



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Tunnettuus- ja mielikuvaselvitys: Pelirajat'on

Nousiainen, Katariina

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tunnettuus- ja mielikuvaselvitys: Pelirajat'on

Nousiainen Katariina
Sosiaaliala
Opinnäytetyö
Helmikuu, 2018

Katariina Nousiainen

Tunnettuus- ja mielikuvaselvitys: Pelirajat'on

Vuosi 2018 Sivumäärä 50

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli synnyttää tietoa Pelirajat'on-toiminnan tunnettuudesta ja mielikuvista sen sidosryhmien ja yhteistyökumppanien keskuudessa. Taustalla oli Pelirajat'on-toiminnan tarve tarkastella toiminnan hyödyllisyyttä, toiminnan sisältöä ja toteutusta sekä keskeisiä tuloksia ja vaikutuksia. Opinnäytetyö toteutettiin osana Pelirajat'on-toiminnan kehittämis- ja arviointityötä.

Opinnäytetyön ensimmäisessä teoriaosuudessa käsitellään tunnettuutta, brändiä ja mielikuvia sekä erilaisia viestinnän ja mainonnan muotoja. Toisessa teoriaosuudessa käsitellään rahapeli-riippuvuutta sekä sen taustoja, vaikutuksia, hoitoa ja ennaltaehkäisyä.

Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutettiin verkkokyselynä ja siinä käytettiin pääasiassa kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kysely lähetettiin 197 henkilölle ja lisäksi siihen oli mahdollista vastata Pelirajat'on-toiminnan nettisivujen sekä Facebook-sivujen kautta. Kyselyyn vastasi yhteensä 67 henkilöä.

Tutkimustulokset osoittivat, että Pelirajat'on-toiminnan tunnettuus sidosryhmien ja yhteistyökumppanien keskuudessa on melko hyvä, mutta siinä on kuitenkin parantamisen varaa. Toiminnasta tunnetaan parhaiten vertaisryhmät, kokemusasiantuntijat sekä vertaisohjaajien peruskoulutukset. Parhaiten toiminnasta on kuultu Pelirajaton.fi - verkkosivujen sekä kollegoiden kautta, kun taas erilaiset sosiaalisen median viestintäkanavat kuten Facebook, Instagram ja Twitter, vaatisivat tehostamista. Mielikuvat Pelirajat'on-toiminnasta ja toiminnan vaikutuksista ovat pääasiassa positiivisia. Vastausten perusteella eniten parannettavaa olisi toiminnan valtakunnallisessa kattavuudessa sekä osallistujien ohjautumisessa ammattiavun piiriin. Toimintaa tulisi kehittää tulevaisuudessa lisäämällä ryhmiä sekä lisäämällä tunnettuutta.

Asiasanat: rahapelit, riippuvuus, tunnettuus, mielikuvat

Katariina Nousiainen

Awareness and image report: Pelirajat'on

Year	2018	Pages	50
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to provide information on the awareness and image of Pelirajat'on's activities among its stakeholders and partners. This thesis was commissioned as Pelirajat'on needed to establish the usefulness, content and implementation of its activities, as well as its key results and impacts. The thesis was carried out as part of the development and evaluation work of Pelirajat'on.

The first theoretical part of the thesis deals with awareness, brand and image, and various forms of communication and advertising. The second theoretical part deals with gambling addiction and its backgrounds, effects, treatment and prevention.

The empirical part of the thesis was carried out as a network survey and mainly used a quantitative research method. A questionnaire was sent to 197 people, and, in addition, it was also possible to respond via the Pelirajat'on website and Facebook pages. In total 67 people responded to the questionnaire.

The research results showed that the stakeholders' and partners' awareness of Pelirajat'on was satisfactory, however there was room for improvement. The best known activities included peer groups, experience specialists, and peer educators' basic training. The respondents had heard the most about the activities through the Pelirajat'on.fi web site and colleagues, while the various social media channels such as Facebook, Instagram and Twitter needed more efficiency. The images and effects of the activities were mainly positive. Based on the responses, the greatest improvement would be required in the national coverage of the activities and in guiding the participants to necessary profession help. In addition, activities should be developed in the future by adding groups and increasing awareness.

Keywords: **gambling, addiction, awareness, image**

Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Tunnettuus, imago ja viestintä.....	7
2.1	Tunnettuus.....	8
2.2	Imago, mielikuvat ja brändi.....	9
2.3	Viestintä.....	10
2.4	Mainonta.....	11
3	Riippuvuudet.....	12
3.1	Rahapeliiriippuvuus.....	13
3.2	Rahapeliiriippuvuuden taustalla.....	13
3.3	Rahapeliiriippuvuuden toteaminen ja hoito.....	14
3.4	Rahapelaamisen vaikutukset.....	15
3.5	Rahapeliiriippuvuus ja läheiset.....	16
3.6	Rahapeliirihaittojen ennaltaehkäisy.....	16
3.7	Vertaistuki.....	17
4	Toiminnan kuvaus.....	17
4.1	Pelirajat'on.....	17
4.2	Toimintamuodot.....	18
4.3	Muita toimijoita.....	19
5	Tutkimuksen toteutus.....	19
5.1	Tavoitteet ja tehtävä.....	20
5.2	Tutkimusmenetelmä.....	20
5.3	Kohderyhmä ja aineiston keruu.....	20
5.4	Tulosten analysointi.....	21
5.5	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys.....	23
6	Tutkimustulokset.....	24
6.1	Vastaajien taustatiedot.....	24
6.2	Tunnettuus.....	26
6.3	Mielikuvat sisällöstä ja toteutuksesta.....	29
6.4	Toiminnan kehittäminen.....	32
7	Johtopäätökset.....	33
7.1	Tunnettuus.....	33
7.2	Viestintä.....	33
7.3	Mielikuvat.....	35
7.4	Kehittäminen.....	36
8	Pohdinta.....	36
8.1	Tutkimuksen onnistuminen ja vastausaktiivisuus.....	37
8.2	Eettisten periaatteiden toteutuminen.....	38

