



建设社会主义新农村书系



文化生活篇

虚假信息 识别36招

XUJIA XINXI
SHIBIE 36ZHAO

韦春昭 著



中国农业出版社
农村读物出版社



建设社会主义新农村书系

文化生活篇

虚假信息识别36招

韦春昭 著

中国农业出版社
农村读物出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

虚假信息识别 36 招/韦春昭著. —北京: 中国农业出版社, 2007. 12.

(建设社会主义新农村书系)

ISBN 978-7-109-12170-6

I. 虚… II. 韦… III. 诈骗-鉴别-基本知识
IV. C913.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 179093 号

中国农业出版社 出版
农村读物出版社

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

责任编辑 卫 洁

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/32 印张: 5.875

字数: 122 千字

定价: 8.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

内容介绍

本书针对不良分子制造和散布虚假信息损害农民利益的现象和伎俩，做了细致剖析，揭示了这种现象为什么出现、农民为什么上当的原因，用通俗易懂的语言传授了识别虚假信息的方法。农民朋友读后可在遇到虚假信息时，能迅速识破其虚假的实质，采取科学而切合实际的措施，有效地维护自己的利益。

本书虽然主要以农民为阅读对象，但所揭示的不良分子制造和散布虚假信息损人利己的伎俩，识破虚假信息的方法，体现了一般的规律，书中含有许多经商、学习、教育等专业的普及性知识，其他阶层的人员阅读后也会大有裨益。工商管理、农业执法等社会管理公务人员可以作辅助工作的参考。大专院校与信息相关的专业可以把本书作为教学案例。

本书多数案例来自农村的生活实际，真实地反映了我国广大农村的风土人情、许多地方的物

产和农民的心理特征，一些农村的俗语俚语也很生动有趣，有较强的文学色彩，读者也可将其作为消遣性书籍来阅读。本书 36 招各招独立成章，读者单独选读一部分也十分方便。

喜財惠計則靈市婚味豈歸子位身不叔持針本
了示斷，林格姪斷了婚，斷對味寢與出益味另來
，因取尚當土公什長另來，庭出公什長寢與絲絲
。太衣的息計則靈限用了對針言番的勤晨谷匪用
姪所豈所斷，相息計則靈陸豈否可司對支眼另來
育，疏番的利突合因而學持單采，風突的則靈其
。益味與子自時舉此姪。

示斷與旦，裏收壽國衣另來均要主參提針本
，斷對與子條入財息計則靈市婚味豈歸子位身不中
中針，掌與的娘一丁與針，太衣的息計則靈與所
，取試對及普的業寺等育婚，民舉，商登冬并育舍
，聖普商工。益縣育大會出司對國員入的縣制辦其
的并工與斷并以下員入表公匪管會并等太此業亦
并針本斷以下業寺的與味息計已外對寺大。寺參
。國案學楚衣

此突真，利突否坐的持亦自朱國案幾冬并本
持的衣與冬書，帶入土風的持亦太為國并了知又

前言

什么是信息？读者朋友不妨做这样一个实验，把自己关在一间没有窗户、门也非常厚实、几乎是密不透风的房子里，关上灯，什么声音也听不见，什么东西也看不见，什么东西也接触不到，不和任何人来往，只能睡觉、吃简单的饭食、大小便，在连续足够长的时间里，几天几夜，几十天几十夜，甚至几百天几百夜。在尝够与世隔绝的滋味后，突然你走出来，重新走进了实际生活。看到了阳光、白云、鲜花、草地、稻子、小麦、果树、池塘、楼房、汽车、商店里琳琅满目的商品、各种各样的人和这些人各式各样的行为，看到了电视、书刊报纸，听到了广播，邻居或熟人谈论各种各样的事情。你所看到、听到、感觉到的所有这些内容就是信息。虚假信息，就是和事实不符的信息。如有一家商店卖的钳子是本地家庭作坊生产的，但在某

