

થોડામાં ઘણું

વિકલ્પોની માયાજાળ

થોડા સમય પહેલાં જ મારા એક મિત્રયુગલે એક બંધાઈ રહેલો ફ્લેટ ખરીદ્યો ત્યારથી આજ સુધી અમારી વચ્ચે કોઈ બીજા વિષય ઉપર વાતચીત જ થઈ નથી. છેલ્લા બે મહિનાથી અમારી વાતચીતનો વિષય હોય છે ફક્ત બાયરૂમની ટાઈલ્સનો – સિરામિક, ગ્રેનાઈટ, માર્બલ, મેટલ, કાચ, વુડન, સ્લેટ કે પછી વિવિધ પ્રકારના લેમિનેટ્સ. મારા મિત્રની પત્નીને અમે આવા સંતાપમાં ઘેરાયેલી પહેલાં કદી જોઈ ન હતી. પોતાની હૈયાવરાળ ઠાલવતાં તે કહેતી “આટલા બધા વિકલ્પોમાંથી શું પસંદ કરવું? ત્રાસી ગઈ છું.” અને પાછું કેટલોગ્સ જોવાનું ચાલુ.

મારા અવલોકન મુજબ નજીકના પ્રોવિઝન સ્ટોરમાં 12 જાતના ચોખા, 5 જાતના ઘઉં, 20 બ્રાન્ડની ટૂથપેસ્ટ, 36 જાતનાં બિસ્કિટ્સ, 18 બ્રાન્ડના સાબુ, 15 બ્રાન્ડનાં ડિટર્જન્ટ્સ મળે છે. ઓછામાં ઓછી 1500 વસ્તુનો સ્ટોક થતો હશે. એમેઝોન પાસે તો લગભગ 20 લાખ જેટલા જુદાંજુદાં પુસ્તકોનો સ્ટોક હોય છે. આવી જ રીતે આજકાલ લોકો પર કેટલીય જાતના વિકલ્પોનો પ્રચંડ મારો થઈ રહ્યો છે, સેંકડો પ્રકારની માનસિક સમસ્યાઓ, કારકિર્દીની પસંદગીમાં પણ હજારો વિકલ્પ, ફરવા જવાનાં સ્થળોમાં કેટલાય ઓપ્શન્સ, અને વિવિધ જીવનશૈલી... આટલા બધા વિકલ્પો ક્યારેય ન હતા.

હું જ્યારે નાનો હતો ત્યારે 4-5 પ્રકારનાં બિસ્કિટ્સ, બે

TV ચેનલ્સ, બે બ્રાન્ડની કાર (જે વરસો સુધી કાગડોળે રાહ જોયા બાદ મળતી), 3 બ્રાન્ડનાં સ્કૂટર્સ અને એક જ - તે પણ સરકારી - ટેલિફોન મળતો. કેટલાંય વર્ષો રાહ જોયા બાદ માંડ મળતાં આ ડાયલવાળા કાળા ડબલાનું એક જ કામ હતું - ફક્ત ટેલિફોન પર વાત કરાવવાનું અને આટલું આપણા સૌ માટે પર્યાપ્ત હતું. હવે જુઓ, આજે કોઈ પણ ફોન સ્ટોરમાં પગ મૂકતાં જ અસંખ્ય બ્રાન્ડનાં વિવિધ મોડલ્સના ફોન અને કેટલીય મોબાઇલ કંપનીના અલગ-અલગ પ્લાનના વિકલ્પોનાં પૂરમાં જાણે તણાઈ જવાય છે.

આ છતાં પણ આવી બહોળી ‘પસંદગી’ને આજકાલ પ્રગતિનો માપદંડ ગણવામાં આવે છે, જે આપણને જૂના જમાનાનાં રગશિયા ગાડાના કાળથી છુટકારો આપવાની પ્રતીતિ કરાવે છે. હા, વિકલ્પોની ભરમાર ઉત્તેજના તો આપે છે, પણ હદબહારની ભરમાર માણસને ચકરાવે ચડાવી દે છે અને જીવનશૈલીને ખેરવી નાખે છે. આને જ કહેવાય ‘વિકલ્પની માયાજાળ’.

યુરોપમાં એક પ્રયોગમાં સુપરમાર્કેટમાં સ્ટોલ ગોઠવી 24 જાતના જુદાજુદા મુરબ્બા ગ્રાહકોને ‘ફ્રી સેમ્પલ’ તરીકે ચાખવા મૂક્યા. ગ્રાહકોને જે મુરબ્બા ચાખવા હોય તે અને પછી ડિસ્કાઉન્ટ પર ખરીદવાની સુવિધા આપી હતી. આના બીજા દિવસે અહીં 24ને બદલે ફક્ત 6 જાતના મુરબ્બા મૂકીને આ પ્રયોગ ફરી કર્યો. પરિણામ? પહેલા દિવસ કરતાં બીજા દિવસે 10 ગણા વધુ મુરબ્બા વેચાઈ ગયા. કારણ? 24 જાતના વિવિધ મુરબ્બા ચાખવાની કોશિશ કરતાં ગ્રાહકો એટલું મૂંઝાઈ જતા કે કશું જ ખરીદ્યા વગર જતા રહેતા. આ જ પ્રયોગ મુરબ્બા સિવાય બીજા પ્રોડક્ટ્સ પર પણ કરવામાં આવ્યો અને પરિણામમાં એ જ રહ્યું.

પસંદગીનું ફલક જેટલું વિસ્તૃત, પસંદગી પામવાની શક્યતા એટલી જ ઓછી. તમે જો આજના યુવાનોને પ્રશ્ન કરો કે તમારા જીવનસાથીમાં શું હોવું સૌથી અગત્યનું છે, તો તેઓ આ બધા સામાન્ય ગુણો જણાવશે - બુદ્ધિમત્તા, ઉછેર, સંસ્કાર, સારી રીતભાત, ઉખા, લાક્ષણિકતા, વિનોદવૃત્તિ, આકર્ષક દેખાવ, ધ્યાન દઈને વાત સાંભળવાની કળા વગેરે. પણ પસંદગી કરતી વખતે તેઓ ખરેખર આ બધા ગુણો જોઈને જ કરે છે ખરા?