8.3 Tulosten hyödyllisyys	39
8.4 Oma oppiminen.....	39
Lähteet	41
Kuviot.....	44
Taulukot	45
Liitteet.....	46

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön taustana on Pelirajat'on-toiminnan tarve tarkastella toiminnan hyödyllisyyttä, toiminnan sisältöä ja toteutusta sekä keskeisiä tuloksia ja vaikutuksia. Lisäksi halutaan selvittää toiminnan tunnettuutta sekä mitä kautta toiminnasta on kuultu. Opinnäytetyö toteutetaan määrällisenä tutkimuksena ja tiedonkeruu tapahtuu internetissä tehtävällä kyselyllä. Kyselylomake on tehty SurveyMonkeyssa ja se lähetetään kohderyhmälle sähköpostilla, lisäksi kyselyyn on mahdollista vastata Pelirajaton.fi -verkkosivujen ja Facebook -sivujen kautta. Kysely on osoitettu Pelirajat'on-toiminnan yhteistyökumppaneille sekä sidosryhmille, joihin määriteltiin tässä tutkimuksessa kuuluvaksi eri kaupunkien aikuissosiaalityö, päihdepalvelut, talous- ja velkaneuvonta, seurakunnat ja kriisikeskukset. Opinnäytetyön on tarkoitus kuvata Pelirajat'on toiminnan tunnettuutta ja imagoa Suomen 20 suurimmassa kaupungissa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja Pelirajat'on on Sosped säätiön toimintaa ja se tarjoaa vertais-tukea ongelmallisesti rahapelaaville sekä heidän läheisilleen. Toimintaa on ympäri Suomea ja lisäksi toimintaan voi osallistua puhelimitse tai internetissä. Toimintaa kehittääkseen Pelirajat'on haluaa selvittää toimintansa tunnettuutta ja siihen liittyviä mielikuvia.

Rahapelaaminen ja sen haitat ovat olleet viime aikoina puheenaiheena, sillä Veikkaus ilmoitti joulukuussa 2017, että hajasijoitettuihin rahapeliautomaatteihin tulee täystunnistautuminen 2023 alkaen (Veikkaus.fi). Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisemassa, Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen päihde- ja rahapeliasiantuntijoiden luomassa raportissa ”Säätelyyn perustuvat rahapelihaittojen ehkäisytoimet ja niiden soveltuvuus Suomen rahapelijärjestelmään” (2017) todetaan tunnistautumisen olevan keino sekä ehkäistä rahapelihaittoja että tehostaa riskipelaamisen hallintaa ja ikärajavaltontaa. Lisäksi loppuvuodesta 2017 julkaistiin analyysi ”Suomalaisten rahapelikulutus - keneltä rahapeliyhtiöiden tuotot tulevat?”, jossa todettiin rahapeliyhtiöiden tuottojen tulevan suurilta osin ongelmapelaajilta ja sosioekonomiselta asemaltaan heikoilta pelaajilta (Salonen, Kontto, Alho & Castrén 2017).

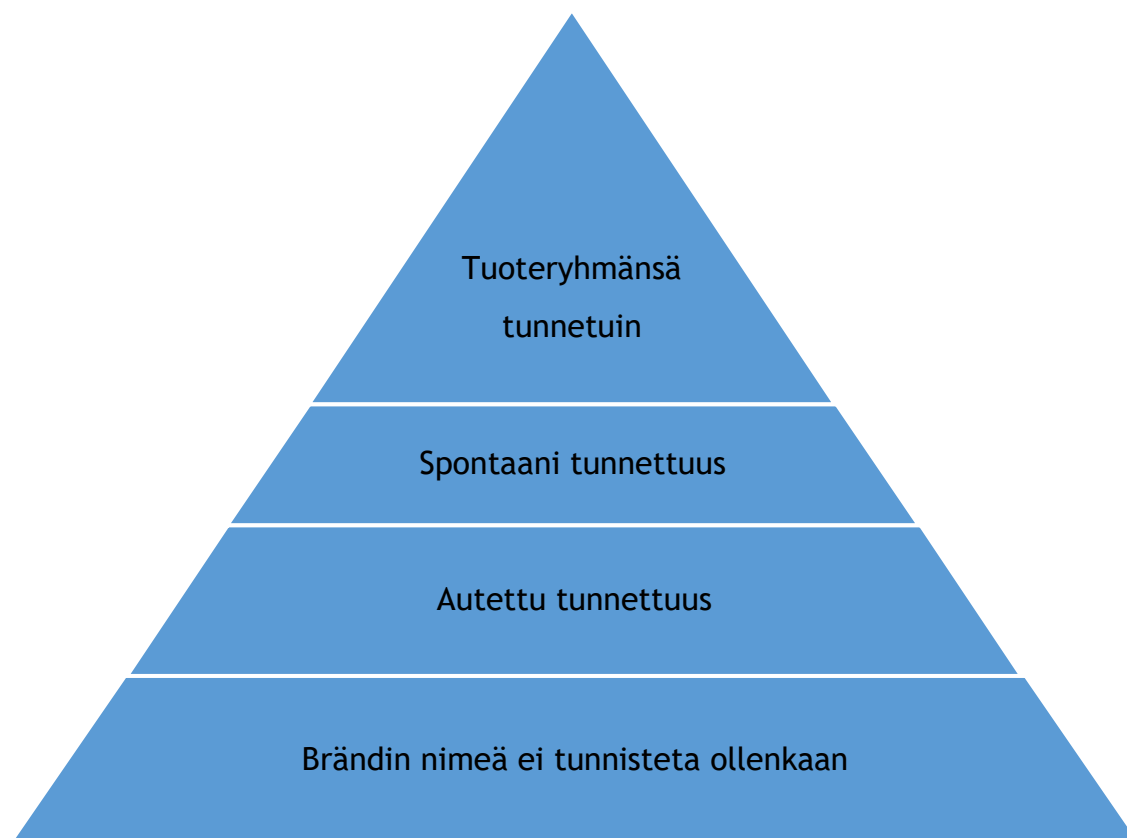
2 Tunnettuus, imago ja viestintä

Toiminnan menestymisen kannalta olennaisia asioita ovat muun muassa brändin tunnettuus, yhtenäiset ja vahvat mielikuvat, laatu sekä hyvä maine (Pulkinen 2003, 48). Tunnettuuteen liitetään myös viestintä ja kuinka hyvin viestinnällä on onnistuttu tavoittamaan kohderyhmät. Tässä luvussa käsitellään tunnettuuteen, imagoon ja viestintään liittyviä keskeisimpiä käsitteitä.

2.1 Tunnettuus

Tunnettuus tarkoittaa sitä, kuinka hyvin jokin asia tunnetaan (Raatikainen 2008, 104). Tunnettuus on tärkeää siksi, että asiasta, joka on ennestään tuttu, on helpompi pitää (Laakso 2004, 130). Tunnettuus lähtee siitä, että ihmiset muistavat nähneensä tai kuulleensa brändin nimen. Seuraavalle tunnettuuden tasolle päästään, kun brändi osataan yhdistää oikeaan tuotteeseen. Toimialansa tunnetuin on se brändi, jonka nimi tulee ensimmäisenä spontaanisti mieleen ja se osataan yhdistää oikeaan tuotteeseen. (Laakso 2004, 125.)

