

Antropomorfism ja hasartmängukäitumine

Hiljuti Itaalias läbi viidud katses uuriti, kas mänguautomaatide antropomorfiseerimine toob kaasa enam hasartmängimist ning leiti, et nii see tõepoolest on.

Mänguautomaadid on hasartmängijate seas väga populaarsed ning moodustavad rohkem kui 70% kasiinode sissetulekust. Need väljastavad raha vastavalt algoritmile, mis tagab igale masinale kindla protsendi väljamakseid. Sageli on see umbes 80%, kusjuures igasugune protsent, mis on vähem kui 100, tähendab, et hasartmängude korraldajad on need, kes kasu saavad.

Antropomorfism on kalduvus omistada inimlikke omadusi ja kogemusi nagu meeleseisundid, kavatsused, vaba tahe, teadvus ja emotsioonid teistele olenditele või objektidele. Selline omistamine võib olla suunatud näiteks loomadele, taimedele, loodusele tervikuna, aga ka masinatele. Nimetatud kalduvusele on mitu võimalikku seletust. Antropomorfism muudab vastava agendi käitumise mõistetavaks ja ette ennustatavaks, rahuldades seega inimeste vajadust mõista ja kontrollida oma ümbrust. Et antropomorfism loob ettekujutuse sotsiaalsest seotusest vastava agendiga, rahuldab see ka vajadust suhtlemise ja sotsiaalse seotuse järele.

Käesolev uurimus võttis vaatluse alla antropomorfismi ja hasartmängimise seose. Esiteks leiti, et hasartmänguritel on kalduvus omistada mänguautomaatidele inimlikke omadusi, kusjuures regulaarsetel mängijatel on see kalduvus enam väljendunud kui mitteregulaarsetel mängijatel. Näiteks nõustuvad nad sagedamini väidetega „Mänguautomaat tegutseb vastavalt iseenda kavatsustele“ ning „Mänguautomaat kogeb emotsioone“.

Teiseks leiti, et mänguautomaadi esitlemine inimlikustatud moel suurendab mängukäitumist. Selle väljaselgitamiseks anti pooltele katseisikutele lugeda teksti, mis rõhutas seda, et mänguautomaadil mängides ei saa võiduvõimalust ühegi strateegiaga tõsta, sest tegemist on vastavalt matemaatilisele algoritmile toimiva masinaga, mis on programmeeritud välja andma kindla hulga võite ja kaotusi; seega sõltub iga mängukorra tulemus arvuti algoritmist. Teine pool katseisikutest luges teksti, mis rõhutas samuti, et ükski strateegia ei aita võiduvõimalust tõsta; kuid selle põhjuseks toodi, et mänguautomaat otsustab iga mängu tulemuse vastavalt iseenda soovile, kusjuures mõnikord soovib ta mängijat narrida, teinekord hoopis tasustada. Inimesed, kes lugesid esimest teksti, keerutasid mänguautomaadi kettaid vähem kordi kui inimesed, kes lugesid teist teksti – seega mänguautomaadi antropomorfiseeritud esitlemine pani inimesed rohkem mängima. Pikem ajaveetmine mänguautomaadi taga tõi kaasa ka suurema rahalise kaotuse.

Viimaks leiti, et kirjeldatud nähtust võivad osaliselt põhjustada mängimise ajal kogetud

emotsioonid. Katseisikutel paluti hinnata oma emotsioone mängimise ajal ning leiti, et inimesed, kellele oli masinat esitletud antropomorfiseeritud moel, kogesid rohkem positiivseid emotsioone nagu põnevus ja lõbu. Sellest järeldati, et mänguautomaadi inimlikuma nägemine toob kaasa kõrgendatud meeleolu, mis võib motiveerida enam mängima.

Kokkuvõtvalt näitas uurimus, et mänguautomaadid võivad mängijate silmis omandada moraalse agendi staatuse ning olla teadvusel, käituda vastavalt oma kavatsustele ja kogeda emotsioone. Samuti viitavad uurimustulemused sellele, et hasartmängukäitumist on võimalik antropomorfiseerimise läbi mõjutada, kusjuures rohkem antropomorfiseerimist viib rohkema mängimise ja suuremate kaotusteni, mis omakorda toob kaasa majanduslikku ja psühholoogilist kahju mängijale.

Tegemist on väga olulise informatsiooniga hasartmängimist vähendada püüdvate sekkumiste seisukohalt. Sellest saab tuletada soovitusi vähendada inimlike joonte omistamist mänguautomaatidele ning esitleda neid mehhanistlikul moel ehk sellena, mis need tegelikkuses on: eluta objektid, mida kontrollivad matemaatilised algoritmid, mis on programmeeritud andma teatud hulga võite ja kaotusi. Igasugust humaniseerimist sõnade või piltide näol tuleks vältida, et vähendada mängukäitumist ning sellest tulenevat majanduslikku ja psühholoogilist kahju mängijatele.

Allikas: Riva, P., Sacchi, S., Brambilla, M. (2015). Humanizing machines: Anthropomorphization of slot machines increases gambling. *Journal Of Experimental Psychology: Applied*, 21(4), 313-325