

فصل اول

اطلاعات

در این فصل انتظار می‌رود دانشجو به این اهداف برسد:

- تاریخچه و سابقه اطلاعات
 - مدیریت اطلاعات
 - داده، اطلاعات و دانش
 - اهداف مدیریت اطلاعات
 - ارزش اطلاعات و انواع اطلاع مورد نیاز در روابط عمومی
 - ویژگی‌های اطلاعات و مراکز آماده‌سازی اطلاعات
 - طبقه‌بندی اطلاعات و معرفی انواع و کاربرد آن
-

□ مقدمه

تلاش برای پاسخ به این سوال که «اطلاعات چیست» ذهن دانشمندان را، حتی قبل از اینکه اصطلاح علم اطلاع‌رسانی^۱ در سال ۱۹۵۵ ساخته شود، به خود مشغول داشته است و در این باره تعاریف متعددی ارائه گردیده است، ولی واژه اطلاعات بعد از اختراع چاپ در قرن پانزدهم متداول شد. اطلاعات مهم‌ترین و تداوم‌یابنده‌ترین منبع مورد استفاده در تمامی علوم و فنون در عرصه‌های گوناگون زندگی است. در جنگ‌های روانی، اتکای اصلی بر اطلاعات است. در سازمان‌ها برای اجرای کار از زمان طرح‌ریزی، اجراء، ارزیابی و دریافت بازخوردها به اطلاعات درست وابسته است، یعنی شرط لازم برای یک تصمیم‌گیری، اطلاعات صحیح و مناسب می‌باشد، که باید گردآوری و استفاده بهینه از آن صورت پذیرد. بنابراین بررسی اینکه اطلاعات چگونه خلق، طبقه‌بندی، مورد پردازش و همچنین توسط کدام سازمان‌ها یا نهادها مورد استفاده قرار می‌گیرد، یکی از موضوعاتی است در این عصر به آن پرداخته می‌شود.

□ تاریخچه و سابقه اطلاعات

مسئله اطلاعات و حفاظت از آن پدیده‌ای نیست که در دنیای امروز مطرح شده باشد، بلکه تولید اطلاعات به پانصد سال قبل از میلاد مسیح بر می‌گردد، و این موضوعات هم‌زاد بشر بوده و در مراحل مختلف تاریخ، کاربرد و بهره‌دهی داشته است. بشر اولیه برای حفظ خود از بلایای طبیعی و حمله درندگان اقدام به ساختن پناهگاه از امکانات موجود می‌نمود و یا برای ادامه حیات از نحوه انجام کشاورزی، شکار، دامپروری اطلاعاتی را که مورد نیاز بود کسب می‌نمود با پیشرفت علم و دانش و جمع‌آوری اطلاعات لازم و استفاده از تجربیات گذشتگان بشر به کشف آتش، آهن، مفرق



و غیره موفق شد با کشف این وسایل تحول عظیمی در زندگی او به وجود آمد، به طوری که موجب ایجاد روستاها، شهرها و کشورها گردید. ولی اطلاعات استراتژیک از قرن شانزدهم به بعد رواج یافته و آن به این شکل بود که پس از انقلاب صنعتی در دنیا کشورهای استعمارگر برای چرخاندن چرخ کارخانه‌های صنعتی خود نیاز به مواد خام داشتند و چون این مواد خام در داخل کشورهایشان وجود نداشت مجبور بودند تا کشورهای عقب مانده آفریقایی و آسیایی را غارت کنند. برای غارت این کشورها لازم بود اطلاعات و اخبار لازم را جمع‌آوری نموده و سپس اقدام به غارت نمایند به همین سبب اطلاعات مورد نظر در آن زمان بیشتر مورد بهره‌برداری بانکداران و صاحبان صنایع، سیاحان، بازرگانان استفاده می‌گردید. جنگ‌های موجود پس از قرن شانزدهم که مهمترین آنها جنگ جهانی اول و دوم بود اهمیت اطلاعات نظامی و استراتژیک را چند برابر کرد.^۱