Laakso (2004, 125-127) esittelee neljä tunnettuuden tasoa. Nämä ovat ”brändin nimeä ei tunnusteta ollenkaan”, ”autettu tunnettuus”, ”spontaani tunnettuus” sekä ”tuoteryhmänsä tunnetuin”. Autettu tunnettuutta tutkitaan siten, että henkilölle annetaan brändinimiä jostain tietystä tuoteryhmästä, ja henkilö nimeää ne, jotka on kuullut tai nähnyt joskus. Autettu tunnettuus kertoo siitä, tunnustetaanko brändin nimeä ylipäätään. Hälyttävää on, mikäli brändin nimeä ei muisteta. Spontaani tunnettuus on sitä, kun brändin nimi pystytään spontaanisti nimeämään. Tätä voidaan tutkia siten, että henkilöä pyydetään kertomaan brändinimiä jostain tietystä tuoteryhmästä ilman valmiita vaihtoehtoja. Tuoteryhmän tunnetuin on se, joka mainitaan edellä mainitussa testissä ensimmäisenä. Paras tulos on saavutettu silloin, kuin brändi on ainoa, joka osataan omasta tuoteryhmästään nimetä.



Kuvio 1: Laakson (2003) esittelemät tunnettuuden tasot

Tunnettuutta voidaan rakentaa erilaisin keinoin. Tunnettuutta voi rakentaa esimerkiksi erilaistamalla, mediajulkisuudella, sponsoroinnilla ja tapahtumamarkkinoinnilla, iskulauseella, symbolilla, tunnusmelodiolla tai markkinointiviestinnän toistamisella. Etenkin erottuminen on tärkeää, jotta voi pitkällä tähtäimellä pärjätä markkinoilla. (Raatikainen 2008, 104.)

2.2 Imago, mielikuvat ja brändi

Imagolla on iso merkitys siinä, käytämmekö jonkin yrityksen tuotetta tai palvelua. Imagon syntymiseen ei vaadita omakohtaisia kokemuksia, vaan ihmisillä on mielikuvia organisaatioista ja asioista esimerkiksi luetun ja kuullun perusteella. Myös yleistämällä ja yleisten mielikuvien siirtämisellä kohteisiin on vaikutusta mielikuvien syntymiseen. (Vuokko 2003, 104-105.)

Bergström ja Leppänen (2016, 18) sanovat, että yrityksen ulkonäkö, teot ja sanomiset vaikuttavat mielikuvan muodostumiseen yrityksestä. Niin sanottuja mielikuvatekijöitä ovat esimerkiksi henkilökunta, tuotteet, toimitilat, logo, esitteet, toimitilat, sisustus, mainonta sekä viestintä. Brändi puolestaan muodostuu näistä mielikuvista (Ahto, Kahri, Kahri & Mäkinen 2016, 37).

Brändi tarkoittaa siis mielikuvaa, joka summaa henkilön kaiken tiedon ja kokemuksen kyseisestä asiasta. Brändi on henkilön subjektiivinen käsitys. Brändi ei sijaitse yrityksessä, vaan se on aina vastaanottajan korvien välissä. Koska kaikki tieto muodostaa brändin ihmisten mieliin, koko yrityksen toiminta vaikuttaa brändin muodostumiseen. Brändi on siis subjektiivinen käsitys ja usein mielikuvat ovat faktoja voimakkaampia. Päätökset esimerkiksi mahdollisen palvelun käytöstä tehdään sen perusteella, mihin tarpeeseen tai ongelmaan palvelun uskotaan auttavan. (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 44-45.)

Brändin peruselementtejä voisi sanoa olevan konkreettiset ominaisuudet, ominaisuuksien tuottamat asiakashyödyt sekä brändiin liittyvät mielikuvalliset arvot. Konkreettiset ominaisuudet tarkoittavat palvelun määrittelyä tai ne voivat kuvailla toiminnan luonnetta. Ominaisuuksien tuottamat asiakashyödyt tarkoittavat sitä, kun jostain toiminnan ominaisuudesta on hyötyä asiakkaalle. Mielikuvalliset arvot puolestaan tarkoittavat brändin näkymättömiä puolia, jotka herättävät tunteita ja mielle yhtymiä ihmisissä - nämä näkymättömät arvot ovat ne, jotka tekevät palvelusta ainutlaatuisen ja erottaa sen muista samanlaisista. (Pulkinen 2003, 50-51)

Mielikuvien ja brändin yhteydessä puhutaan myös positioinnista eli asemoinnista. Tällä tarkoitetaan suotuisan ja toivotun mielikuvan tai mielipiteen luomista asiakaskohderyhmille. Positioinnilla vahvistetaan jo olemassa olevia positiivisia mielikuvia. (Raatikainen 2008, 106.)

Tavoitemielikuvalla tarkoitetaan yrityksen tai organisaation näkemystä ja tahtotilaa siitä, minkälaisia mielikuvia siitä on sekä nykyisillä että potentiaalisilla uusilla asiakkailta. Vision, strategian, arvojen ja toimintasuunnitelmien tulee linkittyä tavoitemielikuvaan. Tavoitemielikuvaan valitaan asioita, jotka ovat kohderyhmän kannalta merkityksellisiä. Tavoitemielikuvan määrittely on tärkeää, mutta se jää usein tekemättä. (Mäkinen yms. 2010, 35-36.)

Tavoitemielikuvan kiteytykseen eli brändin ytimeen sisällytetään kaikki se oleellinen brändistä, mitä ihmisten halutaan brändistä muistavan. Tämän brändin ytimen vastaisia toimenpiteitä ei tulisi tehdä ja sen sisältö on merkittävin asia tuotteen ja palveluiden käyttämiselle tai ostamiselle. Tämä brändin ytimen kiteytys on kuitenkin yksi suurimmista haasteista markkinoinnissa, sillä siinä tulisi pysyä kiinni ja samalla etsiä uusia muotoja sille toimintaympäristöjen muuttuessa. (Ahto yms. 2016, 186.)

