‌گیرند. بنابراین درحالی که نشانه‌های اعتبار توسط فریبکاران برای فریفتن استفاده می‌شود و ممکن است این نشانه‌ها سبب گمراه شدن دریافت‌کنندگان شود. میزان گمراهی دریافت‌کنندگان به میزان آگاهی آن‌ها از اطلاعات صحیح بستگی دارد. هرچه افراد مطلع‌تر باشند احتمال فریب خوردن آن‌ها کم‌تر می‌شود. این بخش از مدل نشان می‌دهد که فعالیت‌های مربوط به آموزش سواد اطلاعاتی بایستی به‌طور مداوم رخ دهد.

### استفاده<sup>۴</sup>

همان‌طور که دریافت‌کنندگان از مهارت‌های سواد اطلاعاتی خود برای تصمیم‌گیری در مورد اطلاعات، اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده استفاده می‌کنند، این اطلاعات توسط افراد، دولت‌ها و شرکت‌ها هم برای تصمیم‌گیری و اقدامات استفاده

<sup>۱</sup>. Deception

<sup>۲</sup>. Walczyk and et al.

<sup>۳</sup>. Judgement

<sup>۴</sup>. Use

۳. درک و تعریف آنچه که اطلاعات برای انجام آن در نظر گرفته شده است و

۴. درک نیازهای اطلاعاتی.

**مرحله ۲.** تجزیه و تحلیل اطلاعات مهم‌ترین مرحله این چارچوب است. تجزیه و تحلیل اطلاعات شامل یک طرح است که کلیه قابلیت‌های اطلاعات مثل منبع، معماری و محتوای اطلاعات را مشخص می‌سازد. این طرح باید به‌عنوان زمینه‌ای عمل کند که در آن اطلاعات برای استفاده و تصمیم‌گیری تعیین شوند. مرحله تجزیه و تحلیل فراتر از درک اطلاعات است و در نهایت ارزش اطلاعاتی مورد نیاز برای تصمیم‌گیری صحیح را تعیین می‌کند. این مرحله دقت، کامل بودن و ربط اطلاعات را تعیین کرده و باید کنترل‌کننده‌های داخلی و خارجی را شناسایی کند تا از قابل اطمینان بودن اطلاعات محرز گردد. مرحله تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌طور خاص با موارد زیر در ارتباط است:

۱. شناسایی کنترل‌کننده‌های داخلی و خارجی که قابلیت اعتماد اطلاعات را تضمین می‌کنند؛

۲. بررسی و تأیید اعتبار اطلاعات؛

۳. تأیید اطلاعات تضمین شده و مشروعیت آن؛

۴. طرحی که کل کارکرد اطلاعات را مشخص می‌سازد؛

۵. شناسایی دامنه اطلاعات؛

۶. جدا سازی حقایق و عقاید از یکدیگر؛

۷. تأیید حامیان اطلاعات؛

۸. بررسی تناقضات اطلاعات و

۹. تأیید اعتبارنامه و وابستگی نویسنده

**مرحله ۳.** پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات، نوبت به سازمان‌دهی آن می‌رسد. این مرحله باید با اطلاعات سفارشی برای یک محیط خاص ارتباط برقرار کند. اطلاعات باید سازمان‌دهی شود تا بتوان به راحتی آن را یافت و درک کرد. اطلاعات باید به‌طور واضح و منطقی در قالبی سازمان‌یافته ارائه شوند، که برای مخاطبان مورد نظر مفید باشد. اطلاعات باید به وضوح و مناسب برچسب‌گذاری شوند. مرحله سازمان‌دهی اطلاعات به‌طور خاص با موارد زیر در ارتباط است:

۱. سفارشی‌سازی برای یک محیط خاص

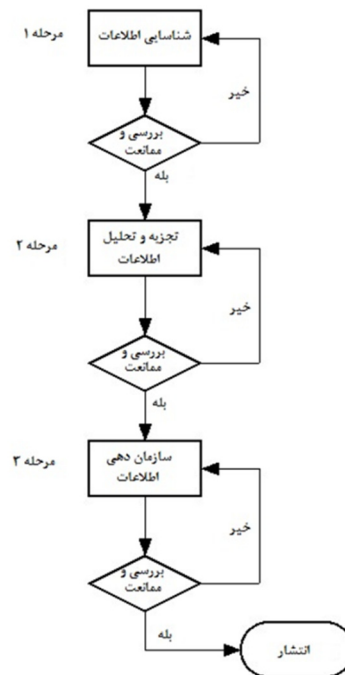
۲. به راحتی یافتن و درک اطلاعات؛

۳. برچسب‌گذاری مناسب و واضح؛

۲. قالب بندی روشن و منطقی؛

۳. گنجاندن یک نقشه اطلاعاتی؛

۴. شناسایی عناصر هدایت‌کننده؛



تصویر ۴- چارچوب جلوگیری از اطلاعات نادرست

و مورد استفاده قرار می‌گیرد. این افزایش سرعت، علاوه بر مزایایی که دارد کیفیت اطلاعات را کاهش داده و باعث به وجود آمدن هرچه بیشتر اطلاعات نادرست و فریبنده شده است. در چنین شرایطی لزوم وجود راهبردها، معیارها و مهارت‌های اطلاعاتی جدید برای مقابله با مشکلات اطلاعات دیجیتال ضروری به‌نظر می‌رسد. چارچوب سه مرحله‌ای کوهنگ و وایس (۲۰۰۳) یکی از این راهبردهاست که مراحل شناسایی اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات و سازمان‌دهی اطلاعات در تأیید و تعیین میزان اطلاعات قابل انتشار و اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم‌گیری را نشان می‌دهد (تصویر ۴).

**مرحله ۱.** مرحله نخست با شناسایی اطلاعات ضروری سروکار دارد. اطلاعات باید تعریف و توصیف و ماهیت آن شناسایی و تأیید شود. این مرحله باید اطلاعاتی انتخاب شده را آشکار سازد. یکی از وظایف مهم در این مرحله ارزیابی اطلاعات است. شیوه‌های متنوعی همانند مشاهده مستقیم، مصاحبه‌ها و نظرسنجی‌ها برای تعیین نیازهای اطلاعاتی استفاده می‌شود. درحالی‌که نیازهای اطلاعاتی از طریق این شیوه‌ها ارزیابی می‌شود، باید به مسأله میزان ربط اطلاعات بازیابی شده با نیازهای اطلاعاتی توجه شود. مرحله شناسایی اطلاعات به‌طور خاص با این موارد در ارتباط است:

۱. تعریف و توصیف اطلاعات؛

۲.

شناسایی ماهیت اطلاعات؛

جزء لاینفک فعالیت‌های کتابداران در نظر گرفته شود. همچنین پیشنهاد می‌شود روابط میان متغیرهای تأثیرگذار بر انتشار اطلاعات نادرست و فریبنده در مطالعات پیمایشی بررسی و نقش تعدیل‌کنندگی مهارت‌های سواد اطلاعاتی بر آن‌ها سنجیده شود.