«سان تزو» یکی از متفکران نظامی چین در خصوص اهمیت کسب اطلاعات و شناخت آن در کتاب خود تحت عنوان «هنر جنگ» این عبارت را آورده است: «اگر از نیروی دشمن و نیروی خودی اطلاعات کافی داشته باشی، صدها جنگ هم نباید تو را بترساند. اگر خودت را بشناسی، اما دشمن را نشناسی، در مقابل هر پیروزی یک شکست را متحمل خواهی شد. اما اگر نه خود و نه دشمن را بشناسی، یک احمق بیش نیستی و در هر جنگ شکست خواهی خورد».^۲ پس اهمیت اطلاعات و نقش آن در ایفای انجام وظیفه بر هیچ کسی پوشیده نیست و رفته رفته اطلاعات سمت و سوی خاصی گرفت تا آنجا که حدود نیمی از کارکنان در کشورهای پیشرفته، فعالیت‌های اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی انجام می‌دهند.

❖ داده^۳

واژه داده و اطلاعات غالباً در متون مختلف به صورت مترادف و به جای یکدیگر به کار می‌روند، اما در حقیقت بین این دو تفاوت وجود دارد. واژه «Data» به معنی «داده‌ها» از فعل لاتین «do» و «dare» به معنی «دادن»، مناسب‌ترین واژه‌ای است که به واقعیت‌های شکل نیافته و بدون ساختار

۱. بهمن ترکمانه، تاریخچه و سابقه اطلاعات و اهمیت آن. حمایت: ۲۴ آبان ۱۳۸۶، ص ۶

۲. سیدضیال‌الدین قاضی‌زاده فرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات و مبانی سیستم‌های اطلاعاتی، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه امام حسین، ۱۳۸۷، ص ۲۵۶



فراوان تولید شده از طریق رایانه یا در نتیجه داد و ستدهای سازمانی به وجود آمده می‌توان اطلاق کرد.^۱ داده لفظی است کلی که بر یک یا چند واقعیت، اعداد، حروف و علائم یا حقایق دلالت می‌کند و یا آنها را توصیف می‌نماید. داده یا «اطلاعات خام» عناصر اصلی اطلاعات هستند و می‌توان آنها را با وسایل دستی یا ماشینی (کامپیوتر) به وجود آورد یا پرورش داد. به عبارت دیگر «داده» ماده خام جهت تولید اطلاعات است. تهیه «داده» راحت بوده و گردآوری آن مشکل چندانی ندارد؛ چرا که روزانه هزاران هزار واحد از آن ایجاد و تولید می‌شود. یعنی هر حادثه و اتفاقی که در داخل یا خارج یک سازمان به وقوع می‌پیوندد، یک داده است. داده را به طور نامحدودی می‌توان تولید، ذخیره و بازیابی کرده و یا اینکه به روز درآورد و دوباره بایگانی نمود.

مثلاً داده‌ها ممکن است تعداد ساعات کارکرد کارکنان سازمان باشد که برای کاربر نسبتاً بی‌معنا هستند. وقتی تعداد ساعات کارکرد کارکنان در نرخ دستمزد ساعات کار او ضرب شود، نتیجه آن دریافتی ناخالصی وی می‌باشد. وقتی ارقام دریافتی ناخالصی کارکنان جمع شود، حاصل مبلغ کل حقوق و مزایای پرداختی در سازمان می‌شود. این مبلغ برای صاحب شرکت اطلاعات می‌باشد. پس اطلاعات داده‌های پردازش شده یا داده‌های معنی‌دار می‌باشند.

❖ اطلاعات^۲

اطلاعات از نظر لغوی جمع اطلاع، مصدر باب افتعال به معنی آگاهی یافتن، واقف شدن بر کاری و آگاه گردیدن به کار می‌رود. اصل این کلمه از ریشه لاتین forma-formation به معنای شکل دادن چیزی یا ساختن الگویی گرفته شده است. ولی اصطلاحاً دارای تعاریفی متفاوتی می‌باشد و متخصصان حوزه‌های مختلف موضوعی بیشتر کوشیده‌اند آن را تا آنجا که به حوزه تخصصی آنان مربوط می‌شود، تعیین کنند. به عنوان مثال از دیدگاه فیزیک و زیست‌شناسی، اطلاعات ویژگی اصلی عالم معرفی می‌شود، در روانشناسی به منزله متغیری است که با برداشت حسی، ادراک یا دیگر فرایندهای روانشناختی سرو کار دارد. و در حوزه اطلاع‌رسانی و ارتباطات به طور گسترده‌ای با پیام‌ها ارتباط می‌یابد.^۳ بی‌تردید پژوهش‌های فراوانی درباره‌ی مفهوم اطلاعات صورت گرفته، اما