2.3 Viestintä

Markkinointiviestintää suunnitellessa kohderyhmittäin on hyvä kiinnittää huomiota siihen, että eri kohderyhmille suunnattu viestintä muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden. Viestintää tarkastellaan siis sekä kohderyhmien että yrityksen näkökulmasta. Näitä kohderyhmiä voivat olla esimerkiksi tuotteen käyttäjät, ostajat, mediat ja suosittelijat. (Bergström & Leppänen 2016, 260.) Viestinnän ja markkinoinnin suhde onkin tärkeää brändiä rakennettaessa (Mäkinen yms. 2010, 121).

Osa markkinointiviestinnästä on sellaista, joka voidaan suunnata monille kohderyhmille. Osa viestinnästä taas on sellaista, joka kannattaa kohdistaa hyvin tarkkaan rajatulle kohderyhmälle. Viestintään käytettävä media ja viestintäkeinot valitaan siten, että kohderyhmät tavoitetaan mahdollisimman hyvin ja vähin kustannuksin. Yhdellä kampanjalla ei välttämättä ole hirveän suurta vaikutusta mielikuvaan brändistä, joten viestinnän on oltava pitkäkestoista ja sen on sisällettävä erilaisia viestintäkeinoja. Markkinointiviestinnän tavoitteena on lisätä muun muassa kiinnostusta, tunnettuutta sekä luottamusta. (Bergström & Leppänen 2016, 260.) Markkinointikampanjoiden tunnettuus ei automaattisesti tarkoita tuotteen menestymistä (Laakso 2003, 132).

Markkinointiviestinnällä voi sanoa olevan kolme vaikutustasoa. Nämä vaikutustasot ovat tunteisiin, tietoon ja toimintaan vaikuttaminen. Viestintää suunnitellessa on hyvä miettiä, mihin tasoon viestinnällä halutaan vaikuttaa ja millä tavalla. Markkinointiviestinnälle on myös hyvä määritellä strategia, josta selviää viestinnän peruslinjaukset, eli kenelle viestintä on suunnattu ja miten viestintä toteutetaan. (Bergström & Leppänen 2016, 260.)

Markkinointiviestinnällä on suuri merkitys, sillä se tekee yrityksen ja sen tarjoaman tuotteen/palvelun näkyväksi. Viestinnällä vaikutetaan esimerkiksi mielikuvaan, sekä sillä lisätään tunnettuutta ja annetaan tietoa. Viestinnällä pyritään ylläpitämään asiakassuhteita sekä lisätään kysyntää. (Bergström & Leppänen 2016, 259.) Viestintä tukee tavoitemielikuvan viestintää sidosryhmille (Ahto yms. 2016, 168).

Viestinnän suunnittelun perusta on asiakasymmärrys. Viestintää suunnitellessa tulee selvittää, miten eri kohderyhmät tavoitetaan parhaiten sekä mitä medioita kohderyhmät käyttävät. Uusien erilaisten viestintäkeinojen käyttäminen on suositeltavaa, sillä kokemusten perusteella on mahdollista tehostaa ja uudistaa viestintää. (Bergström & Leppänen 2016, 259.)

Helppokäyttöiset ja hyvin suunnitellut nettisivut ovat yksi markkinoinnin kulmakivistä (Bergström & Leppänen 2016, 270). Myös sosiaalinen media tarjoaa uusia välineitä ja kanavia markkinointiviestinnän toteuttamiseksi. Sosiaalisessa mediassa tavoittaa erityisesti aktiivisia aikuisia sekä nuoria. On suositeltavaa, että sosiaalisen median sisällön tuottamiselle on nimetty henkilö. Suositeltavaa on myös olla aktiivisesti mukana erilaisissa sosiaalisen median yhteisöissä, jotta sosiaalista mediaa tulisi hyödynnettyä pitkäkestoisesti ja näin taataan jatkuva näkyvyys. Sosiaalisen median kanavat vaativat huolellista suunnittelua kanava kerrallaan. Saman sisällön jakaminen eri kanavissa ei välttämättä ole aina kannattavaa. (Bergström & Leppänen 2016, 273-275.)

2.4 Mainonta

Markkinointiviestinnän yksi tärkeimmistä muodoista on mainonta (Bergström & Leppänen 2016, 259). Mainonnasta puhuttaessa tarkoitetaan tavoitteellista ja maksettua tiedottamista esimerkiksi palveluista, tapahtumista tai tavaroista. Mainontaan käytetään joukkotiedotusvälineitä tai vaihtoehtoisesti muilla tavoin viestitään isolle joukolle samanaikaisesti. (Bergström & Leppänen 2016, 265.) Mainonnan tavoitteena voi olla esimerkiksi tunnettuuden luominen (Vuokko 2003, 196).

Mainonta voi olla joko lyhytkestoisia kampanjoita, jotka toteutetaan tarpeen mukaan, tai pitkäkestoista ja jatkuvaa. Molemmat keinot ovat tärkeitä, eikä mainonnan pitäisi muodostua ainoastaan yksittäisistä kampanjoista. Pitkäkestoinen mainonta luo mielikuvia, lisää brändin tunnettuutta sekä auttaa kilpailijoista erottautumisesta. (Bergström & Leppänen 2016, 265.)

Mainonnan muotoja voidaan tarkastella eri tavoilla. Yksi tapa on tarkastella mainontaa mainostettavan kohteen mukaan. Tällöin mainonta voi olla mielipidemainontaa, julkisten palvelujen mainontaa, tuotemainontaa tai yritys- ja organisaatiomainontaa. (Bergström & Leppänen 2016, 267.)

Toinen tapa tarkastella mainontaa on mainonnan tavoitteen mukaan. Tämän tarkastelutavan mukaan mainonnan muotoja ovat suostutteleva, informoiva, muistuttava tai asiakassuhdetta vahvistava mainonta. Informoivalla mainonnalla kerrotaan esimerkiksi uusista lisäpalveluista tai tuotteista. Suostuttelevalla mainonnalla vaikutetaan käyttäytymiseen, asenteisiin ja mielihiteeseen, jolloin tarkoituksena voi olla yritys saada asiakkaat vaihtamaan käyttämäänsä brändiä. Muistutusmainonta muistuttaa ja kannustaa palaamaan takaisin käyttämään tuotetta. Suhdetta vahvistavalla mainonnalla voidaan viestiä hyviä syitä asiakassuhteen jatkamiseen. (Bergström & Leppänen 2016, 267.)