商店的广告和钳子标签上却说是上海某著名厂家的名牌产品。又如，有一个土医生说25岁以下的人服用他的一剂祖传秘方药后，肯定可以增高8%以上，而事实上服用该药后却一点没有增高。这都是虚假信息。虚假信息对人们的危害是不言而喻的。

许多虚假信息是有人故意制造散布的。故意制造散布虚假信息的人，在很多时候也知道虚假信息会误导人的思想言行，会损害他人和社会公众的利益，他们也知道按社会普遍适用的道德标准，做这种事是不义之举，但他们还是做了。其主要原因在于谋求私利，即损人是为了利己。以制造散布虚假信息为手段谋取私利的人，能不能实现损人利己的目的呢？一个很关键的环节是，他们企图损害的人，是不是听信他们制造散布的虚假信息，钻进他们所设的圈套。

由于潜在的被诓骗对象相信虚假信息，是制造虚假信息者达到损人利己目的的前提，所以制造虚假信息者总是精心选择诓骗对象，农民常常被他们定为重点目标，因为在理论上他们认为农民比较容易欺骗，在实践中农民确实常常被他们欺骗，并且受骗的程度往往比其他许多阶层更广

更深，从遭受损失的程度和个人拥有的财富比较这一角度来说，更加严重。之所以如此，原因是多方面的。如农民知识少，包括通过书本学习得到的知识和通过实践积累得到的知识都少，素质低。农民受到学校教育的年限一般不高，许多农民还是文盲或半文盲，农村学校教学质量一般比较低，农民平时不太注意阅读《人民日报》等报刊。即使是看书报，农民也是多看那些有趣味的内容。农民掌握的知识少，遇到问题就不能从更大的视野分析问题，不能用发展眼光看问题，看不到表面现象掩盖着的实质等。

农民鉴别信息真假的难度相对较大。从客观条件讲，相对城镇而言，农村交通不便，即使农民肯读书看报刊，看电视，上互联网，新的书籍报刊来得也比较慢，数量也不如城市多。农村电视普及率一直不如城镇高，近年来虽然基本普及了，但许多地方经常断电，乃至电视机常常变成摆设，许多农村还没有有线电视接收系统，只能接收几个无线传播信号的电视台节目，电话普及率也还不高，电脑拥有率更是非常低，这都使得农民遇到怀疑是虚假的信息，有心对其进行鉴别，但难度远比城市大。至于求助公共服务部门

帮助鉴别，由于路远就更不可能。农村人经营成本高，如农民买一包猪饲料也要亲临集市，花半天甚至一天工夫。再加上其他原因，农民相对就比较穷，一方面钱少，另一方面需花钱的事又非常多。如农民人情来往多，红白喜事消费多。因而农民买东西对价格因素比较计较，眼睛总是盯着便宜货，这使得不良分子有了可乘之机，专卖便宜的假货引诱农民上钩。农民人际、金钱、时间等资源又比较缺乏，被骗后追索的成本高，每动一步就得花钱，农民哪有那么多钱呀？于是被骗后多是只能自认倒霉。农民法律意识又比较淡薄，做事不习惯写字据，签合同，有时即使写字据，条款也制定得抽象模糊，存在太多被人骗后又可以诡辩的漏洞。农村人居住分散，政府管理成本高，难度大。出事后，公共管理部门调查难，取证难，抓人难。这都使得不良分子用虚假信息骗农民，比骗其他的许多阶层容易得逞，所得收益更大，并且得逞后被处置的可能性更小。于是他们就特别用心琢磨如何对农民设计虚假信息来引诱农民上钩，上钩后又如何取得更多的利益，一种方法被识破后