۱. غلی رضاییان، سیستم اطلاعات مدیریت (مدل‌سازی اطلاعات)، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۰، ص ۴۴

2. Information

۳. عباس حری «اطلاعات» در دایره المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی، (ج ۱)، تهران: سازمان اسناد و کتابخانه ملی

جمهوری اسلامی ایران، ص ۲۳۱



تعریفی جامع و مانع که مورد قبول متخصصان رشته‌های مختلف علوم باشد، ارائه نشده است. در زیر به نمونه‌های از تعاریف که توسط افراد مختلف صورت گرفته اشاره خواهد رفت، ولی آنچه مسلم است، اطلاع نوعی ارتباط است که مطلبی در مورد یک واقعیت، یک رویداد و یک پیشرفت جدید و بدیع ارائه می‌شود. بنابراین شرط اصلی اطلاع این است که ارتباط برقرار گردد. مطابق تعریف **واژه‌نامه (ALA) اطلاعات** عبارت است از: تمامی ایده‌ها، واقعیت‌ها و کارهای خلاقانه ذهن که به صورت رسمی و غیررسمی و به هر حالتی ثبت، منتشر و یا توزیع گردیده است، که ممکن است به صورت مستند و غیرمستند باشد و بر اساس استاندارد مارک، اطلاعات مستند به یکی از شکل‌های زیر است:

- **کتاب‌ها** : موارد متنی که به صورت تک نگاشت می‌باشند؛
 - **پیایندها** : موارد متنی که به صورت منظم تکرار می‌شوند، مانند نشریات ادواری؛
 - **نقشه‌ها** : موارد جغرافیایی شبیه نقشه‌های سطح یا کره‌ها ؛
 - **فایل‌های رایانه‌ای** : که در رایانه‌ها و نرم افزارهای مختلف استفاده می‌شود.
 - **موارد دیداری و شنیداری** : شامل موارد اطلاعات صوتی، نوارهای کاست و ویدئو، تصاویر و غیره؛
 - **حالات ترکیبی** : که به صورت ترکیبی از موارد فوق می‌باشند^۱
- مدخل «اطلاعات» در اصطلاح **نامه کتابداری** این گونه تعریف شده است:
- اطلاعات واژه هسته کتابداری است و معنای بسیاری دارد. برخی بر نقش اطلاعات در تصمیم‌گیری تمرکز دارد. برای مثال اطلاعات به تصمیم‌گیری کمک می‌کند و شک و تردید را کاهش می‌دهد. برخی اشاره کرده‌اند که اطلاعات در محتوای کتاب‌ها یا رسانه‌های دیگر است. برخی، اطلاعات را وابسته به تغییراتی می‌دانند که در تصویر ذهنی و درونی گیرنده تاثیر می‌گذارد. این تعاریف به منابع اطلاعات یا مجموعه‌ای نمادها که بار معنایی دارند یا دریافت‌کنندگان اطلاعات نیز اشاره داشته‌اند. اطلاعات را گاه چیزی دارای «**موجودیت**» (اطلاعات ذخیره شده در کتاب‌ها و رسانه‌های دیگر) و گاه «**فرایند**» (فرآیندی که در کتاب‌ها و رسانه‌ها ذخیره شده یا فرایندی که فردی خودش را مطلع می‌کند) دانسته‌اند. از بررسی و مقایسه تعاریف فوق الذکر، می‌توان نتیجه گرفت، که وجه مشترک و مهم تعاریف اطلاعات به قرار زیر است:

۱. محمد فتحیان و حاتم مهدوی نور. مبانی و مدیریت فناوری اطلاعات، تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران، ۱۳۸۵.



- به همه عرصه‌های فعالیت‌های انسانی وابسته است و دارای اهمیت زیادی است.
- یک پدیده اصلی مثل انرژی است و شکل‌های متنوعی دارد.
- با فرآیند انتقال یا تبادل اطلاعات نشان داده می‌شود.
- به هنگام انتخاب به آن نیاز داریم.
- در دنیای بیرون قابل رویت است و واقعی و حقیقی است.
- باعث کاهش شک و تردید در وضعیت علمی است.
- انتقال پیام خاصی میان فرستنده و گیرنده خاص است
- با ورود به هر نظامی آن را تغییر می‌دهد.

