

اهمیت و لزوم پرسشگری از نامزدهای انتخابات در باره توسعه علمی کشور در گفت وگو با دکتر «رضا منصوری»

دانشگاهیان نظرشان را درباره مدیریت جامعه بیان کنند



عکس: امیر جدیدی، شرق

خودش به‌تنهایی نمی‌تواند تصمیم‌گیرنده باشد. بلکه اجماعی از گروه‌ها باید نقش تصمیم‌گیرنده را داشته باشند.

✎ گفتید یک کارشناس نباید انتظار داشته باشد حتما به نظر یا پیشنهادش عمل کنند، بلکه اجتماع یک گروه علمی باید به یک نتیجه مشخص برسد و به اطلاع مدیران مثلا رئیس‌جمهور برساند. اگر کارشناسان به چنین اجماعی رسیدند، چگونه می‌توانند با رئیس‌جمهور تعامل کنند یا به نتیجه‌اش برسد؟

جامعه بالغ راهکارها و سازوکارهایی را پیش‌بینی می‌کند که نظرات گروه‌های علمی را به گوش بخش‌های سیاسی و مدیران تصمیم‌گیرنده برساند تا به آن توجه کنند و در حد مقدورات کشور برای اجرای این پیشنهادها تلاش کنند. این وضعیتی است که در جوامع بالغ جریان دارد. اما در جوامع نابالغ یا توسعه‌نیافته، چنین سازوکارهایی ایجاد نشده است و در نتیجه ممکن است یک رئیس‌جمهور به سخنان یک کارشناس گوش دهد و ممکن هم است به سخنان کارشناس هم‌اکنون در ایران، هنوز هم این سازوکارها را نداریم، ولی در شرف راه‌اندازی چنین سازوکارهایی هستیم.

✎ یکی از نکاتی را که کارشناسان به عنوان نقطه‌ضعف مدیریت علمی کشور بیان می‌کنند، این است که برای ارزیابی قابلیت و توانایی‌های یک مدیر علمی (مانند وزیر آموزش عالی یا معاونت علمی رئیس‌جمهور) به سابقه و عملکرد سیاسی این افراد بیشتر توجه می‌کنند. نظر شما چیست؟ چه‌کار می‌توان کرد که کارایی مدیران علمی افزایش یابد یا در ارزیابی‌ها، به این کارایی بیشتر توجه کنیم؟

وقتی درباره ایران صحبت می‌کنیم، می‌توانم یکویم از دید شخص من به عنوان یک فرد دانشگاهی، چه اشکالاتی در تصمیم‌گیری وجود دارد. ولی به این نکته هم توجه کنید که هرچند ما سازوکارهای کاملی برای ارزیابی کلی نداریم، ولی به‌هر حال می‌توان راهکاری برای این منظور پیدا کرد. برای مثال، مجلس از نمایندگان مردم تشکیل شده است و هر تصمیمی که در مجلس گرفته می‌شود، ما هم باید بپذیریم چون این تصمیم‌ها بیانگر این است که بخش زیادی از مردم جامعه ما این‌گونه فکر می‌کنند. اگر ما هنری داشته باشیم در این است که به عنوان شهروند، افرادی را به مجلس و از آنجا به کمیسیون‌های تخصصی بفرستیم که از دید ما بتوانند عاقلانه‌تر تصمیم بگیرند. نه کسی که در مقام تصمیم‌گیری، حب و بغض‌های فردی و گروهی و جناحی را دخالت می‌دهد. اما دیگر بیش از این نمی‌توان کاری کرد. هر وقت گروهی این تلقی را داشتند که مدیران ما وضعیت جامعه را درک نمی‌کنند یا گروهی بیان کرد مدیران بدی انتخاب شده‌اند، نشانه این است که سازوکارهای اجتماعی ما اشکال دارد. «Dis-course» که ما در فارسی آن را «گفت‌و مان» ترجمه کرده‌ایم، پدیده مدرنی است و لازم است ما هم امروزه گفت‌مان را تمرین کنیم، یعنی درباره موضوعات مختلف،