Kolmas tapa mainonnan tarkasteluun on tarkastella sitä käytettävien mainosvälineiden mukaan. Mainonnassa on tärkeää löytää ne mainonnan välineet ja muodot, joilla tavoitetaan halutut kohderyhmät. Mainontaan voidaan käyttää joko mediamainontaa tai suoramainontaa. Mediamainontaa ovat televisiomainonta, radiomainonta, lehti-ilmoitukset, elokuvamainonta, verkkomainonta sekä ulko- ja liikennevalvonta. Suoramainontaa ovat osoitteellinen tai osoitteeton painettu suoramainonta sekä sähköinen suoramainonta, joka pitää sisällään mobiilimainonnan ja sähköpostimainonnan. (Bergström & Leppänen 2016, 267.)

Neljäs tapa tarkastella mainontaa on tarkastella sitä mainostajan näkökulmasta. Tällöin tarkastellaan sitä, mitkä mediat ovat yrityksen omia, mitkä käytössä olevista medioista ovat ostettuja ja kuinka ansaitaan ilmaista medianäkyvyyttä. Näiden lisäksi puhutaan myös kumppanimedioista. Omat mediat ovat tärkeitä mielikuvien luomisessa. Näihin sisältyvät muun muassa verkkosivut, toimipaikkamainonta sekä painotuotteet. (Bergström & Leppänen 2016, 269-270.)

3 Riippuvuudet

Riippuvuus eli addiktio tarkoittaa käytöstä, jota ohjaa voimakas ja toistuva halu. Sen voi aiheuttaa jonkin aineen käyttö tai toiminta. Riippuvuuksia on haitallisia ja haitattomia, henkisiä sekä fyysisiä. (Viljamaa 2011, 7.) Riippuvuudesta puhuttaessa viitataan siis suureen kuluttamiseen sekä hallitsemattomaan toistoon. Riippuvuudet vaikeuttavat ihmisen arkea, sillä ne ottavat ylivallan muista toiminnoista. (Raento & Tammi 2013, 8.)

Riippuvuudet voidaan jakaa toiminnallisiin riippuvuuksiin ja fyysisiin aineriippuvuuksiin. Läheisriippuvuus, peliriippuvuus ja nettiriippuvuus ovat esimerkkejä toiminnallisista riippuvuuksista. Fyysisiä aineriippuvuuksia ovat esimerkiksi alkoholiriippuvuus, huumeriippuvuus ja lääkeaineriippuvuus. Kaikkia riippuvuuksia voi tarkastella neljästä eri näkökulmasta: fyysisestä, psyykkisestä, sosiaalisesta ja tapoihin perustuvasta. (Viljamaa 2011, 7.)

Toiminnallisia riippuvuuksia on selkeää tarkastella sosiaalisesta, psyykkisestä ja tapoihin perustuvasta näkökulmasta. Sosiaalinen riippuvuus tarkoittaa esimerkiksi sitä, että pelaajat koontuvat pelaamaan yhdessä ja poissaoloja ei katsota hyvällä. Psyykkinen riippuvuus voi tarkoittaa henkistä turvautumista johonkin toimintaan tai aineeseen ja ilman tätä riippuvuuden kohdetta elämään tuntuu jäävän tyhjä aukko. Tapoihin perustuva riippuvuus tarkoittaa jonkun toiminnan tai aineen käytön yhdistämistä johonkin tiettyyn tilanteeseen, esimerkiksi aina kaupassa käydessä on pelattava. (Viljamaa 2011, 9-10.)

3.1 Rahapeliriippuvuus

Käsitteellä rahapeliriippuvuus tarkoitetaan pelaamista, jota ei pysty kontrolloimaan ja jonka myötä laiminlyö perustarpeitaan ja velvollisuuksiaan. Tällöin myös usein yksilön psyykkinen ja fyysinen terveys heikkenee, sekä sosiaaliset suhteet kärsivät ja tapahtuu taloudellista velkaantumista. (Alho & Lahti 2015, 12-13). Rahapeliriippuvuus on toiminnallinen riippuvuus, jonka määrittely ei perustu sen haitallisiin seurauksiin, vaan toiminnan hallitsemiseen. Ongelman ennakointi ja ennustaminen on hankalaa, johtuen sen yksilöllisyydestä ja tilannekohtaisuudesta. Kahdella yhtä paljon pelaavalla voi toisella pelaaminen pysyä hallinnassa, kun taas toisella siitä voi kehittyä pakonomainen ongelma. (Lund 2010, 31-32.) Rahapeliongelman taustalla on usein masennusta, ahdistusta ja epävakautta, jotka sitten purkautuvat pelaamiseen. Myös peliriippuvuus ja persoonallisuushäiriö esiintyvät usein yhdessä. (Viljamaa 2011, 43.)

Rahapelaajat voidaan jakaa neljään tasoon. Nämä neljä tasoa ovat 0-taso, johon kuuluvat henkilöt, jota eivät ole koskaan pelanneet rahapelejä. 1-tasoon kuuluvat pelaajat, joilla pelaaminen on hallinnassa ja pelaaminen on sosiaalista ja viihdepelaamista. 2-tasoon kuuluvat ongelmapelaajat sekä riskipelaajat, joilla on satunnaisesti ongelmia pelaamisen kanssa. 3-tasoon kuuluvat pelaajat, jotka eivät voi vastoinkäymisistä ja häviöistä huolimatta lopettaa pelaamista ja täten aiheuttavat haittoja sekä itselleen että läheisilleen. (Viljamaa 2011, 41.)

3.2 Rahapeliriippuvuuden taustalla

Tutkimukset osoittavat, että eniten rahapelejä pelaavat miehet, jotka ovat iältään 20-30 -vuotiaita. Pelaaminen saatetaan aloittaa jo 10 -vuotiaina. Riskiryhmään kuuluvilla on usein ongelmia myös päihteiden käytön ja tupakoinnin kanssa, lisäksi näpistelyä ja lintsäämistä voi esiintyä. Naiset yleensä aloittavat pelaamisen miehiä myöhemmin, mutta naisille pelaamisesta aiheutuvia ongelmia tulee nopeammin kuin miehille. (Viljamaa 2011, 40.)

Rahapelaamiselle on erilaisia motiiveja. Pelaamisen perusmotiivin voi sanoa olevan voittaminen, lisäksi mahdollisen voiton tuoma menestys, tyytyväisyys ja onnellisuus motivoivat. Rahapelaamisen motiiveina voi toimia myös erilaiset sosiaaliset tekijät. Pelaaminen usein vahvis-

taa minäkuva ja tuo yhteenkuuluvuuden tunnetta. Monissa peleissä myös älyllinen haastavuus motivoi, jolloin pelaajat kokevat voittojen olevan osoitus älykkyydestä ja hyvästä päätelykyvystä. Rahapelaamisella voidaan myös säädellä mielialoja. Toisilla pelaaminen tuottaa levollisen tunteen, joka lievittää kuormittuneisuutta, toisilla taas pelaaminen tuo jännitystä ja mielihyvää. (Castren & Lahti 2015, 71-73.)