又加以改造以新的面目出现，乃至发明新的方法。

不过，随着我国法治的不断完善，市场不断发育成熟，广播电视和电话的普及，交通状况的改善，报刊送达乡镇更快更容易，教育普及程度的提高，人们上当受骗经验的积累，农民素质的提高，近年来，农民识别虚假信息能力越来越强，不良分子以制造散布虚假信息为手段，诓骗农民的利益越来越不容易了。即使是比较偏僻的农村，如果信息的虚假性质明显，广大农民也能识破。于是不良分子不得不将制造散布虚假信息做得更加隐蔽，并且常常和真实的信息成分混在一起，使人们更加难以辨别，并且更多的是损人利己但又不明显地违犯法律，人们知道这些家伙是钻了法律空子却不能处理他们，许多农民知道是上了当却讲不出，有时还不敢讲，因为怕给人们落下笑柄，只能吃哑巴亏。

本书从全国各地的实际生活中，搜集了大量不良分子主要以农民为诓骗对象，制造散布虚假信息损人利己的现象，归纳了其多种多样的表现类型，细致地揭示了其骗人的伎俩，传授了36种识别虚假信息的方法，以使农民朋友在遇到虚假

信息时，能有效并尽可能快捷地识破其虚假的实质，从而采取科学而切合实际的措施，有效地维护自己的利益。

2007年11月

。于巴西空道凡，两美

量大了集野，中故主利突的此谷国全从并本

目 录

前言	1
第1招 实践验证	1
第2招 科学鉴别	5
第3招 以利为镜	8
第4招 请教内行	13
第5招 概率推断	16
第6招 数学计算	22
第7招 多数映照	27
第8招 拆细分析	33
第9招 抓住关键	42
第10招 利益抵押	47
第11招 公开实情	50
第12招 多方核实	56
第13招 注意程序	60
第14招 依靠法律	65
第15招 群策群力	69

第 16 招	同类比较	73
第 17 招	把握关系	76
第 18 招	请教前辈	79
第 19 招	设置标准	84
第 20 招	实地观察	91
第 21 招	利用设备	95
第 22 招	亲身践行	100
第 23 招	敲山震虎	104
第 24 招	一叶知秋	109
第 25 招	弄清逻辑	116
第 26 招	借鉴经验	119
第 27 招	核算成本	121
第 28 招	投石问路	127
第 29 招	逆向思维	133
第 30 招	依靠权威	136
第 31 招	时间考验	139
第 32 招	追根问底	144
第 33 招	求助公众	150
第 34 招	依靠传媒	156
第 35 招	储存资料	161
第 36 招	学为上招	166

第 1 招 · 实践验证

真实的信息承载的是实际情况，如电视台播放某城市猪肉涨价的真实信息，那么这一信息承载的，是这个城市猪肉一时供应紧张，出现价格上涨的实际情况。而虚假的信息承载的是真实性已经偏离到一定程度，甚至完全是不存在的内容，如某些商家为了使农民将大批量成熟的苹果低价卖给他，故意散布这样的信息，即我国加入世界贸易组织后，泰国、越南等国品种多、味道好、价格便宜的水果，如荔枝、香蕉等，已通过我国南方的广西、云南等口岸，大批量进入我国，受此影响，我国许多地方的苹果价格已大幅下降，如果农民不快点卖，将会出现苹果几角钱 1 公斤也没人要，最后大量倾倒在路边，任其腐烂的情况。而实际上这一情况并不存在。

鉴于此，我们只要拿事实来对照，自然就可以知道信息的真假。如我们只要给亲朋好友打个电话，请他帮忙看看边境城市市场上是不是大量出现了价廉物美的外国水果，上互联网看看各地苹果的市场价格信息，就行。

这两个例子真假程度较直露。生活中有许多虚假信息情况属于这种情况，但还有许多虚假信息没有这样简单，其虚假性不这样直露。如有些虚假信息的虚假性不体现在表面上，而在于其传播的属于内在规律的内容违背了实际。

实践是检验真理的唯一标准，任何真理都能通过实践的检验，反过来，任何通不过实践检验的信息都不是真的，或者说其真实性值得怀疑。任何因素都改变不了实践能检验真理这一属性。我们在检验信息的真伪时，也同样应该运用实践这一武器。