થોડાં વર્ષો પહેલાં જ યુવકો પોતાની આસપાસના વર્તુળમાંના 15-20 પાત્રમાંથી જીવનસાથી પસંદ કરી લેતા. એ સમયમાં પરસ્પરનાં કુટુંબની

ઓળખાણ, જીવનધોરણ તથા ઉપર જણાવેલા ગુણમાંથી થોડા ગુણ મળતા હોય તો નક્કી થઈ જતું. આજકાલ ડેટિંગ કે એપ દ્વારા સંપર્કના જમાનામાં અસંખ્ય વિકલ્પોમાંથી મનગમતા જીવનસાથીને પસંદ કરવાનું શક્ય બને છે, પણ હવે એ પણ સાબિત થઈ ચૂક્યું છે કે આવી ચકરાવે ચઢાવી દે એટલી વિશાળ પસંદગીનો અવકાશ એટલો માનસિક તણાવ ઊભો કરે છે કે યુવાન માનસ માટે બીજા બધા ગુણોને મુકાબલે છેવટે માત્ર ‘આકર્ષક દેખાવ’ એ જ સૌથી મહત્ત્વનો બની જાય છે. આનું પરિણામ તો હવે સૌ જાણે જ છે.

છેલ્લે, પસંદગીના અતિ વિશાળ ફલકની માયાજાળ લાવે છે પ્રચંડ અસંતોષ. જ્યારે તમારી પાસે 200 જેટલા વિકલ્પ હોય ત્યારે તમારી પસંદગી સારી છે એની કેવી રીતે ખાતરી કરશો? એ શક્ય જ નથી. જેટલા વિસ્તૃત અને વધુ વિકલ્પો, તેટલી જ અનિશ્ચિતતા અને તે પછી તેટલો જ વધુ અસંતોષ.

સમાપન : વિકલ્પોને ધ્યાનમાં લેતાં પહેલાં તમે એકચિત્તે ધ્યાન દઈ વિચાર કરો કે તમને જોઈએ છે શું? તમારી પસંદગીના માપદંડ નોંધો અને તેમાંથી જરાય આઘાપાછા ન થાવ. બીજું એ પણ યાદ રાખો કે કોઈ પણ પસંદગી કદી 100% પર્ફેક્ટ હોઈ જ ન શકે. ખરું જોતાં તો શ્રેષ્ઠતમની પસંદગી કરવી તાર્કિક રીતે અસંભવ છે. આથી શ્રેષ્ઠતમ કરતાં પણ ‘સારી’ પસંદગીનો વિચાર કરો. આજના અસંખ્ય વિકલ્પોના જમાનામાં શ્રેષ્ઠ કરતાં ‘ઘણું સારું’ પસંદ કરવામાં જ સમજદારી છે.

આ પણ જુઓ :

નિર્ણય લેવાનો થાક (પૃ.22)

પર્યાય સામે આંખમાં ચામણાં (પૃ.54)

ડિફિલ્ટની અસર (પૃ.94)

શૉફરિયું જ્ઞાન

ન્યૂઝ-એન્કરને ગંભીરતાથી ન લેવાય

1918માં મેક્સ પ્લાન્કે ફિઝિક્સમાં નોબેલ પ્રાઈઝ મેળવ્યું અને પછી આખું જર્મની ફરવા નીકળી પડ્યા. જ્યાં-જ્યાં તેમને આમંત્રણ મળતું હતું તે દરેક જગ્યાએ ‘ન્યૂ ક્વોન્ટમ ફિઝિક્સ’ ઉપર એક સરખું લેક્ચર આપતા. થોડો સમય જતાં તેમના શૉફરને પણ આ આખું લેક્ચર મોઢે થઈ ગયું. એણે કહ્યું ‘પ્રોફેસર સાહેબ, એકનું એક લેક્ચર દર વખતે આપ્યા કરવાનો આપને કંટાળો આવતો હશે. મ્યુનિકમાં આપની જગ્યાએ હું આ લેક્ચર આપું તો કેવું? આપ આગલી હરોળમાં મારી શૉફર-કેપ પહેરીને બેસી શકો છો. આથી આપણને બંનેને કંઈક નવું કરવાનો આનંદ મળશે.’

પ્લાન્કને આ વિચાર ગમી ગયો અને તે સાંજે પ્રતિષ્ઠિત શ્રોતાઓની સામે શૉફરે ક્વોન્ટમ ફિઝિક્સ પર લાંબું લેક્ચર ઝાડ્યું. આ પછી શ્રોતાઓમાંથી એક ફિઝિક્સના પ્રોફેસરે ઊભા થઈને એક સવાલ પૂછ્યો. શૉફરે જવાબ આપ્યો, ‘મ્યુનિક જેવાં આધુનિક શહેરમાં આવો સહેલો સવાલ કોઈ પૂછી શકે એવું મેં કદી વિચાર્યું જ ન હતું. મારો શૉફર આ સવાલનો જવાબ આપશે.’



જગતના અગ્રણી ઈન્વેસ્ટર ચાર્લી મુંગેરના કહેવા પ્રમાણે જ્ઞાન બે પ્રકારનાં હોય છે. પહેલું એ કે જેમાં આપણને સાચું જ્ઞાન મળે છે, જે આપણે એવા લોકો પાસેથી પામીએ

છીએ જેમણે ખૂબ સમય અને ઘણી મહેનતથી આ વિષયમાં ઊંડો અભ્યાસ કરીને સઘન જાણકારી મેળવી છે. બીજું છે – શૌફરનું જ્ઞાન, જે વાકુપટ્ટુ લોકો સારી રીતે રજૂ કરી શકે છે. કદાચ તેમનો અવાજ પણ પ્રભાવશાળી હોય કે પછી તેમનો આકર્ષક દેખાવ એ વાત ઢાંકી દે છે કે તેઓ જે જ્ઞાન રજૂ કરે છે એ તેમણે પોતે ગ્રહણ કરેલું નથી. એ તો ફક્ત છટાદાર રજૂઆતથી વાંચી સંભળાવે છે.

કમનસીબે, શૌફરિયા જ્ઞાનથી સાચા જ્ઞાનને અલગ તારવવું ઘણું મુશ્કેલ થવા માંડ્યું છે. ન્યૂઝ-એન્કરો બાબતે તો આ સહેલું છે. બધાંને આ ખબર જ છે કે તેઓ તો નાટકિયા એક્ટરો હોય છે, આથી વિશેષ કશું જ નહીં. ટાપટીપ કરીને સૂટબૂટ અને કીમતી ડ્રેસમાં સજ્જ થયેલા અને માત્ર સ્ક્રિપ્ટ વાંચી જનારા આ લોકો, કેટલો અહોભાવ જગાડી માન મેળવી લે છે અને કોઈ પણ વિષયોની ચર્ચામાં મોડરેટર તરીકે અઢળક પૈસા કમાય છે એ જોઈ અચરજ થાય છે.