 	 	 	 	 	 	 	 	 	 	 	 	
جامعه‌بالغ راهکارها و سازوکارهایی را پیش‌بینی می‌کند که نظرات گروه‌های علمی را به گوش بخش‌های سیاسی و مدیران تصمیم‌گیرنده برساند تا به آن توجه کنند و در حد مقدورات کشور برای اجرای این پیشنهادها تلاش کنند. این وضعیتی است که در جوامع بالغ جریان دارد، اما در جوامع نابالغ یا توسعه‌نیافته، چنین سازوکارهایی ایجاد نشده است												

با یکدیگر بحث و گفت‌وگو و تبادل‌نظر داشته باشیم، همایش تشکیل دهیم و اطلاع‌رسانی کنیم. مجموعه این فعالیت‌ها در عرف مدرن علمی، گفت‌مان نام دارد. متخصصان ما باید سعی کنند به این گفت‌مان دامن بزنند و آن را گسترش دهند. بحث و تفکر آزاد در یک زمینه خاص، در جامعه ما هم باید گسترش یابد. این مرحله، مرحله تصمیم‌گیری نیست، اما از طریق گسترش این بحث‌ها و تبادل‌نظر، مدیران کشور در جریان نظر متخصصان قرار می‌گیرند و در نتیجه می‌توانند تصمیم‌های درست‌تری اتخاذ کنند. متأسفانه ما با پدیده گفت‌مان چندان آشنا نیستیم و این پدیده در ایران بسیار ضعیف است. البته مواردی هم دیده شده است که رسانه‌های مختلف درباره موضوعات مختلف بحث کرده‌اند یا حتی مجلس، متخصصان و دانشگاهیانی را دعوت کرده و پای سخنان آنان نشسته است، همه اینها، نمودهای مختلفی از گفت‌مان است. ما باید به این بحث‌ها دامن بزنیم و آن را گسترش دهیم. اما زمانی که تصمیمی گرفته شد، باید آن را بپذیریم، حتی اگر به عنوان متخصص فکر می‌کنیم نادرست است، ما باید سعی کنیم ارتباط‌مان را با جامعه قوی‌تر کنیم وگرنه اظهارنظرهایی که راه به جایی نمی‌برد، به «قزدن» و «غرزدن» تبدیل می‌شود که نتیجه‌بخش نیست و به باور من، عمل نابخردانه‌ای است. ما از متخصص انتظار نداریم یک بزد، بلکه انتظار داریم از سازوکارهای اجتماعی موجود استفاده کرده یا تلاش کند سازوکارهای اجتماعی قوی‌تر و کارآمدتری به وجود بیاید که البته در این زمینه، رسانه‌ها هم باید همکاری و کمک کنند.

✎ در دوره گذشته انتخابات ریاست‌جمهوری، برخی از فعالان حوزه‌های علمی می‌گفتند ما هم باید مانند گروه‌های دیگر (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، ورزشی و…)، از نامزد ریاست‌جمهوری بخواهیم برنامه‌هایش را در حوزه‌های علمی بیان کند که البته نامزدها از این پیشنهاد چندان استقبال نکردند. چند ماه دیگر هم در ایران انتخابات ریاست‌جمهوری برگزار می‌شود. آیا خوب است که ما هم از نامزدهای ریاست‌جمهوری بخواهیم برنامه‌هایشان را برای توسعه علمی کشور بیان کنند؟



شنبه • ۱۵ آبان ۱۳۹۵ • سال چهاردهم • شماره ۲۷۲۱ • ۹

شرق روزنامه

زاویه

نقش و تأثیر فناوری بر نتیجه انتخابات

غول‌های فناوری جانب‌دارانه رفتار می‌کنند

محمود اعجازی

مجله «ساینس» با توجه به انتخابات پیش‌رو در آمریکا، از متخصصان حوزه کامپیوتر، تجارت و حقوق خواست بررسی کنند چگونه شرکت‌هایی مانند گوگل یا فیس‌بوک می‌توانند بر نتیجه انتخابات تأثیر بگذارند؟

