شکست بازارهای پیشگویی

نوشته: رضا جاسکی

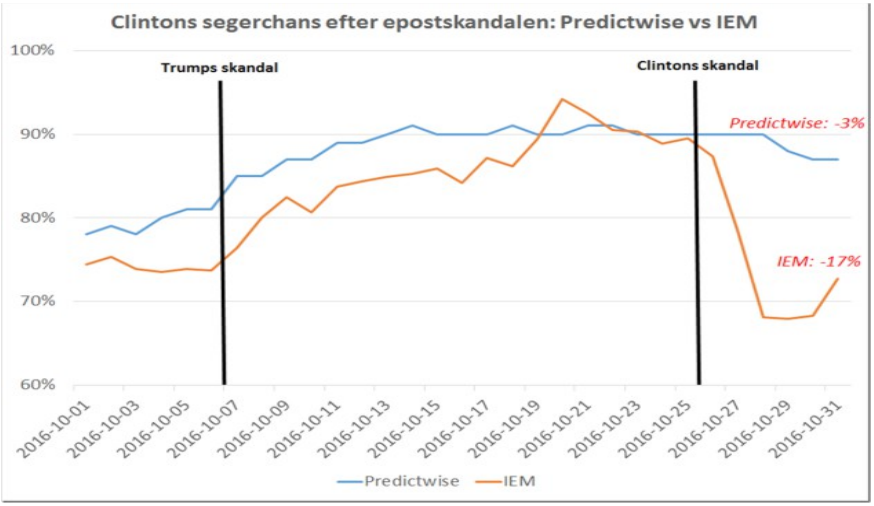
در چند سال اخیر بازارهای جدیدی به سرعت رشد نموده‌اند: بازارهای پیش‌بینی. با گسترش استفاده از اینترنت، شرکت‌های شرط‌بندی که در گذشته بیشترین توجه خود را معطوف بازی‌های ورزشی می‌نمودند، کم‌کم راه‌های دیگری برای کسب درآمد یافتند، از جمله شرط‌بندی‌های سیاسی. مطمئناً این نوع شرط‌بندی همیشه در طول تاریخ وجود داشته است، اما هیچ‌گاه در گذشته دارای چنین وسعت و اهمیتی نبوده است. با توجه به سهم و اهمیت روزافزون نظرسنجی‌های سیاسی در جوامع مدرن و در عین حال شکست مؤسسات نظرسنجی در پیش‌بینی برخی از حوادث و انتخابات سیاسی، توجه عده‌ای معطوف به این بازارهای پیشگویی گشت.

بازار پیشگویی یا بازار اطلاعات، محل داد و ستد حوادث با هدف پیش‌بینی حوادث است. در این بازار، نه فقط متخصصین بلکه همه کسانی که حاضرند مبلغ کمی از دارایی خود را صرف پیش‌بینی یک حادثه سیاسی، اقتصادی، علمی، هنری، ادبی، ... نمایند، شرکت می‌کنند. گفته می‌شود که پدر بازار پیشگویی فردریش هایک (یا وی همراه با لودویک ادلر فون میسس) است. قدیمی‌ترین موسسه پیشگویی نیز بازار الکترونیکی دانشگاه ایوا است. همچنین بنا به ویکیپدیا، اولین پیشگویی در این نوع بازار در سال ۱۹۹۰ در مورد همجوشی سرد (cold fusion) بود.

اما این بازارها چگونه عمل می‌کنند؟ معمولاً معاملات با مبالغ کمی صورت می‌گیرد و دو حالت بیشتر ندارد، فرد یا برنده و یا بازنده است. افراد زیادی که دارای تعلقات مختلف شغلی، عقیدتی با درامدها و موقیت‌های اجتماعی متفاوت هستند در این نوع بازارها شرکت می‌کنند، در نتیجه افراد بسیاری مستقل از یکدیگر سعی در پیشگویی یک حادثه خاص دارند. اگر مثلاً در آمریکا افراد زیادی که قصد مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری را دارند در این معاملات شرکت کنند، این به معنی جمع‌اوری اطلاعات ارزنده در مورد این حادثه سیاسی معین می‌باشد. در سال ۲۰۰۸ ، دریکی از مقالات علمی در