现在有些农民注意运用简单的实践来检验信息的真实性，比如，许多规模养殖猪、鸡、鸭的大户，买大饲料厂生产的复合饲料时，不管厂家做多少广告，宣传饲料质量如何高，他们都非常注意观察畜禽吃复合饲料的情况，因为他们从多年的实践中摸索出了一个规律，就是凡是质量高的复合饲料，猪、鸡、鸭都非常爱吃，如果厂家为了降低成本偷工减料，猪、鸡、鸭都不再像平时那样爱吃，他们就立刻停止购买这个品牌的饲料，并将已买的饲料退货。这些养殖大户对猪、鸡、鸭养多长时间，花多少成本就可以出栏上市，能赚多少钱，都有着精细的算计，如猪养 120 天就可出栏，鸭养 70 天可出栏等，如果饲料质量不好，猪、鸡、鸭吃后营养量不够，就不能按时以预定的重量质量出栏，他们就会亏损。

又比如，有些名牌农药厂家大量做农药产品广告，媒体也经常传播这些厂家经营如何讲质量讲信誉的信息。而有些个体户卖这些名牌农药时，却将原装农药倒出一些装入另外的一个瓶中，然后充一些水进去，便宜卖，还谎称由于是多户联合直接到厂家进货，进价便宜，卖价也便宜，以吸引农民买。如8瓶农药加2瓶水，再装进10个贴有标识和原装农药一样的瓶子当作10瓶卖。原装农药是卖12元钱一瓶。现在充水后，卖11元一瓶，10瓶卖110元，还落个价格较低的名声。有些农民就用杀药后的效果来检验其是不是掺假，如在长期有信誉、质量监察部门也特别注意检查的市农业推广站买的同一种农药，杀虫后虫死得很快并且死亡率比较高；在个体户这里买的农药虫死得慢，死亡率又不那么高，就知道是个体户掺了假，以后不再买他的。有些不善于用实践方法来检验的农民，常常是被人家宰了还以为自己省了钱。

运用这种方法时要注意：

1. 尽管实践是检验信息真假最权威的标准，但其存在较大的局限性。如有些即使是简单的表层事实，了解难度也较大，成本较高，如上述我国加入世界贸易组织后，东南亚水果大量进入我国，导致我国水果价格下降，许多地方苹果价格已大幅下降。对于这一信息，

由于普通农民多数远离城市，没有电脑，亲朋好友又多在农村，若向相关部门询问，支付长途电话费用的财力较困难，所以要想做到准确地了解实际，委实不易。

有时候同样的结果可能由多种原因导致，看到一种结果并不一定就能确定促成这种结果的真实原因，如一些特种动物养殖广告说，养殖某种珍稀动物技术要求不高，赚钱很多。广告发布者邀请农民去看养殖成功、确实赚了钱的例子。农民确实是亲眼看到了。但这例子是不是广告发布者花非常高的成本，请专业人员帮助，刻意做出一个普通人都能够学会的事实来，引诱农民养殖。如农民根据眼前事实就认为广告所说的是真实的，就会上当，因为实际上普通农民由于没有能力请专业技术人员帮助，在技术上是养不了的。因此，实践检验信息的真伪需要全面，避免局限性。

2. 实践检验信息真伪有时候需要很长时间。在用事实来检验信息的真实性方面，有的比较简单快捷，比如，汽油起火后不能用水浇灭，因为汽油会浮在水上，不但还可以继续燃烧，甚至还因为水的铺垫，扩大了燃烧的面积。这只要简单实验一下就得到印证了。有些信息检验起来则不那么容易，如有钢材销售商散布信息说，由于本地农村的土质决定，建造钢筋水泥楼房必须做钢材足够多足够大的地基圈梁，如不做，以后由于地基收缩或膨胀，会导致房子开裂。这一信