تأثیرگذاری بر رای مردم:تایستان گذشته «ساینس» نقش موتور جست‌وجو را گزارش داد. از آنجایی‌که شرکت‌هایی مانند گوگل در ارائه پیوندها، بهترین عملکرد را دارند، یک مورد در فهرست نتایج جست‌وجو، هرچه بیشتر ظاهر شود، کاربران نیز بیشتر به آن اعتماد می‌کنند. اما «روبرت اپشتین»، سرپرست گروه تحقیقاتی و روان‌شناس محقق مؤسسه مطالعات رفتاری و فناوری آمریکا در ویسنتای کالیفرنیا، اعلام کرد او و سرپرست دیگر گروه، صرفا با قراردادن پیوندهای یک نامزد بالاتر از پیوندهای مربوط به نامزد دیگر در یک جست‌وجو، می‌توانند روی نظر رای‌دهندگان مردم تأثیر بگذارند تا یک نامزد خاص را انتخاب کنند. آنها در یک مرحله از آزمایش، گروهی از رای‌دهندگان واقعی را پیش از انتخابات سراسری سال ۲۰۱۴ در هند بررسی کردند و متوجه شدند نتایج جست‌وجو می‌تواند با تشویق رای‌دهندگان مردم به انتخاب یک نامزد خاص، رای این نامزد را دست‌کم ۱۲ درصد افزایش دهد. بسیاری از شرکت‌کنندگان متوجه نشدند نتایج جست‌وجوهایشان جانب‌دارانه است چون تصور می‌کردند موتور جست‌وجو صرفا کار خود را انجام می‌دهد و نامزد بهتر را در جایگاهی بهتر از رقیبش قرار می‌دهد. شرکت‌های دیگر به‌ویژه فیس‌بوک و توئیتر نیز همین‌گونه تأثیر می‌گذارند. «جانان زیتین»، استاد حقوق و علوم کامپیوتر دانشگاه هاروارد، قابلیت منحصر‌به‌فرد فیس‌بوک برای تحریک رای‌دهندگان را برای انتخاب یک نامزد خاص به روش قراردادن یادورها در خوراک خبری آنها بررسی کرده است. فیس‌بوک اگر بخواهد می‌تواند کاربران را براساس گروه جمعیتی و موقعیت جغرافیایی خود تحریک کند تا براساس منافع این شرکت رای دهند. این نوع رفتار می‌تواند موجب کسب صدها هزار رای بیشتر شود که مشابه اتفاقی است که در هند رخ داد.

تأثیر بر انتخابات ۲۰۱۶:براساس محاسبات «اپشتین»، نتایج جانب‌دارانه گوگل می‌تواند در انتخابات آمریکا، نتایج آرا را تا دو درصد یعنی حدود ۲.۶ میلیون رای تغییر دهد. این رقم شاید چندان زیاد نباشد، اما تکلیف بسیاری از انتخابات ریاست‌جمهوری در آمریکا با ارقامی کمتر از این مشخص شده است.

بررسی شواهد: این شواهدی از این سوءاستفاده وجود دارد؟ درحال‌حاضر هیچ راهی برای پاسخ به این سؤال وجود ندارد. درکل ناظران نمی‌توانند روی گوگل، فیس‌بوک یا دیگر غول‌های فناوری دینار کنند تا بپی برند الگوریتم‌های اختصاصی آنها محتوای صفحه را چگونه تعیین می‌کند. حقوق مالکیت فکری به این شرکت‌ها اجازه می‌دهد مشخصات جست‌وجو و الگوریتم‌های خوراک خبری را مخفی نگه دارند و این موضوع، بی‌برد نب هرگونه جانب‌داری را در محتوا دشوار می‌کند. اما «اپشتین» معتقد است گوگل روی تأثیر نامشهود موتور جست‌وجو به نفع زاید دموکرات‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند. گرچه او شواهدی در دست ندارد که نشان دهد نتایج جست‌وجو جانب‌دارانه هستند، اما به تاقضاتی پی برده است که نشان می‌دهد موتور جست‌وجوی گوگل با «پیشنهاد جست‌وجو» ظاهرا از «کلیتئون» طرفداری می‌کند.