❖ دانش^۱

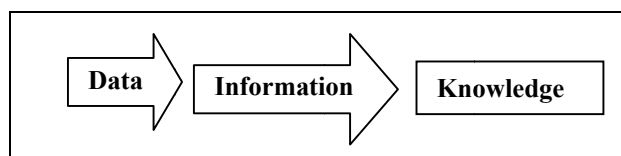
دانش نه داده است، نه اطلاعات؛ هر چند که به هر دو مربوط است و تفاوت آنها لزوماً ماهوی نیست، بلکه صرفاً از نظر مراتب با هم متفاوت‌اند. دانش ترکیبی سازمان یافته از داده‌ها است که با مجموعه‌ای از قواعد، رویه‌ها و عملیات آموخته شده از طریق تجربه و تمرین درون‌سازی شده است. بنابراین، دانش را درک، آگاهی یا شناختی که در طول زمان از طریق مطالعه، تحقیق، مشاهده و تجربه به دست می‌آید تعریف کرده‌اند. دانش تلفیق تفکر با اطلاعات است؛ و در واقع تفسیری فردی از اطلاعات بر پایه تجربیات، مهارت‌ها و توانمندی‌ها شخص است (۲۰۰۱، بولینگر). به عبارت دیگر دانش معمولاً به صورت تجربی جمع‌آوری شده و دارای عوامل انعکاسی بوده بنابراین با اطلاعات متفاوت است. داشتن دانش دلالت بر استفاده آن جهت حل مسئله می‌باشد، در حالی که داشتن اطلاعات چنین اتصالی را تعریف نمی‌کند. با داشتن دانش لازم و کافی انسان قادر به عملی نمودن بخش‌های غیرانفکاک در مسائل واقعی است. انسان‌ها با داشتن اطلاعات یکسان ممکن است به نتایج گوناگون برسند. تفاوت در توانایی انسان‌ها ممکن است به دلیل تجارت‌های متفاوت، حرفه‌های مختلف، آموزش‌های متفاوت، چشم‌اندازهای متفاوت و غیره باشد. در حالی که داده‌ها، اطلاعات و دانش هر سه سرمایه‌های سازمانی محسوب می‌گردند، نقش دانش بسیار فراتر و ارزشمندتر از نقش داده‌ها یا اطلاعات است. بدیهی است که اطلاعات در طی زمان جمع‌آوری و



سازماندهی گردیده و سپس از بین می‌رود. در حالی که دانش همواره در سازمان باقی می‌ماند. دانش ذاتاً دارای پویایی و تکامل است.^۱

در حقیقت دانش است که موجب اتخاذ تصمیم می‌شود نه داده یا اطلاعات. به عبارت دیگر دانش عبارت است از اطلاعاتی که به عنوان ورودی جریان‌های تصمیم‌گیری در مراکز اتخاذ تصمیم، در یک سازمان مورد استفاده واقع می‌شود. دانش، ظرفیت استفاده و به کارگیری از اطلاعات است. تحویلات و تجربه‌ای که مدیر دارا می‌باشد او را قادر می‌سازد تا از اطلاعاتی که بدست می‌آورد، بهره‌گیری مؤثر نماید. به عبارت دیگر دانش، بینشی است که مدیران با بهره‌گیری از اطلاعات نسبت به موضوعات پیدا می‌کنند و به کمک آن می‌توانند درباره موضوع تصمیم بگیرند.^۲ مک‌درمات^۳ معتقد است دانش دارای ویژگی‌های شش‌گانه‌ای است که آن را از اطلاعات متمایز می‌کند (در: ۲۰۰۱، لانگ). این ویژگی‌ها عبارتند از:

- دانش حاصل فعالیت بشر است.
 - دانش حاصل تفکر است.
 - دانش غیر منتظره است.
 - دانش حاصل خرد جمعی است.
 - دانش به شیوه‌های مختلف میان افراد جامعه جریان می‌یابد.
 - دانش جدید ریشه در قلمرو دانش کهن دارد.
- مفهوم دانش حاصل فعالیت بشر و مبین این واقعیت است که دانش در سیطره افرادی است که در پی دانستن هستند.