Rahapeli­riippuvuudelle on olemassa riskigeeni, joka voi edesauttaa riippuvuuden syntyä oikeanlaisessa ympäristössä (Viljamaa 2011, 45). Perintötekijöiden puolesta puhuvat muun muassa erilaiset tutkimukset, joiden mukaan ongelmapelaamista ja rahapeli­riippuvuutta esiintyy rahapeli­riippuvuudesta kärsivien jälkeläisillä enemmän kuin muulla väestöllä keskimäärin (Kiianmaa 2015, 57). Lisäksi rahapeli­riippuvuus harvoin esiintyy yksittäisenä ongelmana (Castren & Lahti 2015, 121).

Rahapelaamiseen liittyy mielihyvän tuottaminen. Pelaamisen tuottama jännitys ja voitot koetaan mielihyvää tuottaviksi ja palkitseviksi. Tämä saa pelaajan jatkamaan pelaamistaan sekä pelaamaan uudestaan. (Kiianmaa 2015, 52.) Fyysinen riippuvuus ilmenee siinä, kun pelaajalla on pakonomainen halu pelata ja jatkaa pelaamista huolimatta sen terveydellisistä ja aineellisista haitoista. Mikäli pelaamisen yrittää lopettaa, päätyy yleensä jatkamaan pelaamista. (Kiianmaa 2015, 55.) Psykologisista tekijöistä tiettyjä persoonallisuuden piirteitä on yhdistettävissä rahapeliongelman syntyyn. Näitä ovat esimerkiksi impulsiivisuus, epäsosiaalisuus, jännityshakuisuus ja kilpailuhenkisyys. Myös yksilön asenteet, uskomukset, kokemukset ja elämäntilanne vaikuttavat rahapeliongelman kehittymiseen. Pelaaminen voi olla pakokeino mielen­terveydellisistä ja sosiaalisista ongelmista. (Castren, Lahti & Salonen 2015, 60.)

Perheellä, sosiaalisilla verkostoilla sekä esimerkiksi asuin­ympäristöllä voi olla myös vaikutusta rahapeliongelman kehittymiseen. Rahapeli ja rahapeliautomaatit saattavat tulla lapselle tai nuorelle tutuiksi ensimmäistä kertaa nimenomaan perheen kautta. Kaveripiiri voi myös vaikuttaa rahapeleistä kiinnostumiseen ja etenkin nuorten keskuudessa voi olla kova sosiaalinen paine, joka voi vaikuttaa nuoren riskinottoon sekä riskikäyttäytymiseen. Nuori, jonka pelaaminen on muuttumassa ongelmalliseksi ja jonka kaverit pelaavat rahapelejä, on erityisen altis sosiaalisille paineille. Toisaalta nuori voi ajautua pelaamaan paljon rahapelejä, mikäli häneltä puuttuu sosiaaliset verkostot. Asuin­ympäristön tarjoamat mahdollisuudet rahapeli­en pelaamiseen sekä asukkaiden suhtautuminen rahapelaamiseen voivat omalta osaltaan vaikuttaa yksilöiden kiinnostukseen rahapelejä kohtaan. (Järvinen-Tassopoulos 2015, 63-64.)

3.3 Rahapeli­riippuvuuden toteaminen ja hoito

Suomessa jonkinasteinen rahapeliongelma on noin 130 000 ihmisellä (Viljamaa 2011, 39). Ongelman varhainen toteaminen sekä tehokas hoitoonohjaus ovat rahapeliongelmi­en hoidossa

keskeisiä asioita. Rahapeliiriippuvuudelle on määritelty diagnostiset kriteerit lääketieteellisenä sairautena. Maailman terveysjärjestön ICD-10 -tautiluokituksessa rahapeliiriippuvuus on luokiteltu hillitsemishäiriöihin. Kyseisen luokituksen mukaan rahapelihimoon liittyy toistuvasti tulevat pelaamisjaksot, jotka hallitsevat elämää ja täten vahingoittavat sosiaalisia, aineellisia, ammatillisia sekä perheeseen liittyviä sitoumuksia ja arvoja. (Alho & Lahti 2015, 113.)

On monia syitä sille, miksi pelaaja, jolla on rahapeliongelma, ei hakeudu hoitoon. Pelaaja saattaa salata ongelman, koska pelkää seurauksia, joita pelaamisen paljastumisesta tulee. Pelaaja voi myös uskotella itselleen, ettei tarvitse mitään ulkopuolista apua, sillä ongelmaa ei ole. (Itäpuisto & Pajula 2015, 81.)

Rahapelejä ongelmallisesti pelaavat ja heidän läheisensä tarvitsevat palveluita monipuolisesti. Nämä palvelut voidaan luokitella kolmeen eri tasoon. Tasoja ovat itsehoitoa tukevat neuvontatyypiset palvelut, sosiaali- ja terveydenhuollon palvelut, sekä rahapeliongelmaan erikoistuneet palvelut. Sosiaali- ja terveydenhuollon peruspalveluilla on merkittävä rooli ongelmien tunnistamisessa, hoidon tarpeen arvioinnissa, lievien ongelmien hoidossa sekä hoitoon ohjauksessa. (Mustalampi & Partanen 2015, 131.)

3.4 Rahapelaamisen vaikutukset

Rahapelaamisesta on Suomessa yhteiskunnalle sekä hyötyjä että haittoja. Merkittävä osa peliyhteisöjen tuotoista käytetään yhteiskuntaa hyödyttävästi erilaisten järjestöjen tai valtion kautta (Murto & Mustalampi 2015, 18). Rahapelaaminen aiheuttaa kuitenkin myös rasitteita yhteiskunnalle, esimerkiksi rikollisuutta, alentunutta työkykyä, talous- ja velkaneuvontapalveluiden käyttöä sekä tarvetta sosiaali- ja terveyspalveluiden hoito- ja tukipalveluille pelaajille sekä heidän läheisilleen (Murto & Mustalampi 2015, 21).