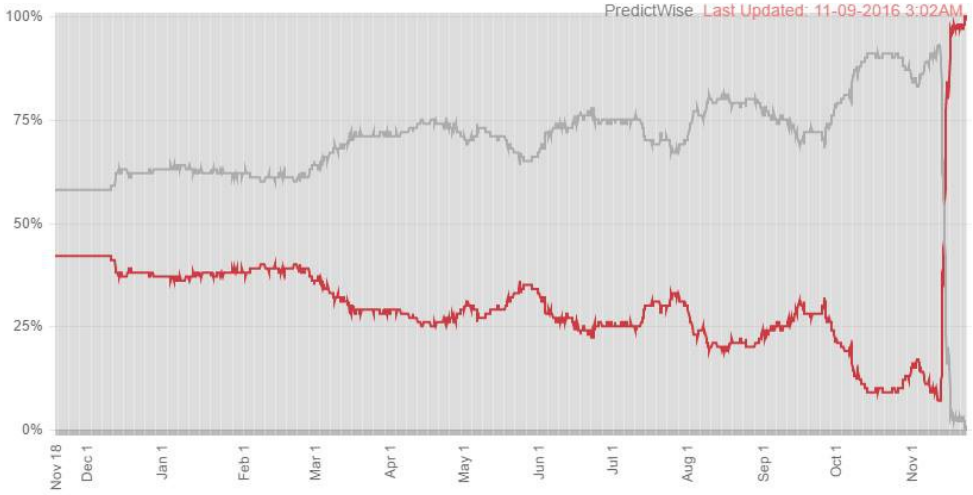
نشریه ساینس به نام «عهد بازار پیشگویی» که نتایج مؤسسه پیشگویی دانشگاه آیوا را مطالعه نموده بود، عنوان می‌شود که در طی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال‌های ۱۹۸۸، ۱۹۹۲، ۱۹۹۶، و ۲۰۰۰ این مؤسسه نتایج انتخابات را پنج ماه قبل از انتخابات با دقت ۹۵٪ و یک ماه قبل از انتخابات با دقت ۹۹٪ پیشگویی کرده بود. از این رو میزان خطای این بازارها بسیار کمتر از اکثر مؤسسات نظرسنجی ارزیابی شد.

این بازارها در انتخابات اخیر ریاست جمهوری آمریکا نیز بسیار فعال بودند. خبرنگاران و محققین رفتار معامله‌گران در این بازارها را پس از هر موضوع جنجالی- تعداد این‌گونه موضوعات در انتخابات اخیر آمریکا حتی در مقایسه با دیگر انتخابات جنجالی نیز بسیار زیاد بود- را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. مثلاً دو هفته قبل، بعد از مطرح شدن دوباره ایمیل‌های کلینتون، دو بازار بزرگ در این رابطه، بازار الکترونیکی آیوا (IEM) و پریدیکت‌وایز (Predictwise) شانس پیروزی کلینتون را بسیار متفاوت ارزیابی نمودند. بازار الکترونیکی ایوا شانس پیروزی کلینتون را ۲۵٪ کم نمود، اما پردیکت‌وایز فقط ۳٪ جالب آنکه پس از ان، دوباره شانس پیروزی کلینتون در هر دو بازار بالا رفت.



در نمودار بالا، خط عمودی دست چپ، ماجرای جنجالی ترامپ در مورد زنان و خط دوم مطرح شدن دوباره ایمیل‌های خانم کلینتون را نشان می‌دهد. پیشگویی پردیک‌وایز (خط آبی)، پس طرح مجدد ایمیل‌ها توسط رئیس اف بی ای تقریباً بدون تغییر ماند. اما بازار الکترونیکی دانشگاه ایوا افت زیادی را نشان داد.

در طی چند سال اخیر مرتبا ما شاهد اشتباهات بزرگ مؤسسات نظرسنجی بوده‌ایم. در سوئد حتی در مورد رفراندوم عوارض ازدحام (پرداخت عوارض برای استفاده از اتومبیل در ساعت‌های شلوغ)، نیز بسیاری از مؤسسات تحقیقاتی دچار اشتباه شدند. این مسأله در انتخابات اخیر انگلستان و رفراندوم Brexit (خروج از اتحادیه اروپا) نیز تکرار شد. در مورد اول، خیلی‌ها گناه را گردن سیستم انتخاباتی انگلستان انداختند. برخی از مؤسسات نظرسنجی نیز عنوان کرده‌اند که مردم هنگام مصاحبه تلفنی از گفتن انتخاب خود، خصوصا در مورد احزاب نژادپرست دست راستی یا موضوعاتی که مصاحبه‌شونده از ابراز صادقانه آن به خاطر نرم‌های جامعه دچار شرم می‌گردد، ابا دارند. رهبر حزب نژادپرست دموکرات‌های سوئد به خاطر همین موضوع معتقد است که میزان طرفداران آن‌ها همیشه چند درصد بالاتر از میزانی است که نظرسنجی‌ها نشان می‌دهند.