تصویر شماره ۱- فرایند داده تا دانش

۱. ایفریم تورین، فناوری اطلاعات برای مدیریت کسب و کار در اقتصاد دیجیتالی، تهران: دانشگاه صنعتی

امیرکبیر، ۱۳۸۶، صص ۵۳۱-۵۳۲

۲. احمد عطارنیا و محمدرضا فلاح، فناوری اطلاعات و ارتباطات (با رویکرد جامع به سیستم‌های اطلاعاتی)، تهران:

مبنای خرد، ۱۳۸۷، صص ۲۳-۲۴

3. McDermott .r



❖ ارزش اطلاعات

اطلاعات به خودی خود دارای ارزش نیست و این ارزش برای همگان به یک صورت یکسان نیست و هر کسی با توجه به فراخور نیاز خود که در یک زمان خاص است به آن نیاز پیدا می‌کند، که سبب می‌شود که اطلاعات دارای ارزش شود. به عبارت دیگر اطلاعات زمانی ارزش پیدا می‌کند که برای یک موضوع خاص، یک فرد خاص، یک هدف خاص و در زمان خاص گردآوری و آماده شود. بنابراین، اطلاعاتی که برای مدیری جنبه اطلاعات دارد، برای مدیر دیگر ممکن است هیچ گونه ارزشی نداشته باشد؛ زیرا که در اصل، اطلاعات توسط مراکز اتخاذ تصمیم در یک سازمان به منظور تصمیم‌گیری در امور برنامه‌ریزی، کنترل، هدایت و اداره کلیه امور سازمان مورد استفاده مدیران و تصمیم‌گیرندگان قرار می‌گیرد. با توجه به فرایند تصمیم‌گیری و تأثیر اطلاعات می‌توان این نتیجه را گرفت که «اطلاعات» نقش تعیین‌کننده و مؤثری در تصمیم‌گیری دارد. این موضوع را به این ترتیب می‌توان مطرح کرد که ارزش اطلاعات به موارد زیر بستگی دارد:

- ۱- توسط «چه کسی» مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
- ۲- در «چه زمانی» مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
- ۳- در «چه موقعیتی» مورد استفاده قرار می‌گیرد؟

با این مفهوم، اطلاعات نیز مانند هر کالای دیگری در اقتصاد، برای افراد مختلف، در زمان‌ها و موقعیت‌های متفاوت با توجه به ویژگی‌های که دارد، ارزش خاصی خواهد داشت. لذا بدین لحاظ «سن»^۱ معتقد است که ارزش اطلاعات در هر پیام، منسوب به ارزشی است که آن بر کل اطلاعات یا دانش فرد می‌افزاید.^۲ به عنوان مثال اطلاعات مربوط به یک کشور برای دو شخص مختلف، متفاوت می‌باشد. دانستن اطلاعات یک کشور برای یک توریست و یک جاسوس نظامی متفاوت و هر یک دارای ارزش خاص خود هستند. هر یک از این دو تصمیم‌گیرنده، از اطلاعات مزبور در زمان و مکان خاصی بهره‌برداری خواهند نمود.

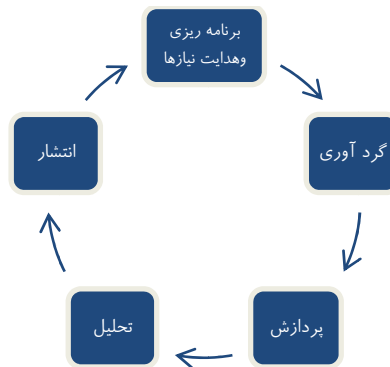
1. Senn j.e

۲. سیدضیاءالدین قاضی‌زاده فرد، فناوری اطلاعات و ارتباطات و مبانی سیستم‌های اطلاعاتی (ج ۱)، تهران: دانشگاه امام

حسین(ع)، موسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۸۷، ص ۸۶



به عبارتی دیگر در چرخه اطلاعاتی، زمانی که اطلاعات دارای ارزش است می‌توان چرخه اطلاعات را به صورت زیر ارائه کرد.