Rahapelaamisen haittoja pyritään ehkäisemään ja sen tavoitteena on sellaisen rahapelaamisen vähentäminen, joka aiheuttaa haittoja pelaajalle, pelaajan läheisille tai ympäristölle. Nämä ehkäisytoimet voidaan jakaa kolmeen ryhmään: 1) rahapeliin tarjonnan ja saatavuuden yleispätevät rajoitukset, 2) riskipelaamisen, rahapeliin ja pelitilanteiden sääntely ja 3) tiedottaminen rahapelihaitoista ja yleisen hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen. Nämä ehkäisytoimet vaikuttavat rahapelaamiseen liittyvien taloudellisten, sosiaalisten ja terveydellisten haittariskien muotoutumiseen. (Murto & Warpenius 2015, 22-23.)

Velkaantuminen on yksi rahapelaamisen yleisimmistä haitoista (Lähteenmaa 2015, 25). Rahapeliongelmaan liittyy usein häpeää, salailua sekä leimaantumisen pelkoa, jolloin pelaaja saattaa yrittää salailla pelaamistaan esimerkiksi piilottelemalla tiliotteita ja laskuja. Rahapeliongelma voi koitua myös terveysongelmia, esimerkiksi velkaantumisen ja salailun aiheuttamaa stressioireilua. (Castren & Lahti 2015, 70.)

Rahapeliiriippuvuus vaikuttaa myös työelämään ja se näkyy esimerkiksi poissaoloina, pitkinä ruokataukoina sekä myöhästelyinä. Kun pelaaminen hallitsee ajankäyttöä sekä ajatuksia, seuraa siitä töiden laiminlyömistä. Lisäksi pelaaminen voi aiheuttaa kielteisiä tunteita, kuten ahdistusta ja häpeää. Nämä tunteet voi näkyä ärtyisyytenä sekä äkkipikaisuutena työpaikalla. Rahapeliiriippuvuuteen liittyvä taloudellinen velkaantuminen voi näkyä työpaikalla rahan lainaamisella sekä palkkaennakoiden pyytämisenä. Myös itse pelaamista saattaa tapahtua työpaikalla. (Jaakkola, Heinälä & Alho 2015, 161-162.)

3.5 Rahapeliiriippuvuus ja läheiset

Rahapeliiriippuvuus koskettaa pelaajien lisäksi myös pelaajien läheisiä. Läheisiä on pelaajiin nähden moninertainen määrä. Pelaajan lisäksi pelaaminen vaikuttaa etenkin pelaajan vanhempiin, puolisoon sekä lapsiin (Itäpuisto & Pajula 2015, 173-174).

Läheinen saattaa hakea apua pelaajalle, mutta ei välttämättä tiedosta itse omaa avuntarvettaan. Läheiset voivat kokea rahapeliiriippuvuuden takia syyllisyyttä sekä häpeää, minkä vuoksi ongelmasta ei välttämättä puhuta. Pelaaminen vaikuttaa usein myös koko perheen talouteen velkaantumisen myötä. Talousongelmat puolestaan vaikeuttavat arkea sekä vaikuttavat perheen sosiaalisiin suhteisiin. (Itäpuisto & Pajula 2015, 173-74.)

3.6 Rahapelihaittojen ennaltaehkäisy

Rahapelitarjonnan saatavuutta säännellään ja keskeisimpiä keinoja tähän on pelien ja niiden sijoituspaikkojen määrän, markkinoinnin ja aukioloaikojen rajoitukset. Myös rahapelien ikärajojen voi katsoa olevan osa sääntelyä. Näiden sääntelytoimien on arvioitu olevan tehokkaimpia keinoja ehkäistä rahapeleistä aiheutuvia haittoja. Tutkimusten mukaan erityisen tehokkaita ehkäistä rahapelaamisesta aiheutuvia haittoja ovat ne lainsäädännölliset rajoitukset, joilla rahapelitarjontaa rajoitetaan. (Warpenius & Murto 2015, 201.) Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskuksen julkaisemassa, Terveystieteiden ja hyvinvoinninlaitoksen päihde- ja rahapeliityöryhmän tekemässä raportissa ”Sääntelyyn perustuvat rahapelihaittojen ehkäisytoimet ja niiden soveltuvuus Suomen rahapelijärjestelmään” (2017) todetaan pakollisen tunnistautumisen, pakollisen peliin käytettävän summan rajan asettamisen sekä pelaajan itselleen hakeman pelikiellon olevan tehokkaimpia keinoja ehkäistä peliongelmaa.

Tiedottamisella on merkittävä rooli rahapelihaittojen ennaltaehkäisyssä. Sillä pyritään vaikuttamaan uskomuksiin, asenteisiin ja tietoon rahapelaamisesta sekä siihen liittyvistä haitoista. Tiedottamisella voidaan myös lisätä ammattilaisten valmiuksia rahapelihaittojen tunnistamiseen ja käsittelemiseen. Tiedottaminen on myös keino saada aikaan keskustelua rahapelaamisesta ja siihen liittyvistä haitoista, mikä voi osaltaan vaikuttaa ihmisten mielipiteisiin sekä

jopa poliittiseen päätöksentekoon. Rahapelaamisen haitoista kertovat kampanjat joutuvat kilpailemaan vastakkain rahapeliyhtiöiden rahapelimarkkinoinnin kanssa. (Warpenius & Murto 2015, 206.)

3.7 Vertaistuki

Vertaistuella tarkoitetaan kohdattujen ongelmien keskinäistä jakamista. Vertaistuen ydin on ihmisten välisessä kohtaamisessa, joka tapahtuu ilman asiakasroolia tai titteleitä. (Hyväri 2005, 214.) Vertaistukiryhmissä käsitellään yhdessä kriisiytyneitä ja kriittisiä elämäntilanteita. Ryhmässä on vastavuoroisia suhteita, joilla tähdätään toisten tukemiseen ja auttamiseen. (Hyväri 2005, 215.)

Toipumisen kannalta keskeisiä asioita voi sanoa olevan vertaistuki, osallisuuden tunne sekä aidosti kuulluksi tuleminen (Kankaanpää & Kurki 2013). Vertaistukitoiminta antaa toivoa, edistää osallisuutta sekä tuo merkitystä elämään (Hietala & Rissanen 2013, 26). Vertaisuudessa vallitsee molemminpuolisuus ja se pitää sisällään jotain jaettua ja yhteistä. Vertaisuuden olemus tulee aina siitä ilmiöstä, josta ollaan vertaisia. (Hokkanen 2003, 267.)