در نمودار بالا، خط خاکستری شانس پیروزی کلینتون و خط قرمز شانس پیروزی ترامپ در انتخابات ریاست جمهوری را نشان می‌دهد. جالب آنکه در طی یکسال گذشته، هرچه به روز انتخابات نزدیکتر شدیم، شانس پیروزی کلینتون بیشتر گشت، تا اینکه درست در روز انتخابات همه چیز برعکس شود.

درست به خاطر وجود چنین نقصی، بازارهای پیشگویی اهمیت بیشتری یافتند. زیرا در این بازارها، افراد بنا بر برایند عقایدخود ، گفته‌ها و شنیده‌های اطرافیان و نیز بمباران رسانه‌های گروهی دست به

یک معامله می‌زند. بسیاری خود از جمله کسانی هستند که در برخی از حوادث سهیم هستند، مثلاً مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری یا رفراندوم. در نتیجه عده زیادی از محققین معتقد بوده و هستند که میزان دقت پیشگویی این بازارها بسیار زیادتر است. زیرا هدف همه شرکت کنندگان کسب سود از طریق پیشگویی یک حادثه با توجه به قضاوت خود و مستقل از همدیگر می‌باشد. اما هم در رفراندوم انگلیس و هم در انتخابات ریاست جمهوری امریکا پیشگویی برخی از این بازارها با واقعیت تفاوت زیادی داشت.

نمودار بالا شانس پیروزی طرفداران باقی ماندن در اتحادیه اروپا (خاکستری) و خروج از اتحادیه اروپا (قرمز) تا روز ۲۳ ژوئن را نشان می‌دهد. در اینجا نیز میزان شانس خروج از اتحادیه اروپا ۳۵٪ تا واقعیت خروج ، ۱۰۰٪ در طی چند روز تغییر نمود.

از همین رو، یکی از محققین سوئدی، دانیل والدستروم در یکی از مقالات خود، مسأله دقت این بازارها را بشدت زیر سؤال می‌برد. او عنوان می‌کند که اگر در گذشته فقط این متخصصین بودند که دچار اشتباه می‌شدند و کسانی که در این بازارها با هدف کسب سود شرکت می‌کردند، در مجموع به خاطر آنکه از بیرون به یک حادثه نگاه می‌کنند، قضاوت بهتری داشتند، اما در موارد اخیر، خصوصا دو حادثه مهم امسال، آن‌ها نیز دچار خطای فاحشی گشتند. اگر در انگلستان، لندن در مقابل روستاها و

شهرهای کوچک قرار گرفت، آیا ما شاهد همین امر در آمریکا نبودیم؟ آیا این به معنی آن نیست که ما در دو حباب جداگانه زندگی می‌کنیم؟ در گذشته، خطای متخصصین با این دلیل که آن‌ها از مردم کوچه و بازار خبر ندارند و به خاطر آن که تنگ‌نظر و کور گشته و نمی‌توانند نظرات مردم را بفهمند، قابل توضیح بود. در عوض فرض بر این بود که هم در شهر و هم در روستا، عده زیادی از مردم عادی به بازارهای پیشگویی رجوع می‌کنند. اما امروز قبول چنین فرضی با مشکلات زیادی مواجه است. آیا این به معنی آن نیست که «مردم عادی» از نخبگان و شرکت‌کنندگان در این بازارها جدا هستند و هر کس در دنیای خود به سر می‌برد؟ یا اینکه، «مردم» موقع انتخابات به حرف نخبگان گوش نمی‌دهند و رأی خود را بنا بر عقاید شخصی خویش در صندوق‌های رأی می‌گذارند بدون آنکه به نتایج آن باور داشته باشند، اما هنگام معامله، پیش‌بینی متخصصین را دقیق‌تر ارزیابی می‌کنند؟ و یا هر دو؟ در هر حال همه این‌ها نشان بارزی از جدایی و افتراق عمیق «مردم عادی» از نخبگان می‌باشد، نخبگانی که فکر می‌کنند توانایی کنترل مردم را داشته و دارند.