## References

- Akbari, A.; Rigi, T.; Fattahi R. (In press). From information seeking behavior to knowledge seeking behavior: Analysis of conceptual and theoretical evolution. *Journal of Information Processing and Management*. (In Persian)
- Bednar, P.; Welch, C. (2008). Bias, misinformation and the paradox of neutrality. *Informing Science*, 11: 85-106.
- Bhatt, G. (2001). Knowledge management in organization. *Journal of Knowledge Management*, 5(1): 68-75.
- Bigdeli, Z. et al. (2015). *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs, and behavior*. Ahvaz: Shahid Cahmran University.
- Brock, F.J.; Dhillon, G.S. (2001). Managerial information: The basics. *Journal of International Information Management*, 10(2): 45-59.
- Budak, C.; Agrawal, D.; Abbadi, A. E. (2011). Limiting the spread of misinformation in social networks. 11 Proceedings of the 20th international conference on World wide web, 665-674.
- Capurro, R. (2000). Foundations of Information Science: Review and Perspectives. Available at: <http://www.capurro.de/tampere91.htm>
- Czuperski, M.; Herbst, J.; Higgins, E.; Polyakova, A.; Wilson, D. (2015). Hiding In Plain Sight: Putin's Secret War In Ukraine. Available at: [https://www.files.ethz.ch/isn/191186/Hiding-in-Plain\\_Sight\\_0529.pdf](https://www.files.ethz.ch/isn/191186/Hiding-in-Plain_Sight_0529.pdf).
- Davenport, T. H.; Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston: Harvard Business School Press.
- De George, R. T. (2003). *The ethics of information technology and business*. Oxford: Blackwell.
- Fallis, D. (2009). A conceptual analysis of disinformation. *Paper presented at the iConference 2009*.
- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The use of false information. *Minds and Machines*, 14: 231-40.
- Feyerabend, P. K. (1980). *How to be a good empiricist - A plea for tolerance in matters epistemological*. In H. Morick (Ed.), *Challenges to empiricism*. London: Methuen. 164 - 193.
- Fisher, K. E.; Erdelez, S.; McKechnie, L.E.F. (2005). *Theories of information behavior*. Medford, NJ: Information Today, Inc.
- Fitzgerald, M. A. (1997). Misinformation on the internet: Applying evaluation skills to online infor-

۵. تعیین نقاط کلیدی و  
۶. تعیین و گنجانیدن وضوح بصری.

در هر مرحله دستورالعمل‌های مفیدی به شخص مسئول اطلاعات داده می‌شود تا اطمینان حاصل شود که اطلاعات بدون خطا منتشر می‌شود. تعیین میزان اطلاعات قابل انتشار، یک وظیفه حیاتی است. تنها اطلاعاتی که برای تصمیم‌گیری لازم است را باید منتشر کرد. قبل از انتشار اطلاعات، طراح اطلاعات باید از افراد تعیین شده در تخصص‌های بین رشته‌ای و میان کارکردی در داخل سازمان برای تعیین و تأیید اطمینان از درست انجام شدن هر سه مرحله کمک گرفت.

تمام این‌ها در حالی است که تعداد قابل توجهی از پژوهش‌های انجام شده در زمینه به حداکثر رسیدن نفوذ اطلاعات، کم‌تر به موضوع محدود کردن نفوذ اطلاعات نادرست و فریبنده توجه کرده‌اند. یک راهبرد برای مقابله با گسترش اطلاعات نادرست و فریبنده، محدود کردن تعداد کاربرانی است که مایل به پذیرش و انتشار آن‌ها هستند (بوداک و همکاران؛ ۲۰۱۱). از زمان ابداع سواد اطلاعاتی توسط زورکوسکی آدر ۱۹۷۴، سواد اطلاعاتی به یکی از خدمات اصلی کتابخانه‌ها تبدیل شده است. راهنماهای متعدد و مدل‌هایی برای فرایند جستجوی اطلاعات (کولثائو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵) و خدمات در مدارس، دانشکده‌ها و بازار کار ارائه شده است. سواد اطلاعاتی در ذات خود، به توانایی «شناسایی، مکان‌یابی، ارزشیابی و استفاده مؤثر از اطلاعات» اشاره می‌کند (گارنر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶). کاربران باید اطلاعات نادرست و اطلاعات فریبنده را در هنگام جستجوی اطلاعات از طریق وب مورد توجه قرار دهند. چرا که با شیوع منابع وب در پژوهش و آموزش، مهارت‌های سنتی ارزیابی اطلاعات دیگر در پاسخ به این بحران اعتبار مؤثر نیستند. نیاز به مهارت‌های اطلاعاتی جدید در چنین شرایطی برای مقابله با مشکلات اطلاعات دیجیتال وجود دارد. راهبردهای مختلف باید توسط افراد درگیر در طراحی، ارائه و ارزیابی منابع وب از یک طرف و کاربران از سوی دیگر به کار گرفته شود. آموزش تفکر انتقادی و مهارت‌های سواد اطلاعاتی به کاربران می‌تواند دو مورد قابل توجه و راهگشا هستند. در این راستا، سواد اینترنتی یک راهبرد مهم در مبارزه با اطلاعات نادرست و فریبنده است (کشاوریز، ۲۰۱۴). بر اساس آنچه گفته شد پیشنهاد می‌شود که آموزش مهارت‌های سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی به عنوان

<sup>1</sup>. Budak et al.