قدرت پیشنهاد: «اپشتین» و همکارش «رونالد روبرتسان» به بررسی پیشنهادها پرداختند. «زمانی که تایپ‌کردن یک جست‌وجو را آغاز می‌کنیم، گوگل به صورت خودکار پیشنهادهایی را ارائه می‌دهد که «تکمیل خودکار» نام دارد. محققان با استفاده از عبارات پیشنهادی مانند «هیلاری کلیتئون» یا «ضد دونالد ترامپ» بارها به بررسی این موضوع پرداختند که آیا موتور جست‌وجو نتایج رسواکننده بیشتری برای یک نامزد ارائه می‌کند یا خیر. نتایج تحقیق آنها هنوز به نتیجه نهایی نرسیده و در مجلات تخصصی منتشر نشده، اما «اپشتین» می‌گوید ثابت کرده‌اند که گوگل درخواست‌های جست‌وجوی منفی کمتری برای «کلیتئون» (در مقایسه با سناتور برنی ساندرز یا دونالد ترامپ و سایر نامزدهای برتر جمهوری‌خواهان) پیشنهاد می‌کند. بررسی‌های «اپشتین» نشان داد موتور جست‌وجوی «مارکو کوچک» و«د ترع‌وگو» را پیشنهاد داد که دو مورد از القاب نامناسب و غیرمشهور «ترامپ» هستند، اما «هیلاری پدکار» یا «کین فاسد» را پیشنهاد نمی‌دهد. الگوریتم‌های موتورهای جست‌وجو اختصاصی هستند از این‌رو با قطعیت نمی‌توان گفت چه عاملی تأثیر را بر کنترل می‌کند. یک موتور جست‌وجو معمولا براساس عوامل مختلف، از جمله پیشینه وب‌گردی شخص، موقعیت او (براساس آدرس پروتکل اینترنتی) یا حتی کل نتایج جست‌وجوهای دیگران، کار تکمیل خودکار را انجام می‌دهد. گوگل در واکنش به ادعاهای مختلف درباره جانب‌داری سیاسی در الگوریتم تکمیل خودکار، در مطلبی که در وبلاگ خود منتشر کرد، مدعی شد الگوریتم تکمیل خودکار را به نحوی طراحی کرده است که در جست‌وجوهای اسامی اشخاص، واژه‌های توهین‌آمیز یا انتقادی را پیشنهاد نکند. گوگل می‌گوید: «پس از اینکه تکمیل خودکار اغلب موارد توهین‌آمیز، آسیب‌زا و نادرست را درباره افراد پیش‌بینی می‌کرد، این تغییر را لحاظ کردیم. این فیلتر برای افراد مختلف یکسان عمل می‌کند». البته «اپشتین» این توضیح را نپذیرفت. او می‌گوید: «طوری بیانیه را تنظیم کرده‌اند که انگار تمام واژه‌های منفی برای افراد را حذف می‌کنند، ولی این ادعا درست نیست». اما هر اتفاقی که در جریان باشد، هر نوع جانب‌داری می‌تواند تأثیری شگفت‌انگیز بر رای‌دهندگان مردم بگذارد. براساس تحقیق منتشرنشده «اپشتین»، رای‌دهندگان مردم روی مطالبی که به شکل منفی تنظیم شده‌اند، ۱۵ برابر بیشتر از مطالبی که به شکل مثبت تنظیم شده‌اند، کلیک می‌کنند. او می‌گوید: «در نتیجه شاید مخفی‌کردن نتایج جست‌وجوی منفی، راه بسیار آسانی برای تغییردادن نظر در فضای آنلاین باشد».

پیشگیری از جانب‌داری: آیا راهی وجود دارد که غول‌های فناوری نتوانند جانب‌دارانه رفتار کنند؟ بله اما اغلب این روش‌ها نیازمند فناوری‌های هوشمندانه‌ای است که هنوز اختراع نشده‌اند. برخی روش‌های دیگر نیز نیازمند کمک دولت، قانون و شرکت‌های فناوری هستند. شاید به‌جای نظارت بر این شرکت‌های فناوری با وجود میل آنها، الزام آنها به همسویی با ناظران آسان‌تر و مفیدتر باشد.

