

چرا کارشناس‌ها پیشگویی می‌کنند و مسئولیت پیشگویی اشتباه خود را نمی‌پذیرند؟

نوسترا داموسی‌های فلک‌زده وطنی!

■ حسن فرامرزی

در جریان جنگ ۱۲ روزه یک چهره مشهور آکادمیک که در شبکه‌های اجتماعی مقبولیتی هم یافته و خود را در قوار‌های یک نوسترا داموس بالا کشیده بود، چنان با اعتمادبه‌نفس درباره اتفاقاتی که قرار است مرحله به مرحله در هفته‌ها و ماه‌های بعد در ایران بیفتد، سخن می‌گفت که انگار نه تنها ایران بلکه جهان بخشی از خطوط کف دست اوست و او چنان خدادندی قاهر جزئیات زمان و زمین را در ید تصرف خود دارد و در رصد اتفاقات هیچ حائل و مانعی نمی‌تواند سد اراده او باشد. او اتفاقات کلانی که قرار بود در صحنه سیاست ایران بیفتد با زبانی برطمطراق برمی‌شمرد، تو گویی تک‌دیده‌بان چهارراه حوادث است. آن روزهای تلخ وسط آشوب، آتش و خون که ایران بیش از هر روز دیگری به همدلی و آرامش نیاز داشت، پیش‌بینی‌های سرد و تاریک آن کارشناس در شبکه‌های اجتماعی بسیار طرفدار یافته بود. آن فرد حتی جدول زمانی اعلام کرده بود که در مردادماه فلان اتفاق در کشور خواهد افتاد، در شهریورماه شورش‌ها به اوج خواهد رسید و شاهد فلج کامل اقتصادی خواهیم شد و مثلاً در نهایت پاییز کار نظام سیاسی یکسره و دولت‌گذار تشکیل خواهد شد، اما امروز که در واپسین روزهای پاییز قرار داریم، هیچ کدام از پیش‌بینی‌های آن کارشناس تحقق نیافته است، با این همه و در کمال تعجب او با ژست یک چهره دانشگاهی، جامع‌نگر و روشنفکر همچنان فعالیت می‌کند، بدون اینکه خود در این باره توضیح دهد که اکنون ما با پیش‌بینی‌های قبلی او چه کنیم؟ من که در شبکه‌های اجتماعی گشتم، چیزی در این باره ندیدم که او در این باره اندک توضیحی داده باشد که آیا تنها مسئولیت کارشناس‌هایی نظیر او صدور پیش‌بینی است؟ و مشکل چندانی با این قضیه ندارند که این پیش‌بینی‌ها محقق شود یا نشود؟

اگر پیش‌بینی اقتصاددان‌ها درست بود آنها میلیونر بودند!

کافی است کسی کمی وقت بگذارد و مثلاً بخشی از پیشگویی‌های کارشناسان را گردآوری کند تا بداند که این پیشگویی‌ها تا چه اندازه غیرواقعی است. در واقع پیش‌بینی همواره و سوسه‌ای جذاب برای کارشناسان بوده است تا قدرت، توانایی و تسلط خود را بر حوزه کاری‌شان به رخ بکشند، اما پیشگویی یا پیش‌بینی به همان اندازه که جذاب و فریبنده است، پاشنه آشیل کارشناسان است. نمونه‌هایی ایرانی از این پیشگویی‌ها را سراغ داریم، به ویژه وقتی کارشناسان می‌خواهند به ابعاد یک بحران مثلاً زیست‌محیطی اشاره کنند، اغلب سراغ تصویرهای آخرالزمانی می‌روند، البته که کسی منکر بحران‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و امثال آن نیست اما کارشناسی که جز وحشت‌آفرینی و ارائه تصویرهای آخرالزمانی چیز دیگری در چنته خود ندارد و در نهایت راهکاری به سیستم‌های مدیریتی یا دست‌کم به افکار عمومی ارائه نمی‌کند، جامعه را به چه سمت و سویی خواهد برد؟