تصویر شماره ۳: چرخه اطلاعات

اولین مرحله با نیازهای مصرف کنندگان اطلاعات آغاز می‌گردد. دومین مرحله نیز گردآوری داده‌ها است که در خلال آن، اطلاعات مناسب از منابع مختلف جمع‌آوری و تحویل واحد پردازش و تولید داده می‌شود. سومین مرحله هم پردازش داده‌ها و تبدیل آنها به شکلی مناسب برای تحلیل می‌باشد. چهارمین مرحله از چرخه اطلاعاتی تحلیل است، که از طریق آن داده‌های پردازش شده به اطلاعات تبدیل می‌گردند. این مرحله شامل ارزیابی موقعیت، اعتبار و دقت اطلاعات می‌گردد. مرحله پنجم نیز انتشار اطلاعات است، یعنی انتقال به موقع اطلاعات در شکلی مناسب و از طریق ابزار و شکلی درست برای آن دسته از کسانی که بدان نیازمند هستند.

❖ ویژگی‌های اطلاعات

صاحب نظران مختلف، ویژگی‌های اطلاعات را از ابعاد مختلف مورد بحث و بررسی قرار داده و آن را دسته‌بندی کرده‌اند. مک کینون و برانز^۱ در تحقیقی که درباره بررسی نیازهای اطلاعاتی مدیران در کانادا انجام داده‌اند، ویژگی‌های اطلاعات را به سه دسته اصلی به **موقع بودن**^۲، **صحت**^۳ و **مربوط بودن**^۴ تقسیم می‌کنند (مک کینون و برانز، ۱۹۹۲، ص ۱۲۶). آهیتوو و نیومان در کتاب خود با عنوان

1. Sharon M. Mckinnon & William j . Bruns
2. Timeliness
3. Accuracy
4. Relevance



«اصول و سیستم‌های اطلاعاتی برای مدیران» این ویژگی‌ها را به چهار دسته: **به موقع بودن**، **محتوی^۱**، **فرمت و شکل^۲** و **هزینه^۳** تقسیم می‌کنند (هیتوو و نیومان، ۱۹۹۰، ص ۵۸). وایتن، بنتلی و بارلو ویژگی‌های اطلاعات را به: **صحت**، **اعتبار و قابلیت اعتماد^۴**، **سهولت در استفاده و کاربرد^۵**، **انعطاف‌پذیری^۶** و **ایجاد هماهنگی^۷** محدود می‌کنند (وایتن و دیگران، ۱۹۹۰، ص ۱۴۶). اما در دسته‌بندی که توسط جیمز سن صورت گرفت، سه بعد^۸: **بعد زمان**، **بعد محتوی** و **بعد فرم و شکل** **شکل** برای اطلاعات در نظر گرفته شده است که به ترتیب به آنها می‌پردازیم:

بعد زمان: ویژگی‌های زیر را شامل می‌گردد:

- **به موقع بودن**: یعنی اینکه در زمانی که به اطلاعات برای تصمیم‌گیری نیاز است، قابل تهیه و ارایه و یا در دسترس باشد.
- **به هنگام بودن^۹**: چون اطلاعات، منبعی فناپذیر و دارای عمر انتظار است و تغییرات زمان موجب بروز تحولات فراوانی در سازمان و محیط اطراف آن و به دنبال آن، تغییر در اطلاعات مربوط به آنها می‌گردد، بنابراین باید همیشه اطلاعات، آخرین وضعیت در مورد یک پدیده را بیان دارد.
- **تناوب و تکرار وقوع^{۱۰}**: یعنی اینکه در مقاطع زمانی لازم به عنوان مثال در پایان روز، هفته، ماه، فصل، سال قابل تهیه و ارایه به مدیر یا تصمیم‌گیرنده باشد.
- **دوره زمانی^{۱۱}**: یعنی اینکه اطلاعات مربوط به گذشته، حال و یا آینده را بتواند تهیه و ارایه کند.
- **بعد محتوی**: شامل ویژگی‌های زیر است:
- **صحت**: به این معنا است که آنچه اتفاق افتاده و یا وجود دارد را به طور واقعی و صحیح منعکس کند.
- **مربوط بودن**: به این معنا است که با مساله و موضوعی که تصمیم‌گیرنده است درباره‌ی آن بررسی و اتخاذ تصمیم کند، مرتبط باشد و نیازهای اطلاعاتی وی را برآورده سازد.