અમુક પત્રકારોએ મહેનત કરીને પોતાના ક્ષેત્રમાં ઊંડી માહિતી મેળવી હોય છે, પરંતુ ઘણા વરિષ્ઠ પત્રકારો પોતાના વિષયમાં ઊંડો રસ લઈ આગળ આવેલા હોય છે. તેઓ ગૂંચવણભર્યા વિષયમાં મહેનત સાથે અથાગ અભ્યાસ કરી સમજ કેળવે છે અને તેને સારી રીતે રજૂ કરે છે. તેઓ લાંબા અને વિસ્તૃત લેખોમાં અનુરૂપ ઉદાહરણો અને અપવાદો સારી રીતે સમજાવી શકે છે. તેમ છતાં મોટા ભાગના પત્રકારો તો વિષય બાબતે ‘શૌફર’ની કક્ષામાં જ આવે છે, જે કોઈ પણ વિષયમાં ઝાઝી મહેનત કર્યા વગર મગજમાં જે ઊપજી આવે તેવો લેખ લખી નાખે છે. ઘણી વાર તો ગૂંચવણભર્યા કૃપાથી જ એ લેખ તૈયાર થઈ જતો હોય છે. તેમનાં લખાણો એકતરફી, ટૂંકા અને તેમનાં અછડતાં જ્ઞાનને છતા કરતાં હોય છે.

વેપાર-ધંધાના ક્ષેત્રે પણ આવું ઉપરછલ્લાપણું દેખાઈ આવે છે. કંપની જેટલી મોટી અને નામાંકિત, તેના CEO સ્ટાર હોવાનો એટલો જ મોટો દેખાડો કરશે. નિષ્ઠા, ગાંભીર્ય અને વિશ્વસનીયતા જેવા ગુણોને આવા ઊંચા સ્થાનમાં બહુ મહત્ત્વ અપાતું નથી. ઘણી વાર શૌરહોલ્ડર્સ અને બિઝનેસ પત્રકારો માની લે છે કે ઝાકમઝોળભર્યું પ્રદર્શન કરવાની હોશિયારી બતાવવાથી જ ફતેહ મળે છે, પણ ખરેખર એવું નથી.

શૌફરિયા જ્ઞાનના પ્રભાવથી બચવા માટે મુંગરના પાર્ટનર વૉરન બફેટે એક

સરસ ઉક્તિ કહી છે : ‘સર્કલ ઓફ કોમ્પિટન્સ’, એટલે કે કાર્યક્ષમતાનું વર્તુળ. આ વર્તુળની અંદર શું છે તેની તમને સાહજિક રીતે ઊંડી સમજ હશે. જે આ વર્તુળની બહાર છે તે બાબતે તમને અછડતી સમજ હશે. મુંગેરનું એક ઉત્તમ સૂચન છે કે તમે તમારી ક્ષમતાના વર્તુળના પરિઘમાં જ રહો. તમે શું સમજી શકો છો અને શું નથી સમજી શકતા તેની તમને બરાબર જાણ હોવી જોઈએ. આ વર્તુળ કેટલું મોટું અને વિસ્તૃત છે તેનું મહત્ત્વ નથી, પણ આ વર્તુળની સીમા કેટલી છે, તેની તમને બરાબર જાણ હોવી જોઈએ. મુંગેર ભાર દઈને કહે છે ‘તમારે સૌપ્રથમ તમારી અભિરુચિ કયા વિષયમાં છે એ જાણી લેવું જોઈએ. જો તમે એવી રમતમાં ભાગ લો છો, જેમાં બીજા સ્પર્ધકોને તમારા કરતાં વધુ અભિરુચિ અને પ્રભુત્વ છે, તો તમારી હાર નિશ્ચિત છે.’ આ આગાહી લગભગ સાચી જ ઠરે છે. તમારે જાણી લેવું જોઈએ કે કયા વિષયમાં તમે પારંગત છો અને તમારે એ વર્તુળની સીમામાં રહીને જ રમવું રહ્યું.

સમાપન : શોફરિયા જ્ઞાન આપનાર વ્યક્તિઓ પર ખાસ ધ્યાન આપતાં રહો. પછી તે કોઈ કંપનીના પ્રવક્તા, ન્યૂઝ-એન્કર, ઇન્ફલુએન્સર્સ વગેરેને સાચું જ્ઞાન ધરાવનાર માની લેશો નહીં. સચોટ જ્ઞાન ધરાવનાર, તે કેટલું જાણે છે અને શું નથી જાણતા તેની સીમા બરાબર જાણે છે. જો તેને લાગે કે આ વિષય તેની ક્ષમતાના વર્તુળની સીમાની બહાર છે, તો તે ચૂપ રહેશે અથવા સીધેસીધું કહી દેશે કે ‘આ હું જાણતો નથી’. તે પણ કોઈ જાતની શરમ, શેહ કે ખેદ વગર અને નિખાલસતાથી, જ્યારે શોફર પાસેથી આ સિવાયનું બધું જ સાંભળવા મળશે.

આ પણ જુઓ :

પારંગતો પર આધાર (પ્ર.4)
મૂર્ખામીભરી બડબડ (પ્ર.50)
સત્તાનો ડર (પ્ર.67)

ભવિષ્યની જાણકારીનો આભાસ

બની બેઠેલાં ભવિષ્યવેતા

- ત્રણ જ વરસમાં ફેસબુક સમગ્ર જગતનું પ્રથમ નંબરનું મનોરંજનનું પ્લેટફોર્મ બનશે.
- બે વરસમાં ઉત્તર કોરિયામાં સત્તાપલટો થશે.
- ફ્રાન્સ માટે 'દ્રાક્ષ ખાટી' થશે, કારણ કે આર્જેન્ટિનાના વાઈનનું બજારમાં વર્ચસ્વ જામશે.
- યુરોમાં ધબડકાની આશંકા.
- 2030 સુધીમાં સસ્તા દરે અવકાશયાત્રા.
- આવતાં 15 વરસમાં ક્રૂડ-ઓઈલ મળવું બંધ.