دیدگاه‌های رولف دوبلی در کتاب «هنر شفاف ظرف اندیشیدن» درباره کارشناسان اگر چه ممکن است در آغاز جانبدارانه به نظر برسد اما دقیق و مستند است. مؤلف در کتاب خود که ۱۲ سال پیش یعنی ۲۰۱۳ منتشر شده نمونه‌ای از پیش‌بینی‌های کارشناسان را در آن زمان می‌آورد که محقق نشده است: «فیس‌بوک طی سه سال به سایت شماره یک در زمینه سرگرمی تبدیل می‌شود، تغییر رژیم در کره شمالی طی دو سال آینده، احتمال سقوط یورو، پروازهای فضایی کم‌هزینه تا سال ۲۰۲۵، نبود نفت خام طی ۱۵ سال آینده» و در ادامه با اشاره به اینکه هر روز کارشناسان با پیش‌بینی‌هایشان ما را بمباران می‌کنند، با این همه آنها چقدر قابل اعتمادند، می‌گویند: تا چند سال قبل کسی به خودش زحمت نمی‌داد این پیش‌بینی‌ها را بررسی کند تا اینکه philip tetlock دست به کار شد. او در یک دوره ۱۰ ساله، ۲۸ هزارو ۳۶۱ پیش‌بینی از ۲۸۴ نفر را ارزیابی کرد که خود را متخصص می‌دانستند. نتیجه: متخصصان به لحاظ دقت فقط اندکی بهتر از کسی که به صورت تصادفی پیش‌بینی می‌کند عمل کرده بودند و از بین آنها بدترین پیش‌بینی مربوط به نابودی و فروپاشی بود. برخی از این پیشگوییان فروپاشی کانادا، نیجریه، چین، هند، اندونزی، افریقای جنوبی، بلژیک و اتحادیه اروپا را پیش‌بینی کرده بودند، در حالی که اکنون هیچ یک از این کشور ها متلاشی نشده‌اند. رولف دوبلی در ادامه به اظهار نظرهایی اشاره می‌کند که جریان فعلی حاکم بر تربیت کارشناس در سیستم‌های مدیریتی- مثلاً حاکم بر ام‌ریکا- را مورد حمله و نقد قرار می‌دهد. این اظهار نظر‌ها به اندازه کافی تلخ و گزنده است و جالب‌تر اینکه همین اظهارات و نقد‌های جدی از سوی کارشناس‌های برجسته در امریکا ارائه شده است. مثلاً او به اظهارات یکی از اقتصاددان‌های برجسته امریکا اشاره می‌کند:

جان کنت گالبریث (John Kenneth Galbraith) اقتصاددان دانشگاه هاروارد نوشته است: دو نوع کارشناس پیش‌بینی داریم، آنهایی که نمی‌دانند و آنهایی که نمی‌دانند که نمی‌دانند. این اظهار نظر او را به چهره‌ای منفر در صف خود تبدیل کرد. پیتل لیچ که مدیر سرمایه‌گذاری است به شکل طنزآمیزی جمع‌بندی می‌کند: «هم‌ریکا ۶ هزار اقتصاددان دارد، خیلی از آنها تمام وقت استخدام شده‌اند تا کودهای اقتصادی و نرخ‌های سود را پیش‌بینی کنند و اگر می‌توانستند دو بار پشت هم این کار را با موفقیت انجام دهند تا حالا همه‌شان میلیون شده بودند تا جایی که من می‌دانم اکثرشان کم‌کم‌ا مشغول کارند و حقوق خوبی دریافت می‌کنند که البته این باید چیزهایی را به ما ثابت کند». البته این اتفاقات مربوط به ۱۰ سال قبل- ۲۰۱۰ (سال قبل در سال انتشار کتاب، یعنی سال ۲۰۰۳- است. امروز ۲۰۱۳) امریکا می‌تواند سه برابر آن زمان اقتصاددان استخدام کند، بدون تأثیر یا حداقل تأثیر بر کیفیت پیش‌بینی‌های‌شان.»