1. Content
2. Format
3. Cost
4. Reliability
5. Ease of use
6. Flexibility
7. Coordination
8. Dimension
9. Currency
10. Frequency
11. Time period



- **کامل و جامع بودن**^۱: یعنی اینکه همه نکات لازم را در مورد موضوع یا پدیده‌ی مربوطه، در برداشته باشد تا بتواند همه نیازهای اطلاعاتی تصمیم‌گیرنده را تامین و برطرف کند.
 - **ایجاز و اختصار**^۲: اطلاعات مناسب برای امر تصمیم‌گیری به ویژه برای مدیران باید همیشه کوتاه‌تر، موجز و مختصر باشد.
 - **دارای حوزه مشخص**^۳: اطلاعات باید بر چارچوب، میدان و حوزه خاصی اعم از باریک و محدود یا یا پهن و گسترده در داخل یا خارج از سازمان متمرکز باشد تا بتواند نیازهای اطلاعاتی مشخصی را از تصمیم‌گیرنده، برآورده کند.
 - **نشان‌دهنده‌ی عملکرد**^۴: اطلاعات باید بتواند با اندازه‌گیری فعالیت‌ها، بیانگر پیشرفت یا عدم پیشرفت سازمان و عملکرد واحدهای مختلف آن باشد.
 - **قابل تعریف بر حسب کمی**^۵: اطلاعاتی که باید گردآوری و آماده شود را باید بتوان در صورت امکان با عدد و رقم ارایه کرد. به ویژه آنکه مدیران (به خصوص مدیران ارشد) اطلاعات کمی را بیشتر از اطلاعاتی که به شکل کیفی بیان و ارایه می‌شوند، می‌پسندند.
 - **قابل دستیابی و حصول**^۶: اطلاعات باید قابل گردآوری و وصول باشد. اطلاعاتی که قابل گردآوری نباشد، نمی‌تواند به دانش و آگاهی تصمیم‌گیرنده کمکی نماید.
 - **عاری از تعصب**^۷: اطلاعات باید عاری از تعصب، جهت‌گیری و جاننداری خاصی به افراد یا موضوعات ویژه‌ای باشد.
 - **تناسب**^۸: اطلاعات باید متناسب با موضوع بوده و مناسبت لازم با شرایط را داشته باشد.
- بعد فرم و شکل**: این بعد ویژگی‌های زیر را شامل می‌گردد:
- **واضح بودن**^۱: اطلاعات باید آنقدر روشن و واضح باشد که قابل درک و فهم برای تصمیم‌گیرنده گیرنده باشد و تصمیم‌گیرنده بتواند به وضوح، دانش و آگاهی خود را با بهره‌گیری از آن افزایش دهد.

1. Completeness
2. Conciseness
3. Scope
4. Performance
5. Quantifiable
6. Accessible
7. Freedom of Bias (unbias)
8. Appropriateness



- **قابلیت جز شدن**^۲: اطلاعات باید تا حد امکان و نیاز، قابل تفکیک به اجزای کوچک‌تر بوده و برعکس آن یعنی توانایی جمع‌پذیر بودن را نیز داشته باشد.
- **توانایی ردیف شدن**^۳: اطلاعات باید بتواند بر اساس منطق خاصی (عددی، الفبایی، زمانی و ..) مرتب، ردیف و به ترتیب شود. هنگامی که حجم اطلاعات زیاد باشد، جهت سهولت دستیابی به یک پاره یا مورد خاصی از آن، باید آن را بر حسب کمیت (زیاد به کم یا کم به زیاد) یا بر حسب الفبا مرتب و به ترتیب نمود تا با صرف وقت کم، بتوان به اطلاعات مورد نظر دسترسی پیدا کرد.
- **قابلیت ارایه**^۴: اطلاعات باید به یکی از گونه‌های صوتی، شکلی و نموداری، عددی، لمسی، استشمامی، علامتی و سایر شکل‌های دیگر قابل ارایه باشد؛ به گونه‌ای که بتواند توسط یکی از حواس پنج‌گانه انسان ادراک شود.
- **قابلیت عرضه شدن**^۵: اطلاعات باید به کمک یکی از تجهیزات تهیه و ارایه اطلاعات، قابل عرضه باشد. یعنی باید به صورت یکی از شکل‌های چاپ کاغذی، صفحه نمایش رایانه، بلندگوی رایانه (صوتی) و ... قابل ارایه باشد.^۶
- خلاصه اینکه از ابعاد مختلف می‌توان ویژگی‌های اطلاعات را دسته‌بندی کرد و آنها را برشمرد، ولی آنچه مهم است اینکه اطلاعاتی را می‌توان دارای ویژگی‌های خوب دانست که تمام یا بخشی (حسب مورد) از ویژگی‌های فوق را داشته باشد.