રોજેરોજ નિષ્ણાતો આપણી ઉપર વિવિધ પ્રકારની આગાહીઓનો મારો ચલાવીને આભાસ ઊભો કરે છે, પણ આ બધા પર કેટલો ભરોસો કરાય? થોડાં વરસો પહેલાં આ બધું ચકાસવાની કોઈને પડી ન હતી. પછી આવ્યા ફિલિપ ટેટલોક. 10 વરસના સમયગાળામાં તેમણે 284 જેટલા બની બેઠેલા નિષ્ણાતો દ્વારા કરાયેલી 28,361 આગાહીઓનો અભ્યાસ કર્યો. પરિણામ : ચોકસાઈની દૃષ્ટિએ આ નિષ્ણાતોએ કરેલી આગાહી, મનફાવે તેમ આગાહીઓ કરનારા લોકો કરતાં માત્ર નામ પૂરતી ચોક્કસ હતી. માનવામાં ન આવે, પણ જે નિષ્ણાતો મીડિયાના માનીતા હતા તેમની ઘણીખરી આગાહીઓ ભૂલભરેલી હતી. ખાસ તો એવી આગાહીઓ જે હંમેશાં વિનાશ અને

અફરાતફરીની દહેશત ફેલાવતી. તેમની અસંભવ અને વિચિત્ર આગાહીઓના થોડા નમૂના જોઈએ : ‘કેનેડા, નાઈજીરિયા, ચીન, ભારત, ઇન્ડોનેશિયા, દક્ષિણ અમેરિકા, બેલ્જિયમ અને યુરોપિયન યુનિયનમાં અંધાધૂંધી થઈ ટુકડા થશે.’ પણ આ દેશોમાં આવું કશું જ ન થયું.

હાર્વર્ડના વિખ્યાત અર્થશાસ્ત્રી જહોન કેનેથ ગેલબ્રેઇથે લખ્યું છે, આગાહી કરનારાઓના બે પ્રકાર હોય છે. પહેલો પ્રકાર, તેઓ જે કશુંય જાણતા નથી, અને બીજો, જેઓ જાણતા નથી કે તેઓ કશુંય જાણતા નથી. આમ લખીને ગેલબ્રેઇથે પોતાની બિરાદરીના લોકો સાથે વેરભાવ ઊભો કર્યો. ફંડ મેનેજર પીટર લિન્ચે આનાથીયે આકરું નિવેદન આપ્યું, ‘અમેરિકામાં 60,000 ઇકોનોમિસ્ટ છે. તેમાંના ઘણા પોતાની નોકરી કરતાં-કરતાં મંદી અને વ્યાજના દરની આગાહી કર્યા કરતા હોય છે. જો તેઓ આ કામ સળંગ બે વાર કોઈ ભૂલ વિના બરાબર કરી શક્યા હોત તો તેઓ અત્યાર સુધીમાં પોતે જ કરોડોપતિ બની ગયા હોત. જ્યાં સુધી હું જાણું છું, આમાંના ઘણા ખરા હજી પણ નોકરી જ કરી રહ્યા છે, આ હકીકત આપણને એમના વિશે ઘણું કહી જાય છે.’ આ દસ વરસ પહેલાંની વાત છે. આજે તો અમેરિકાએ આનાથી ત્રણ ગણા ઇકોનોમિસ્ટને કામે રાખ્યા હશે અને તેમની આગાહીઓના ધોરણમાં લેશમાત્ર સુધારો નહીં!

આ બાબતે સૌથી મોટી વિટંબણા એ છે કે નિષ્ણાતો બેફામ રીતે નકારાત્મક આગાહીઓ કર્યે જ જાય છે અને તેમના પર કોઈ જ રોકટોક નથી. નસીબ જોગે કોઈ આગાહી સાચી પડી ગઈ તો તેમને જલસા! ભરપૂર પ્રસિદ્ધિ! તેમની ‘વિદ્વત્તાનો લાભ મેળવવા’ કન્સલ્ટન્સીની ઓફિસો અને પ્રકાશનોમાં કોલમ છાપવા માટેના સોદા. અરે! જ્યારે તેઓની આગાહી સરેઆમ ખોટી હોય, તો પણ તેઓ પર કોઈ અંકુશ ન હોવાથી તેમને કોઈ દંડ થતો નથી કે નથી તેમને કોઈ માઠાં પરિણામનો ભય હોતો, ન તો આર્થિક નુકસાન ભરપાઈ કરી આપવાનો કે નથી માનહાનિનો કોઈ પ્રશ્ન ઊભો થતો. કોઈ પણ પરિસ્થિતિમાં લાભ જ લાભ મળતો હોવાથી તેમને મનફાવે તેટલી આગાહી બેફામ રીતે કર્યે જવાની જાણે છૂટ મળે છે.

અલબત્ત, જો તેઓ જેટલી વધારે આગાહીઓ કરે તો એમાંથી અમુક યોગાનુયોગે સાચી પડે અને આમ તેમનું ગાહું ગબડતું રહે. સૈદ્ધાંતિક રીતે તો

આવા આગાહી કરનારાઓએ તેમની પ્રત્યેક આગાહી દીઠ અમુક રકમ, દા.ત. રૂ. 10 લાખ ‘આગાહી ફંડ’માં ફરજિયાત જમા કરાવવી જોઈએ. જો આગાહી સાચી પડે તો તે નિષ્ણાતને આ રકમ વ્યાજ સહિત પાછી મળે. જો તે ખોટી પડે તો તે રકમ ધર્માદામાં જઈ સારાં કામોમાં વપરાય.

તો પછી શેની આગાહી થઈ શકે અને શેની ન થાય? અમુક વાતો એકદમ સહેલી અને સરળ હોય છે. દા.ત. એકાદ વરસમાં મારું વજન કેટલું થઈ જશે તે હું અંદાજી શકું, પરંતુ પરિસ્થિતિ જટિલ હોય, સમયગાળો લાંબો હોય તો ભવિષ્યનો અંદાજ ધૂંધળો પડતો જાય છે. વૈશ્વિક તાપમાનમાં વધારો (ગ્લોબલ વોર્મિંગ), ખનીજ તેલની કિંમત, ચલણોના વિનિમયનો દર વગેરે બાબતોનો અંદાજ કાઢવો લગભગ અશક્ય બની જાય છે. કોઈ પણ પ્રકારની નવી શોધની આગાહી કરી જ ન શકાય, કારણ કે જો આપણે જાણતા હોઈએ કે ભવિષ્યમાં કેવી ટેકનોલોજી આપણે શોધી લઈશું, તો તે આપણે શોધીને વાપરવા માંડી હોત.