اعتیاد به پیشگویی از کجا می‌آید؟

اما نکته مهمی که می‌توان در این باره طرح کرد مسئولیت کارشناسان درباره طرح دیدگاه‌های‌شان است، به ویژه پیشگویی‌هایی که انجام می‌دهند. واقعاً این اعتیاد عجیب به پیشگویی از کجا می‌آید؟ چرا برخی کارشناسان از اینکه پیشگویی کنند لذت می‌برند، چرا برخی کارشناسان بدون پیشگویی احساس می‌کنند معنا و هویت خود را از دست می‌دهند؟ آیا این اجبار به لذت بردن از پیشگویی شباهت عجیبی به اجبار در آوردن لذت بردن یک معناد از مواد ندارد؟ اگر ما در دنیایی زندگی می‌کردیم که دایره آزادی بیان با دایره مسئولیت فرد نسبت به طرح دیدگاه‌هایش به هم‌پوشانی می‌رسید، وارد یک فضای آزادی می‌شدیم، اما همه ما می‌دانیم که این گونه نیست، حتی وقتی سیستم‌های مدیریتی و نظام‌های اداره جامعه به گونه‌ای باشد که آزادی بیان در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشد، وجود آزادی بیان فی‌نفسه نمی‌تواند گرهی از جامعه‌باز کند، مگر اینکه فرد- در اینجا کارشناس- به موازات آن آزادی بیرونی در طرح دیدگاه‌هایش به نوعی استغنائی درونی هم دست پیدا کند و مثلاً با خود بیندیشد که اساساً برای چه دست به طرح دیدگاه به ویژه پیشگویی می‌زند؟ آیا حس می‌کند به اندازه کافی شناخته شده نیست؟ آیا حس می‌کند نیاز دارد دنباله و هاله‌ای از هیاهو دور خود ایجاد کند تا دیده شود؟ آیا سکوت و تنهایی را مونس خوبی برای خود نمی‌بیند؟ آیا می‌خواهد آواز‌های به هم بزند؟ دوست دارد شلوغ بازی کند؟ از شلوغ‌بازی لذت می‌برد؟ یا خود بیندیشد که چقدر درباره تبعات پیش‌بینی‌ها یا طرح دیدگاه‌هایش مسئولیت دارد. آیا می‌تواند به گونه‌ای سخن بگوید که گردد و خاک نکند؟ مثل کسی که راه می‌رود اما مراقب است که قاطر راه برود، نه اینکه به بهانه راه رفتن فقط گردد و خاک ایجاد کند تا ثابت کند که دارد راه می‌رود، بنابراین اینجا ما با وجدان و اخلاق سرو کار داریم. شاید از دست هیچ سازمان و نهاد ناظری در این باره کاری ساخته نباشد، اینجاست که نقش تربیت آدم‌ها در عمل به مسئولیت‌های اجتماعی خود بدون پرداختن به حاشیه‌ها و انگیزه‌های تاریک مطرح می‌شود.

کسی به خاطر پیشگویی اشتباه جریمه نمی‌شود

دوبلی در این باره می‌گوید: مشکل این است که کارشناسان از آزادی عملی که عواقب کمی برای‌شان به همراه دارد، لذت می‌برند. اگر شانس بیابورند از هیاهوی تبلیغاتی، پیشنهادهای مشاوره‌ای و قرار دادهای انتشاراتی لذت می‌برند. اگر هم کاملاً اشتباه پیش‌بینی کرده باشند با هیچ جریمه‌ای مواجه نمی‌شوند، چه به لحاظ مالی و چه به لحاظ از دست رفتن