<sup>2</sup>. Zurkowski

<sup>3</sup>. Kuhlthau

<sup>4</sup>. Garner

- 234.
- Kumar, K.P.K.; Geethakumari, G. (2014). Detecting misinformation in online social networks using cognitive psychology. *Hum. Cent. Comput. Inf. Sci*, 4(14): 45-56.
- Kumar, K.P.K.; Geethakumari, G. (2013). Information diffusion model for spread of misinformation in online social networks. In: Proceedings of the IEEE International Conference Advances in Computing, Communications and Informatics, 1172-1177.
- Lewandowsky, S.U.; Ecker, K.H.; Seifert, C.M.; Schwarz, N.; Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction. *Psychological Sciences in the Public Interest*, 13(3): 106-131.
- Lewis, A.; Lord, A.S.; Czeisler, B.M.; Caplan, A. (2016). Public education and misinformation on brain death in mainstream media. *Clinical Transplantation*, 9(30): 1082-1089.
- Losee, R. (1997). A Discipline Independent Definition of Information. *Journal of the American Society for Information Science*, 3(48): 254-269.
- McCarthy, T. (1992). Philosophy and social practice: Avoiding the ethnocentric predicament. In: Mumford, R. Hirschheim, G. Fitzgerald, & T. Wood-Harper (Eds.). *Research Methods in Information Systems (IFIP 8.2 Proceedings)*. Amsterdam: North-Holland, 13-36.
- Nimmo, B. (2016). Identifying disinformation: An ABC approach. Institute for European Studies. Policy Brief. Available at: <http://www.ies.be/node/3612>
- Qiu, L.; Rui, H.; Whinston, A. (2013). Information Exchange in Prediction Markets: Do Social Networks Promote Forecast Efficiency? In System Sciences (HICSS), 46th Hawaii International Conference on System Sciences, 3982-3991.
- Rismanbaf, A.; Fattahi, R. (2017). Recognition from knowledge science: Theories in Knowledge and Information Science. Tehran: Nashr-e-Ketebdar. (In Persian).
- Saariluoma, P.; Maksimainen, J. (2012). Intentional Disinformation and Freedom of Expression. *International Review of Social Sciences and Humanities*, 2(3): 9-20.
- Stahl, B. (2006). On the difference or equality of information, misinformation, and disinformation: A critical research perspective. *Informing Science Journal*, 9: 83-96.
- Stair, R.; Reynolds, G. (2017). *Principles of information systems*. Course Technology: Cambridge.
- Tabatabai, M. H. (1990). *The Principles of Philosophy and the Method of Realism*. Vol. 1. Qom: Sadra Publishing. (In Persian).
- Tudjman, M.; Mikelic, N. (2003). Information Science: Science about Information, misinformation and Disinformation. *Informing Science*, 4: 1513-1527.
- Ulrich, W. (2001). A philosophical staircase for information. *Emerg Libr*, 24(3): 9-14.
- Floridi, L. (1996). Brave.net.world: The internet as a disinformation superhighway? *Electronic Library*, 14: 509-14.
- Floridi, L. (2005). Semantic conceptions of information. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Available at: <http://plato.stanford.edu/entries/information-semantic/>.
- Floridi, L. (2011). *The philosophy of information*. Oxford: Oxford University Press.
- Fox, C.J. (1983). *Information and misinformation: An investigation of the notions of information, misinformation, informing, and misinforming*. Westport, CT: Greenwood.
- Garner, S.D. (2006). High-level colloquium on information literacy and lifelong learning. Available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001448/144820e.pdf>.
- Heidari, G.R. (In press). Information combinations theory: depth and range (theory and practical dimensions) of Information in Information combinations. *Journal of Studies in Library and Information Science*. (In Persian).
- Hirschheim, R. A. (1985). Information systems epistemology: An historical perspective. In E. Huang, Y.; Starbird, K.; Orand, M.; Stanek, S. A.; Pedersen, H. T. (2015). Connected through crisis: Emotional proximity and the spread of misinformation online. In CSCW 2015 - Proceedings of the 2015 ACM International Conference on Computer-Supported Cooperative Work and Social Computing. 969-980.
- Introna, L. (1997). *Management, information and power: A narrative of the involved manager*. London: MacMillan.
- Karlova, N. A.; Fisher, K. E. (2012). "Plz RT": A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo), 1-17.
- Karlova, N.A.; Lee, J.H. (2011). *Notes from the underground city of disinformation: A conceptual investigation*. Paper presented at the ASIST.
- Keshavarz, Hamid. (2014). How Credible is Information on the Web: Reflections on Misinformation and Disinformation. *Infopreneurship Journal*, 1(2): 1-17.
- Kimmel, A.J. (2009). Deception in marketing research and practice: an introduction. *Psychology & Marketing*, 18(7): 657-61.
- Koohang, A.; Weiss, E. (2003). Misinformation: Toward Creating a Prevention Framework. *Proceedings of Informing Science & Information Technology Education*, 109-115.
- Kuhlthau, C.C. (2005). Kuhlthau's information search process. In K. E. Fisher, S. Erdelez & L. E. F. McKechnie (Eds.), *Theories of Information Behavior* Medford, N.J. *Information Today, Inc*, 230-