آکادمی

کشتن زود هنگام ایده‌ها



وحید شامخی

چرا کدک (Kodak) آن‌قدر دیر به بازار دوربین‌های دیجیتال وارد شد؛ درحالی‌که خود اولین سازنده دوربین دیجیتال در یکی از مراکز تحقیقاتی‌اش بود. اولین کامپیوتر شخصی با فضای گرافیکی به‌وسیله شرکت زیرکس در سال ۱۹۷۳ توسعه داده شد؛ اما چرا شرکت اپل در سال ۱۹۷۶ گوی سبقت را ربود؟ حتما این جمله را زیاد شنیده‌ایم که ما نیاز به ایده‌های بیشتر و جدیدتر داریم؛ اما شاید جالب باشد که بیشتر اوقات، کمبود ایده جدید وجود ندارد بلکه کمبود توجه و جدی‌گرفتن ایده‌های خوب موجود، وجود دارد. سختی نوآوری، در خلق ایده جدید نیست، بلکه در شناسایی ایده‌های موجود است. باید فکری برای فرهنگ کشتن زود هنگام ایده‌های جدید کرد! شرکت نرم‌افزاری Rite-Solutions بیش از ۱۰ سال است که راهکاری برای حل این مشکل یافته است؛ بازاری به نام «بازار ایده» (Idea Market) در شرکت خود ایجاد کرده است و هر یک از پرسنل می‌توانند ایده‌های خود را آزادانه در آنجا در قالب یک سهام، ثبت کنند و تعبیری به‌عنوان صندوق سرمایه‌گذاری مشترک دارند. هر یک از پرسنل، ۱۰ هزار دلار اعتبار مجازی دارند که می‌توانند از آنانه روی هر ایده‌ای که به نظرشان مناسب است، سرمایه‌گذاری کنند. علاوه بر سرمایه‌گذاری، هر یک از پرسنل می‌توانند درخواست همکاری را در توسعه یک ایده بدهند و بخشی از زمان کاری خود را در آن پروژه (ایده) کار کنند. اگر رشد یک ایده از حد مشخصی بیشتر باشد، همه افرادی که از آن حمایت کرده‌اند، سهمی از سود آن خواهند داشت.

به محصولات کوچک و بزرگ مانند ارائه محصولات جدید در صنایع جدید این شرکت شده است. فقط در سال اول، این برنامه نقشی ۵۰۰درصدی در رشد این شرکت داشته است. شاید یکی از مهم‌ترین کارکردهای این برنامه، ایجاد فرهنگ شناسایی دموکراتیک ایده‌ها در مقابل شناسایی سلسله‌مراتبی

ایده‌ها بوده است؛ اما کارکرد این بحث از سه منظر درخور توجه است؛ منظر اول، منظر کلان سیاست‌گذاری است که باید حمایت و تسهیلات بیشتری برای رشد مراکز پرورش ایده، شتاب‌دهنده‌های ایده و سرمایه‌گذاران روی ایده‌ها ایجاد شود. منظر دوم، منظر سازمان و شرکت است که می‌بایست راهکارهایی برای ایجاد سنتر موفقیت‌آمیز نوآوری، مرکز تأمل و شاید استفاده، قرار گیرد و منظر سوم، منظر فردی است. همه ما ایده‌های جالب، جدید و بکری داریم که گهگاهی از ذهنمان می‌گذرد؛ بعضی اوقات بیشتر به آنها فکر می‌کنیم، بعضی اوقات با آنها پرواز می‌کنیم؛ اما در اغلب مواقع، به در اتاق تاریک خاطراتمان محبوس می‌شوند. مواقعی هم پیش می‌آید که در جایی یا جمعی یاد آنها می‌افتیم و می‌گوییم که یادش بخیر فلان زمان فلان ایده را داشتم، ولی به جایی نرسید یا برایش کاری نکردم. شاید آگاهی از همین موضوع (کشتن زود هنگام ایده‌ها) به ما کمک کند از ایده‌هایمان با سرعت کمتری عبور کنیم و زمان بیشتری را صرف آنها کنیم.