هر وقت خبرنگاری می‌خواهد گزارشی درباره مسائل جامعه تهیه کند، سراغ کارشناس جامعه‌شناسی، مسائل شهری، مردم‌شناسی، روان‌شناسی و نظایر آن می‌رود. چرا؟ برای اینکه به مخاطب خود این دریافت و حس را بدهد که آنچه او در محتوای گزارش خود عرضه کرده است، دقیق، علمی، پژوهش محور و مستند است اما آیا واقعاً این گونه است؟ اگر اظهارات کارشناسان دقیق، مستند و علمی است، پس چرا رسانه‌های ما در یک رکود عجیب و باورنکردنی به سر می‌برند؟ و عجیب‌تر اینکه چرا با وجود این همه کارشناس نه تنها از حجم مسائل و چالش‌های ما کاسته نمی‌شود بلکه روزبه‌روز به این دلالت ذهنی نزدیک‌تر می‌شویم که انگار قرار نیست چالش‌های بزرگ ما حتی یک قدم به حل‌وفصل خود نزدیک‌تر شوند.

چطور کارشناسی به حاشیه می‌رود؟

حضور کارشناسان در رسانه‌ها معمولاً آن چیزی نیست که روی صحنه به چشم می‌آید. فرض کنید شما به عنوان خبرنگار یک روزنامه به یک کارشناس زنگ می‌زنید. اگر بخواهید از کارشناس‌های تازه‌کار و کم‌مایه‌تر استفاده کنید، عملاً چیز چندانی به گزارش شما افزوده نخواهد شد، حتی گاهی کارشناسان مشهور که آوازه‌ای به هم زده‌اند، در جریان یک گفت‌وگوی تلفنی که خبرنگار با آنها انجام می‌دهد، چندان حرف تازه‌ای مطرح نمی‌کنند. شما فقط می‌توانید از برند آنها استفاده کنید، آنچه بیان می‌شود در میانگین آگاهی جامعه است، در صورتی که شما به عنوان رسانه وقتی می‌خواهید گزارشی درباره یک موضوع اجتماعی، فرهنگی یا اقتصادی تهیه کنید، می‌خواهید باقی با چشم‌اندازی را ارائه کنید که کمتر به آن توجه یا از آن زاویه به آن نگر بسته شده است، بنابراین خیلی وقت‌ها- در تجربه شخصی خودم هم این گونه است- خبرنگار با کارشناسی روبرو است که حرف تازه‌ای مطرح نکرده است، اینجاست که یک رابطه ناسالم بین آن خبرنگار و کارشناس شکل می‌گیرد. خبرنگار از برند و نام آن کارشناس استفاده می‌کند و حرف‌های خود را در دهان او می‌گذارد. بخش زیادی از حرف‌های او اصلاح، مرمت و ظاهر بازار پس‌ندانه‌تری به خود می‌گیرد، اما چرا این گونه است؟

چند سال پیش با یک استاد پیشکسوت در حوزه ادبیات و تحقیقات ادبی تماس گرفته بودم. همسر او به تلفن پاسخ داد و کاملاً رک و پوست‌کنده گفت: پول می‌دهید؟ عذر خواستم و در ادامه گفتم ما دو جوان دانشجو داریم که هر دو در دانشگاه آزاد درس می‌خوانند و باید بتوانیم هزینه تحصیل آنها را بدهیم. آن موقع پرداخت پول در ازای مصاحبه‌ها رایج‌ده‌خواهی می‌دانستم اما اکنون داوری دیگری در این باره دارم. چطور شما نمی‌پذیرید

واژه کارشناس از پر تکرار ترین واژه‌هایی است که امروز به گوش‌مان می‌خورد. ما دیگر وسط این زندگی بدون حضور و تأیید کارشناسان آب هم نمی‌خوریم، اگر انبظور است، پس باید همه چیز مرتب باشد