આથી જ્યારે કોઈ પણ આગાહી કરવામાં આવે ત્યારે તેને શંકાશીલ થઈ જરૂર ચકાસો. જ્યારે કોઈ આગાહી સાંભળું છું, હું જરૂરથી મલકી લઉં છું અને બે પ્રશ્નો પૂછી લઉં છું.

પહેલો પ્રશ્ન : આ નિષ્ણાતને આનાથી શું લાભ મળશે? તે જો ક્યાંય નોકરી કરતો હોય તો ખોટી આગાહી કરવાથી નોકરી ગુમાવવાની શક્યતા ખરી? કે પછી એ બની બેઠેલો ‘ગુરુ’ છે, જે પુસ્તકો લખી-લખીને અને ભાષણો આપીને કમાણી કરે છે? બીજા પ્રકારની આગાહી કરનારા, તેમને મીડિયામાં મળતી પ્રસિદ્ધિ પર નિર્ભર હોય છે. તેથી તેમની આગાહીઓ સનસનાટીભરી હોવાની શક્યતા ધરાવતી હોય.

બીજો પ્રશ્ન : તેણે સફળતાપૂર્વક કરી હોય એવી આગાહીઓનો દર કેટલો? છેલ્લાં પાંચ વરસમાં તેણે કેટલી આગાહીઓ કરી છે? આ બધી આગાહીઓમાંથી કેટલી સાચી પડી અને કેટલી ખોટી ઠરી? આ માહિતી અત્યંત જરૂરી છે, પણ મોટા ભાગે તેની નોંધ લેવાતી જ નથી. હું મીડિયાવાળાઓને આજીજીપૂર્વક વિનંતી કરું છું કે કોઈ નિષ્ણાત દ્વારા અત્યાર સુધી કરાયેલી આગાહીઓના ઇતિહાસનો

હિસાબ આપ્યા વગર કોઈ
પણ નવી આગાહીને છાપી
પ્રસિદ્ધિ આપશો નહીં.

અને છેવટે, ભૂતપૂર્વ બ્રિટિશ વડા પ્રધાન,
ટોની બ્લેરનું એક સચોટ વિધાન ‘હું આગાહી
કરતો નથી. મેં કદી કરી નથી અને કદીયે
કરીશ નહીં’, જે આ સંદર્ભમાં અતિ ઉચિત
અને બંધબેસતું છે.

આ પણ જુઓ :

દૂરદેશીપણાનો ભ્રમ (પ્ર.6)

કાળો હંસ (બ્લૅક સ્વાન) (પ્ર.18)

ધ્વાનિંગની ભ્રમણા (પ્ર.37)

સુખ માટેની રઝળપાટ (પ્ર.40)

સત્તાનો ડર (પ્ર.61)

અપેક્ષા (પ્ર.81)

આત્મવિશ્વાસનો અતિરેક (પ્ર.92)

પારંગતો પર આધાર

જ્ઞાનને તબદીલ કરવું અશક્ય છે

સ્પષ્ટ વિચારવા અંગેનાં પુસ્તકો લખવા સાથે જ તેના અમુક ફાયદા મળવાના શરૂ થઈ જાય છે. મોટા ઉદ્યોગપતિઓ અને રોકાણકારો મને તગડી ફ્રી આપીને ભાષણ માટે બોલાવે છે (ખરું જોઈએ તો એમની આ ગણતરી કેટલી ભૂલ ભરેલી છે! પુસ્તકો આ ફ્રીના પ્રમાણમાં ઘણાં સસ્તાં પડે!). એક મેડિકલ કોન્ફરન્સમાં મારી સાથે શું બન્યું તે જણાવું : હું ‘બેઝ-રેટની અવગણના’ વિશે ભાષણ આપી રહ્યો હતો અને વિસ્તૃત રીતે સમજાવવા માટે એક કેસનો દાખલો આપ્યો. એક 40 વર્ષની વયના દર્દીને (બીજાં લક્ષણો ઉપરાંત) હૃદયમાં શૂળ ભોંકાતી હોય એવું અસહ્ય દર્દ થતું હોય તો એ હૃદયરોગની તકલીફ કે પછી માનસિક તાણ સૂચવે છે. તાણ તો પ્રમાણમાં ઘણી વાર અનુભવાતી હોય છે (જેથી તેનો બેઝ-રેટ વધુ ગણાય). આથી દર્દીને માનસિક તાણ માટે પહેલા તપાસવો જોઈએ. આ બધું તાર્કિકપણે સમજી શકાય છે અને ડોક્ટરો પણ આ સહજ રીતે જાણતા હોય છે. પણ મેં જ્યારે અર્થશાસ્ત્રમાંથી એક દાખલો આપ્યો ત્યારે ઘણાખરા ગડમથલમાં પડી ગયા.



હું જ્યારે રોકાણકારો સમક્ષ ભાષણ આપું ત્યારે પણ આવું જ બનતું. હું જો અર્થશાસ્ત્રને લગતા દાખલાઓ સાથે ભ્રમણાઓ વિશે સમજાવવા પ્રયત્ન કરું તો તે બધાને તરત જ સમજાઈ જતું, પણ હું જ્યારે બાયોલોજીમાંથી દાખલા

આપતો ત્યારે આ લોકો જાણે ગૂંચવાઈ જતા. નિષ્કર્ષ : જ્યારે ઊંડી સમજની અને પારંગતતાની વાત આવે છે, તો એ જરૂરી નથી એક ક્ષેત્રમાં નિષ્ણાત હોય તે બીજા કોઈ ક્ષેત્રમાં પણ એટલી જ પારંગતતા કે ઊંડી સમજ ધરાવે. આ તબદીલ થઈ જ ન શકે. આને ડોમેઈન ડિપેન્ડન્સ - 'ક્ષેત્રમાં પારંગતતા પર આધાર' તરીકે ઓળખાય છે.