❖ استفاده از اطلاعات

لازمه تصمیم‌گیری درست در سازمان‌ها و نهادها، اطلاعات مناسب است و امروزه پدیده‌ای چون انفجار اطلاعات، آلودگی اطلاعات و آنارشی اطلاعات مطرح است که لازمه استفاده مفید از اطلاعات در این آشفته بازار وجود سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه و منسجم برای تنظیم آن و منظم کردن اطلاعات برای استفاده کاوشگران اطلاعات می‌باشد. به عبارت دیگر اطلاعات به خودی خود

1. Clarity
2. Detail
3. Order
4. Presentation
5. Media

۶. سیدضیاءالدین قاضی‌زاده فرد، فناوری اطلاعات و ارتباطات و مبانی سیستم‌های اطلاعاتی، ج ۱ (تهران: دانشگاه امام



ارزشی ندارد، مگر اینکه از آن استفاده شود و موارد استفاده از اطلاعات را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

الف) کشف یک تئوری، ب) تشریح و پیش‌بینی یک پدیده، ج) ارائه یک ایده، د) انتقال یک ایده موجود برای توسعه، ه) تغییر یک پدیده یا تبدیل یک ماده به ماده دیگر و و) کسب رضایت خاطر. نوع اطلاعاتی که هر فرد در جستجوی آنست بستگی به هدفی دارد که دنبال می‌کند. مثلاً یک دانشمند علوم طبیعی معمولاً به آخرین اطلاعات به دست آمده در مورد پدیده‌های حیات نیاز دارد. یک مهندس توسعه بیشتر به دنبال اطلاعات کاربردی است که ترجیحاً پرداخته شده و قابل اجرا باشد. یک مدیر، علاقمند به اطلاعاتی درباره بازاریابی و تولید است. حکومت‌ها خواهان اطلاعات سیاسی هستند و بالاخره، یک معلم یا استاد در جستجوی اطلاعاتی است که بر دانش بیفزاید.^۱

❖ کیفیت اطلاعات

کیفیت اطلاعات ارتباط تنگاتنگی با ارزش اطلاعات دارد. هر چه اطلاعات با ارزش‌تر باشد، کیفیت آن به تناسب بیشتر خواهد شد و در هنگام بازیابی اطلاعات، عوامل زیر تعیین‌کننده خواهند بود: تناسب، اعتمادپذیری، اعتبار، معنابخشی در طول زمان، کامل بودن، دقت، زیبایی‌گرایی، به هنگام بودن.

□ طبقه‌بندی اطلاعات و معرفی انواع آن

صاحب نظران با نگرش‌ها و سبک‌های مختلفی اطلاعات را دسته‌بندی و طبقه‌بندی کرده‌اند. به این لحاظ می‌توان بیان کرد که اطلاعات انواع مختلفی دارد. در زیر به شانزده مورد از این طبقه‌بندی یا دسته‌بندی اشاره می‌شود:

❖ طبقه‌بندی اطلاعات بر حسب رسمیت یا اعتبار

از این دیدگاه، اطلاعات به دو دسته **اطلاعات رسمی و اطلاعات غیررسمی** تقسیم‌بندی می‌شود:

• اطلاعات رسمی

به آن دسته اطلاعات گفته می‌شود که از طریق مجراهای رسمی و یا بر اساس سلسله مراتب سازمانی در سازمان گردش پیدا می‌کند و در اختیار استفاده‌کنندگان و تصمیم‌گیرندگان مرتبط با موضوع قرار می‌گیرد.