اگر کارشناسی برای نظر کارشناسی خود نیازمند مطالعه، تحقیق و وقت گذاشتن است تا در متن یک مصاحبه یا گزارش ورود و دیدگاه‌های خود را عرضه کند، کاملاً حق دارد انتظار مالی داشته باشد، در غیر این صورت حتی کارشناسانی که از وزن علمی خوبی برخوردار هستند، در نهایت با خبرنگار و هستند، در نهایت با خبرنگار و رسانه طوری برخورد خواهند کرد که انگار صدقه‌ای می‌دهند بر خور د خواهند کرد که انگار صدقه‌ای می‌دهند

که مثلاً خودروی خود را موقع خرید به یک کارشناس رنگ نشان دهید اما هیچ چیزی کف دست او نگذارید، چطور این کار برای‌تان بی‌معنا و خنده‌دار است، پس چطور روی‌تان می‌شود مثلاً به یک پژوهشگر برجسته در حوزه حافظ شناسی زنگ بزنید، یک ساعت وقت او را بگیرید و بعد هم خداحافظ، خداحافظ؟ اگر کارشناسی برای نظر کارشناسی خود نیازمند مطالعه، تحقیق و وقت گذاشتن است تا در متن یک مصاحبه یا گزارش ورود و دیدگاه‌های خود را عرضه کند، کاملاً حق دارد انتظار مالی داشته باشد، در غیر این صورت حتی کارشناسانی که از وزن علمی خوبی برخوردار هستند، در نهایت با خبرنگار و رسانه طوری برخورد خواهند کرد که انگار صدقه‌ای می‌دهند. با یک کارشناس تماس می‌گیری، انتظار داری طرف دست‌کم ۲۰ دقیقه راجع به آن موضوع صحبت کند که بتوان گزارش یا مصاحبه‌ای قابل قبول از دل آن ۲۰ دقیقه استخراج کرد اما در نهایت آنچه دست‌شما را می‌گیرد، آن هم وقتی کارشناس مربوط در جایی حضور دارد که تلفن همراه او خوب آنتن نمی‌دهد، چهار دقیقه کم‌کیفیت است که ۲۰ ثانیه آن به سلام و احوالپرسی گذشته است. حالا شما مانده‌اید واقعاً با آن چهار دقیقه چه کنید، در صورتی که مدام کوشیده‌اید کاری کنید که آن کارشناس کمی بیشتر حرف بزند اما او به سؤالات، پاسخ‌های مینی‌مال و تلگرافی داده است. قشنگ از پشت تلفن حس می‌کنی که آن کارشناس تمرکز کمی نسبت به آنچه می‌گوید ندارد، حس می‌کنی هم‌زمان دارد به یک موضوع دیگر هم که برایش حیاتی‌تر است، فکر می‌کنند. حس می‌کنی این وسط دارد با تو بدرفتاری می‌شود. مثل این است که صدقه کم‌مایه‌ای را دست یک مستمند می‌گذاری.

از این زاویه می‌توان اینطور گفت، تا زمانی که بنگاه‌های رسانه‌ای در ایران به سه بیلوغ و تمکن مالی نرسند و به کارشناس‌ها دستمزد‌دهای مناسبی ارائه نکنند، از سوی کارشناس‌ها جدی گرفته نخواهند شد. وقتی رسانه‌ای با استفاده از نظرات کارشناسی به کارشناس پول پرداخت کند، از او انتظار خواهد داشت محصول باکیفیتی تولید کند، بنابراین متخصصان را به سمت مطالعه، پژوهش و ارائه گزاره‌هایی مستدل و مستند سوق خواهد داد. اگر چه انگیزه‌های مالی بخشی از داستان است و دست‌کم تجربه من در این زمینه نشان می‌دهد بخشی از کارشناسان با اینکه نه به آوازه طرح سخن خود در رسانه نیاز دارند و نه وجهی بابت اظهارات خود دریافت می‌کنند، صرفاً به خاطر ارتقای فرهنگ عمومی و اشاعه آگاهی ساعت‌ها وقت می‌گذارند تا دیدگاه‌های‌شان حساب‌شده و غنی باشد.