1990માં હેરી માર્કોવિત્ઝને પોતાની 'પોર્ટફોલિયો સિલેક્શન'ની થિયરી માટે અર્થશાસ્ત્ર (ઇકોનોમિક્સ)માં નોબેલ પારિતોષિક મળ્યું. આ થિયરીમાં તેણે 'રિસ્ક એન્ડ રિટર્ન્સ' એટલે 'જોખમ અને નફા'ને ધ્યાનમાં રાખીને ઉત્કૃષ્ટ પોર્ટફોલિયો કેવી રીતે બનાવવો એ સમજાવ્યું છે. જ્યારે માર્કોવિત્ઝનો પોતાનો પોર્ટફોલિયો બનાવવાનો વખત આવ્યો ત્યારે તેણે કરેલી બચત શેર અને બોન્ડ્સમાં કેવી રીતે વહેંચી? સીધેસીધા 50:50ના પ્રમાણમાં. અડધી શેરમાં અને બાકીની અડધી બોન્ડ્સમાં. નોબેલ ઇનામ જીતનાર વિલક્ષણ અર્થશાસ્ત્રીને પોતાનાં જ નાણાંનું રોકાણ કરવા માટે તેણે પોતે તૈયાર કરેલી રીત વાપરતાં ન ફાવ્યું. શૈક્ષણિક ક્ષેત્રમાં પારંગતતા હોવા છતાં તે જ્ઞાનને અંગત જીવનમાં વાપરતાં ન આવડ્યું. ક્ષેત્રમાં પારંગતતા પર આધારનો આ છે ઉદાત્ત નમૂનો.

મારા એક મિત્રને એડ્રેનાલિનના ઉશ્કેરાટનો નશો માણવાની ભયંકર આદત પડી ગઈ છે. કોઈ પણ જાતના સાધન કે ઉપકરણ વાપર્યા વગર ખુલ્લા હાથે ખડકાળ શિખરો પર ચડી જઈ વિંગસૂટ પહેરીને નીચે ઝંપલાવી દેતો. ગયા અઠવાડિયે તેણે મને સમજાવ્યું કે કોઈ નવો વેપાર કરવાનું શા કારણે ભયજનક છે : 'તેમાં દેવાળું ફૂંકાવાની શક્યતા કદીય નકારી ન શકાય.' મેં જવાબમાં કહ્યું, 'મૃત્યુ પામવા કરતાં દેવાળિયા બની જવું મને વધુ ગમે.' તેને મારું આ લૌજિક બિલકુલ ન ગમ્યું.



એક લેખક તરીકે હું સમજી શકું છું કે પોતાના ક્ષેત્રમાં તમારું પ્રાવીણ્ય, કૌશલ કે ક્ષમતા કોઈ બીજા ક્ષેત્રમાં એટલી જ સફળતાપૂર્વક વાપરવાં કેટલાં અઘરાં છે. મારા માટે મારી નવલકથા માટેનું કથાનક તૈયાર કરવું અને પાત્રલેખન કરવું એ તો રોજિંદી રીતે થતી સહેલી વાત છે. સામે આવતાં ખાલી કોરાં પાનાં મને ડરાવતાં નથી, પણ જો એકાદ ખાલી એપાર્ટમેન્ટ સામે આવી જાય તો

વાત તદ્દન જુદી છે. જ્યારે ઘરનું ઇન્ટીરિયર ડિઝાઇન કરવાનો પડકાર આવે ત્યારે ગજવામાં હાથ રાખી કલાકોના કલાકો સુધી દીવાલો અને છત તાકીને ઊભા રહેવા છતાં મગજમાં કોઈ જ આઈડિયા ન ઝબકે.

વ્યાપાર જગતમાં ‘પારંગતો પર આધાર’ ખૂબ મહત્વનો હોવાથી બધે જ વપરાતો દેખાય છે. એક સોફ્ટવેર બનાવતી કંપની એવા એક સેલ્સમેનને નોકરીએ રાખે છે જે કન્ઝ્યુમર ગુડ્ઝ બનાવતી કંપનીમાં અતિ સફળ ગણાતો. આ નવા ક્ષેત્રમાં તેનું સાચું કૌશલ બુદ્ધિ પડી જવાની શક્યતા છે; વસ્તુઓ વેચવાની નિપુણતાને સેવા વેચવામાં પરિવર્તિત કરવાનું ખરેખર ઘણું અઘરું છે. તે જ રીતે નાના સમૂહમાં સુંદર રીતે અસરકારક રજૂઆત કરનારને જ્યારે 100 જેટલી વ્યક્તિઓના મોટા સમૂહને સંબોધવાનું આવે ત્યારે ઢીલો પડી જાય એવું બની શકે અથવા માર્કેટિંગમાં માહેર એક વ્યક્તિની જો CEO તરીકે બઢતી થાય તો તેને કદાચ ભાન થઈ જાય કે વેપારના દાવપેચની નિપુણતા તેનામાં ખૂટે છે.

માર્કેટિંગના દાખલા દ્વારા આપણે જાણ્યું કે વ્યાવસાયિક ક્ષેત્રમાંથી મેળવેલી નિપુણતા વૈચક્તિક ક્ષેત્રમાં તબદીલ કરવી ઘણી અઘરી છે. હું એક CEOને ઓળખું છું જે ઓફિસમાં કામ કરતો હોય ત્યારે તેનો પ્રભાવ જબરદસ્ત હોય, પણ ઘરમાં કોઈ તેનો ભાવ પણ ન પૂછે. આ જ રીતે લોકોના આરોગ્યની કાળજીપૂર્વક સંભાળ લેતા ડોક્ટરો કરતાં વધારે સિગારેટ ફૂંકનારા બીજા વ્યવસાયમાં મળવા મુશ્કેલ છે. સામાન્ય નાગરિકો કરતાં પોલીસ ઓફિસરો તેમના પોતાના ઘરે વધુ ઝનૂની અને હિંસાત્મક હોય છે. સાહિત્યનું વિવેચન કરનાર લેખકોની કૃતિઓને સૌથી કંગાળ અભિપ્રાય મળતા હોય છે અને લગ્નજીવનને સુખી રીતે જીવવા માટે સલાહ આપવામાં પંકાયેલા થેરાપિસ્ટોની વૈવાહિક જિંદગી, તેમની સલાહ લેનારાં યુગલો કરતાં ઘણી વાર વધુ નાજુક સ્થિતિમાં હોવાથી બદતર હોય છે.

ગણિતના પ્રોફેસર પર્સી ડાએકોનિસના કહેવા પ્રમાણે : હું થોડાં વરસો પહેલાં સ્ટેનફોર્ડથી હાર્વર્ડ સ્થળાંતર કરીને જવું કે નહીં એ દ્વિધામાં હતો. મેં મારા મિત્રોની સલાહ લેવા માટે તેમની સાથે લાંબી-લાંબી (તેમને) કંટાળાજનક ચર્ચા કરી તેમનું માથું ખાઈ નાખ્યું. છેવટે, તેમનામાંથી એક જણે મને કહ્યું, ‘તું તો નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં અત્યંત માહેર છે અને તારો તો જોટો ન જડે.