✳ مشاور حوزه مدیریت استراتژیک تکنولوژی
ادامه در صفحه ۱۲

به نظر من این استدلال ضعیفی است و نامزدی که نمی‌تواند به‌خوبی به پرسش‌ها پاسخ دهد، به آن متوسل می‌شود. اولویت‌داشتن یا نداشتن یک موضوع، دلیل نمی‌شود که در آن زمینه پاسخ‌گو نباشند. موضوعات و مسائل کشور متنوع هستند؛ ولی به‌هر حال باید برای توسعه علمی برنامه داشت. برای مثال دولتی بیان می‌کند موضوعات اقتصادی برای او اولویت دارد؛ ولی به‌هر حال باید درباره موضوع علم، جوانان، ورزش یا امنیت برنامه داشته باشد و نظر بدهد؛ حتی اگر این موضوعات در اولویتش نباشند. من به‌عنوان یک شهروند یا یک دانشجوی نمی‌توانم بپذیرم که یک نامزد این‌گونه استدلال کند. یک نامزد می‌تواند اولویتش را اعلام کند و مثلا بگوید موضوعات امنیتی برای من در اولویت است؛ ولی به‌هر حال باید درباره موضوعات دیگر برنامه داشته باشد و نظر بدهد. فرض کنیم موضوع علم یا توسعه علمی، اولویت پنجم، دهم یا اولویت آخر باشد، در هر صورت باید برنامه‌اش را ارائه دهد و نظرش را بگوید.

✎ نامزد انتخابات می‌گوید چون موضوع علم و توسعه علمی، خواست و مطالبه عمومی نیست، در اولویت برنامه‌های من هم قرار نمی‌گیرد و من لزومی نمی‌بینم در این حوزه وارد شوم. اکنون این پرسش پیش می‌آید که **جامعه دانشگاهی ما چه‌کار باید بکند تا مردم ما با اهمیت و کارایی برنامه‌ریزی علمی آشنا شوند و در چند دهه آینده، توسعه علم هم به یکی از مطالبات مردمی تبدیل شود؟**

این انتظار را از جامعه علمی داریم که در زمینه تخصصی خود، نظرشان را درباره جامعه علمی و آینده کشور بیان کنند. این یکی از کارهایی است که متخصصان باید انجام دهند؛ برای مثال در علوم فیزیکی، ما باید مشخص کنیم که امروزه، پژوهش‌های مربوط به علوم فیزیکی در چه وضعیتی است و در چه جهتی حرکت می‌کند؟ ما در کشورمان چه ضعف‌ها و قوت‌هایی در این زمینه داریم؟ نیازهای امروز و فردای ما چیست؟ اینها موضوعاتی است که متخصصان زمینه‌های مختلف باید برای ما بیان کنند. رسانه‌ها هم باید از متخصصان بخواهند که نظرشان را در این زمینه بیان کنند تا مردم آگاه شوند؛ ولی هم‌زمان با یک مشکل یا تهدید مقابله کنند؟ و چه برنامه‌هایی برای اجرای بهتر مردم بدانند آنها چگونه فکر می‌کنند. مردم باید بدانند نامزد انتخابات چه اهداف و برنامه‌هایی دارد و آیا توانایی اجرای این برنامه‌ها را دارد یا خیر. برای مثال اگر همه متخصصان کشور بگویند موضوع آب یا انرژی برای بقای کشور حیاتی است و دلایلش را هم دراین‌باره بیان کنند، در این صورت یک نامزد ریاست‌جمهوری هم باید حتما بیان کند که دیدگاهی دربارۀ این نظر متخصصان چیست و چگونه می‌خواهد با یک مشکل یا تهدید مقابله کند؟ و چه برنامه‌هایی برای اجرای بهتر یک هدف دارد این موضوع باید یکی از مطالبات مردم ما باشد.