- Encyclopedia. New York/London: Garland Publishing, Inc.
- Zhou, L.; Burgoon, J.; Nunamaker, J.; Twitchell, D. (2004). Automated linguistics based cues for detecting deception in text-based asynchronous computermediated communication: An empirical investigation. *Group Decision Negotiation*, 13(1): 81-106.
- Zurkowski, P. G. (1974). The information service environment relationships and priorities. Available at: <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED100391.pdf>.
- formation systems definition, design, and development. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 3(3): 55 - 84.
- Walczyk, J.; Runco, M.; Tripp, S.; Smith, C. (2008). The creativity of lying: Divergent thinking and ideational correlates of the resolution of social dilemmas. *Creativity Research Journal*, 20(3): 328-342.
- Walsh, John. (2010). Librarians and controlling disinformation: Is multi-literacy instruction the answer? *Library Review*, 59(7): 498-511.
- Walsham, G. (2001). *Making a world of difference - IT in a global context*. Chichester: Wiley.
- Watson, B. W. (1990). United States Intelligence: An

Archive of SID

## Conceptual Relationships and Diffusion Model of Information, Misinformation and Disinformation

**Ehsan Geraei:** Assistant Professor of Knowledge and Information Studies, Lorestan University, Khorramabad, Iran (Corresponding author). geraei.e@lu.ac.ir

**Leila Fathi:** MA of Knowledge and Information Studies, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

### *Abstract*

**Background and Aim:** Proper management of the information process requires considering various definitions and combinations of the term "information". The purpose of this study was to clarify the concepts of information, misinformation and disinformation, and to better understand the ways of sharing, differentiation and relationships between them, and to explain the patterns and motivations for disseminating false and deceptive information.

**Methods:** The present study uses a library research method to study theoretical foundations and conceptual relationships of different types of information and their dissemination models.

**Results:** Good and valuable information with features such as accessible, accurate, complete, economical, flexible, relevant, reliable, secure, simple, timely and verifiable. Misinformation is synonymous with incorrect, false, incomplete information that is published unintentionally. While disinformation has two main characteristics of false information and misleading intent.

**Conclusion:** Better understanding of the concepts of information, misinformation and disinformation, and understanding their different dimensions will be the basis for more accurate research in this field and more comprehensive analyzes. Providing critical thinking training and information assessment skills in the form of information literacy, literacy and the like can prevent the publication, retrieval and use of inaccurate and deceptive information by users.

**Keywords:** Combinations of Information, Information, Misinformation, Disinformation