આથી તું જો આ સ્થળાંતરથી થનારાં ફાયદા અને નુકસાનની યાદી બનાવી, તેનો અભ્યાસ કરી તને શું જોઈએ તેની પદ્ધતિસર મુલવણી કરે, તો કદાચ આ નિર્ણય લેવો સહેલું થઈ જશે. વગર વિચાર્યે મારાથી બોલાઈ ગયું, ‘અરે સેન્ડી, આ તો ખૂબ મહત્ત્વની ગંભીર વાત છે, કંઈ રમત નથી.’

તમે જે ક્ષેત્રમાં કૌશલ મેળવ્યું છે તેને બીજા ક્ષેત્રમાં તબદીલ કરવું સહેલું નથી. ખાસ તો શૈક્ષણિક ક્ષેત્રમાંથી સામાન્ય જીવનમાં આવીને તેને અમલમાં મૂકવું અતિ દુષ્કર છે – જે સૈદ્ધાંતિક રીતે બરાબર લાગતું હોય, પણ વ્યાવહારિક દષ્ટિએ અજુગતું હોઈ શકે અને આથી કદાચ ઉપયોગી ન પણ હોય. આ પુસ્તક માટે પણ આ વસ્તુ એટલી જ સાચી છે. આ પાનાંઓ પર લખાયેલું જ્ઞાન તમારા રોજિંદા જીવનમાં વ્યાવહારિક રીતે વાપરવું મુશ્કેલ છે. મને પોતે, એક લેખક તરીકે, એનો સફળ રીતે અમલ કરવો ખૂબ મુશ્કેલ લાગે છે. પુસ્તકિયું જ્ઞાન વ્યવહારુ જ્ઞાનમાં સરળતાથી પરિણમતું નથી.

સમાપન : તમે જે ક્ષેત્રમાં કૌશલ મેળવ્યું છે તેને બીજા ક્ષેત્રમાં તબદીલ કરવું સહેલું નથી. ખાસ તો, શૈક્ષણિક ક્ષેત્રમાંથી સામાન્ય જીવનમાં લાવીને તેને અમલમાં મૂકવું અતિ દુષ્કર છે, જે સૈદ્ધાંતિક રીતે બરાબર લાગતું હોય પણ વ્યાવહારિક દષ્ટિએ અજુગતું હોઈ શકે અને આથી કદાચ ઉપયોગી ન પણ હોય. આ પુસ્તક માટે પણ કદાચ આ વસ્તુ એટલી જ સાચી છે. આ પાનાંઓ પર લખાયેલું જ્ઞાન તમારા રોજિંદા જીવનમાં વ્યાવહારિક રીતે વાપરવું મુશ્કેલ છે. મને પોતે, એક લેખક તરીકે એનો સફળ રીતે અમલ કરવો ખૂબ મુશ્કેલ લાગે છે. પુસ્તકિયું જ્ઞાન સરળતાથી વ્યવહારુ જ્ઞાનમાં પરિણમતું નથી.

☞ આ પણ જુઓ :

શોફરીયું જ્ઞાન (પ.2)

વ્યવસાયીઓની મર્યાદિત દષ્ટિ

(પ.48)

મૂર્ખામીભરી બડબડ (પ.50)

તીવ્ર આશાવાદના ડાબલાં

ડમ્પયાર્ડની મુલાકાતથી શું મળે

રોહનની નજર જ્યાં પણ પડે ત્યાં તેને સિનેસ્ટાર્સ જ દેખાય. ટેલિવિઝન કે મેગેઝિનના કવરપેજ, રસ્તા પરનાં હોર્ડિંગ્સ કે ઇન્ટરનેટની ફેન સાઈટ્સ, ટ્વિટર જુએ કે ફેસબુક કે પછી ઇન્સ્ટાગ્રામ જુએ, તેને બધે સિનેસ્ટાર્સ જ દેખાયા કરે. આ બધાની લોકપ્રિયતા અને સફળતાથી પ્રેરાઈને રોહન પણ ફિલ્મલાઈનમાં હીરો બનવાનાં સપનાં જોવા માંડે છે. શું એની સફર પણ તેના જેવા અનેક આશાભર્યા પણ નિષ્ફળ થયેલા જુનિયર આર્ટિસ્ટોના ડમ્પ-યાર્ડમાં જ પૂરી થશે?

રૂપેરી પરદે સફળ થયેલા અભિનેતાઓ કરતાં 10,000 ગણા વધુ આશાસ્પદ ઉમેદવારો નિષ્ફળતાના ડમ્પ-યાર્ડમાં સબડતા હોય છે. જોકે મીડિયાને નિષ્ફળતામાં લેશમાત્ર રસ નથી. હા, ટોચ પરથી ગબડી પડેલા કોઈ સુપરસ્ટારની વાત હોય તો તે અપવાદ છે. આથી જ સામાન્ય લોકોને આવાં ડમ્પ-યાર્ડના અસ્તિત્વની જાણ સુધ્યાં નથી.

સફળ થવું સહેલું નથી, પરંતુ રોજબરોજની જિંદગીમાં સફળ લોકો જ આપણું ધ્યાન ખેંચતા હોય છે. આથી મોટા ભાગના લોકોને સફળતા મેળવવી એ ડાબા હાથનો ખેલ લાગે છે. આ ચકાચૌંધથી અંજાયેલા લોકો નિષ્ફળતાની કલ્પના જ કરી શકતા નથી. આવા લોકોની જેમ રોહન પણ તીવ્ર આશાવાદના ડાબલા ચડાવી બેઠો છે.

દરેક લોકપ્રિય લેખકની પાછળ તમને એવા બીજા 100

નવોદિત લેખકો મળી આવશે, જેમનાં પુસ્તકો વેચાતાં જ નથી. તે દરેકની પાછળ બીજા 100 મળી આવશે, જેમને કોઈ પ્રકાશક જ નથી મળતા. આ બધાની પાછળ બીજા વધુ 100 મળશે, જેમની અધૂરી હસ્તપ્રતો ક્યાંય ધૂળ ખાતી હશે. તમે તો માત્ર સફળ લેખકો વિશે જ સાંભળતા હશો, જેમનાં પુસ્તકો ખૂબ વેચાય છે અને વંચાય છે. સાહિત્યજગતમાં સફળતા મળવી કેટલી દુર્લભ છે તેની તમને કલ્પના પણ નહીં હોય. આ જ વાસ્તવિકતા ફોટોગ્રાફર્સ, એન્ટરપ્રેન્યોર્સ, સ્પોર્ટમેન, આર્કિટેક્ટ, ટેલિવિઝનના એન્કર્સ અને બ્યૂટીકવીન્સને પણ લાગુ પડે છે. ડમ્પ-ચાર્ડમાં સબડતા અસફળ લોકોને શોધી કાઢવામાં મીડિયાને કોઈ જ રસ નથી અને આ એનું કામ પણ નથી. વધુ પડતા આશાવાદના ભ્રમમાંથી નીકળવા માટે તમારે પોતે ડમ્પ-ચાર્ડમાં જઈ ખરી હકીકત સમજવી પડશે.

જ્યાં મૂડીરોકાણનું જોખમ હોય ત્યાં પણ આશાવાદનો ભ્રમ દેખા દે છે. ધારો કે એક મિત્રે એક નવું સ્ટાર્ટ-અપ શરૂ કર્યું. તમે તેમાં મૂડીરોકાણ કરવા સક્ષમ છો અને તમને લાગે છે કે આ તો બહુ મોટી તક છે. કદાચ વખત જતાં આ બીજું ‘ગૂગલ’ પણ બની જાય તો? બની શકે, તમે નસીબદાર હોઈ શકો, પણ વાસ્તવિકતા શું છે? સૌથી મોટી શક્યતા એ છે કે આ સાહસ કદાચ આગળ જ ન વધે. બીજી શક્યતા એવી કે ત્રણ વરસમાં જ દેવાળું કાઢે. જે કંપનીઓ ત્રણ વરસ ટકી ગઈ, તેમાંની ઘણી પાસે તો 10થી વધારે લોકોનો સ્ટાફ પણ નથી હોતો. તો શું તમારે રોકાણ કરવાનું જોખમ કદીયે લેવું જ નહીં? ના, એ જરૂરી નથી, પણ આશાવાદની માયાજાળ જે ઝાકમઝોળ સફળતાની ભ્રામક શક્યતાના દાણા ફેંકી સૌને આકર્ષે છે, એ ભૂલશો નહીં.

સ્ટોક માર્કેટનો ઇન્ડેક્સ જ લઈ લો. તેમાં ફક્ત સફળ થઈ ઊભરી આવેલાં સાહસોને સમાવાયેલાં હોય છે. નાનાં અને અસફળ સાહસો સ્ટોક માર્કેટમાં પ્રવેશી શકતાં નથી. ખરેખર તો આવાં જ સાહસોની સંખ્યા મોટી છે. આથી સ્ટોક માર્કેટનો ઇન્ડેક્સ દેશના અર્થતંત્રનું સંપૂર્ણ ચિત્ર કદી રજૂ નથી કરી શકતો. તે જ પ્રમાણે મીડિયા બધા જ સિનેકલાકારો માટે સરખા પ્રમાણમાં ખબરો નથી ભેગી કરતું કે નથી રજૂ કરતું. માટે જ સફળતાની ચાવી બતાવવા માટે મોટી સંખ્યામાં ઊભરાતાં પુસ્તકો અને ગુરુઓ પર સંશય આવે તે તો વાજબી જ છે. અસફળ લોકો કદી પોતાની અસફળતા વિશે નથી પુસ્તક લખતા કે નથી કદી ભાષણ આપતા.

તમે જ્યારે વિનિંગ ટીમમાં સામેલ હો, ત્યારે આશાવાદ ભયજનક રીતે ભ્રામક બની શકે છે. કોઈ વાર સંજોગવશાત્ સફળતા મળી જાય તો પણ તમે તમારી તુલના બીજા યશસ્વી લોકો સાથે કરો છો. આ કારણે તમારા થકી જ ટીમને સફળતા મળી એમ ઠેરવી દો છો. કોઈ વાર તમે નિષ્ફળ નિવડેલી કંપનીઓ કે વ્યક્તિઓના ડમ્પ-યાર્ડની મુલાકાત લેજો. તો જ તમને સમજાશે કે અહીં સબડતા બધા જ, આશાવાદના ભ્રમના કારણે ટીમની સફળતામાં પોતાની કાબેલિયતનો બહોળો ફાળો હોવાનું માની બેઠા હતા.

જો આવા ઘણા કિસ્સા ઉપર વૈજ્ઞાનિકો સંશોધન કરે તો યોગાનુયોગે કેટલાક અભ્યાસમાં સ્ટેટિસ્ટિક્સ પ્રમાણે યોગ્ય ઠરાવી શકાય એવાં પરિણામો દેખાઈ આવશે. દા.ત. 'રેડ વાઈનના સેવનથી આયુષ્ય વધે છે.' આવાં (ખોટાં) સંશોધનો તરત ધ્યાન ખેંચવામાં સફળ થાય છે અને લોકપ્રિય પણ બની જાય છે. એની સામે સાચી રીતે થયેલાં યોગ્ય સંશોધનો કંટાળાજનક ઠેરવાય છે અને આપણે એ વાંચવાની દરકાર પણ નથી કરતા.

સમાપન : 'તીવ્ર આશાવાદના ડાબલા ચડાવીને' લોકો તેમના કામમાં સફળતાની શક્યતા માટેનો રીતસર ઘણો ઊંચો અંદાજ મૂકતા હોય છે. આનાથી બચવા માટે એક સમયે ઘણા આશાસ્પદ ગણાતા પ્રોજેક્ટ, ઇન્વેસ્ટમેન્ટ અને કારકિર્દીનાં ડમ્પ-યાર્ડની અવારનવાર મુલાકાત લેતા રહો. જોકે થોડું દુઃખ તો થશે, પણ આ મુલાકાત મગજની ગૂંચવણ દૂર કરી, મનને શાંત કરી, સાચી રીતે વિચારતું કરશે.

❏ આ પણ જુઓ :

આવડતની ભ્રમણા (પૃ.38)
 બેઝ-રેટની અવગણના (પૃ.46)
 ઠસાવવું-INDUCTION (પૃ.55)
 નવાસવાનું નસીબ (પૃ.64)
 સંભાવનાની ઉપેક્ષા (પૃ.69)
 સફળતાનો યશ, માત્ર મારો (પૃ.76).