Hokkanen (2003, 268) määrittelee kolme vertaistoiminnan luonnetta muokkaavaa tekijää. Ensimmäinen on sen ilmiön tai asian hyväksyttävyyden ja yleisyys, jonka suhteen ollaan vertaisia. Sen elämäntilanteen akuuttisuus, tuoreus tai kesto, jossa vertaisryhmään tullaan, on toinen muokkaava tekijä. Kolmas muokkaava tekijä on se, miten vertaisryhmän toiminta on organisoitu. Organisoitumisen tavalla tarkoitetaan esimerkiksi sitä, onko ryhmän vetäjä määritelty, kuinka usein ryhmä tapaa, onko toiminnassa mukana ulkopuolisia tai onko ryhmän jäsenet toisiinsa yhteydessä tapaamiskertojen välissä.

Vertaisuudessa vaatavuutta ja herkkyyttä tulee miettiä vertaisuuden eri ilmenemismuotojen kohdalla. Eri tilanteissa ja eri vertaisryhmissä vaaditaan eritavoin avoimuutta tai sulkeutuneisuutta, heterogeenisuutta tai homogeenisuutta, ja toiminta on erikestoista, erilaisin autonomian astein tai tukirakentein ja erilaisella intensiteetillä toteutettua toimintaa. Vertaisuuden ei ole välttämättä oltava aina ensisijaisesti esillä, vaan sen voi nähdä olevan piirre, joka muuntaa auttamissuhteen laatua ja kannustaa alkuun auttamisessa. (Hokkanen 2003, 268.)

4 Toiminnan kuvaus

4.1 Pelirajat'on

Pelirajat'on on Sosped säätiön toimintaa. Pelirajat'on tarjoaa apua vertaistuen keinoin ongelmallisesti pelaaville sekä heidän läheisilleen. Toiminta on valtakunnallista ja tavoitteena on sekä parantaa ongelmallisesti rahapelejä pelaavien ihmisten elämänlaatua että lisätä tie-

toutta rahapeliongelma. Pelirajat'on tarjoaa sekä pelaajille että heidän läheisilleen vertaisryhmiä, vertaistukea puhelimitse, vertaistukea verkossa, voimavarakursseja, lomaa sekä keskustelutilaisuuksia. (Pelirajat'on, Vertaistuki.) Toiminta perustuu seuraaviin periaatteisiin: tasa-arvo ja ihmisarvon kunnioittaminen, turvallinen ja luottamuksellinen ilmapiiri, rakentava vuorovaikutus ja aito kohtaaminen, vapaaehtoisuuden arvostaminen sekä vertaistuen, kokemustiedon ja tunteiden voimiin luottaminen (Pelirajat'on, Periaatteet).

Pelirajat'on-vertaistoiminta sai alkunsa vuosina 2008-2010 Sosped säätiön hankkeessa, jonka nimi oli "Pelaajien vertaistukiverkosto". Pelirajat'on-toiminnan periaatteet perustuvat Sosped säätiön psykodynaamiseen ihmiskäsitykseen ja niissä näkyy kokemus vertaistoiminnan ja ongelmapelaamisesta kuntoutumisen menetelmien ja koulutuksien kehittämisestä. (Pelirajat'on, Periaatteet.)

4.2 Toimintamuodot

Pelirajat'on järjestää vertaisohjaajakoulutuksia henkilöille, joilla on omia kokemuksia ongelmallisesta rahapeliongelma tai pelaajan läheisenä elämisestä. Koulutuksen jälkeen vertaisohjaajaa tuetaan vertaisryhmän käynnistämiseen. Ohjaaja saa apua tiedottamiseen ja tilojen järjestämiseen sekä työhajausta. (Pelirajat'on, Vapaaehtoiset.)

Vertaisryhmät on tarkoitettu henkilöille, joilla on ongelmia rahapelaamisen kanssa. Lisäksi vertaisryhmiä järjestetään pelaajien läheisille. Ryhmät ovat luottamuksellisia, maksuttomia ja suljettuja pienryhmiä, ja ryhmien ohjaajina toimivat vapaaehtoiset vertaisohjaajat. Ryhmistä saa ymmärrystä saman asian läpikäyville, sekä neuvoja arjessa jaksamiseen ja tilanteen käsittelemiseen. (Pelirajat'on, Vertaisryhmät.)

Vertaispuhelimessa on mahdollisuus keskustella luottamuksellisesti vertaisen kanssa. Vertaiset ovat koulutettuja ja vapaaehtoisia. Vertaispuhelin on toteutettu yhteistyössä Tiltin ja Peluurin kanssa. (Pelirajat'on, Vertaispuhelin.) Pelaajilla ja läheisillä on myös mahdollisuus keskustella vertaisen kanssa internetissä. Internetissä on myös mahdollisuus keskustella vertaischatissa, osallistua verkkoryhmään, kysyä kokemusasiantuntijoilta sekä keskustella OmaPeluurissa. (Pelirajat'on, Vertaistukea verkossa.)

Voimavarakursseja on kahdesti vuodessa ja ne on tarkoitettu sekä rahapeliongelman kanssa kamppaileville että pelaajien läheisille. Kursseilla on tarkoitus vahvistaa omia voimavaroja ja hyvinvointia, etsiä tekemistä pelaamisen tilalle sekä tukea tavoitteiden toteutumista. (Pelirajat'on, Voimavarakurssit.) Myös Pelirajat'on -lomille ovat tervetulleita sekä pelaajat että heidän läheisensä. Voimavarakurssien tapaan myös lomaa järjestetään kahdesti vuodessa. Lomalla rentoudutaan sekä käsitellään ryhmässä peliriippuvuutta ja ongelmapelaamista eri näkökulmista. (Pelirajat'on, Lomat.)

4.3 Muita toimijoita

Vuodesta 2004 asti toiminut Peluuri tarjoaa muun muassa vertaistukea sekä ammatillista tukea, tavoitteenaan ehkäistä ja vähentää rahapelaamisesta aiheutuvia haittoja. Palvelut ovat maksuttomia ja niitä saa ympäri Suomea. Lisäksi Peluuri tuottaa ja välittää tietoa pelihaittoista sekä on osa Helsingin Peliklinikkaa, joka tarjoaa avohoitopalveluita vantaalaisille ja helsinkiläisille. Peluuri on Sininauhaliiton ja A-klinikkasäätiön tuottama. (Peluuri, Tietopankki.) Peluurilla on netissä kahdeksan osainen Peli poikki -ohjelma, joka on tarkoitettu peliongelman hoitoon (Peluuri, Peli poikki ohjelma).

Tiltti on tieto- ja tukipiste, joka toimii Helsingissä Peliklinikan yhteydessä. Tiltin palvelut ovat maksuttomia ja tarkoitettu sekä rahapelaajille että heidän läheisilleen. Tiltissä voi keskustella tilanteestaan työntekijöiden ja muiden kävijöiden kanssa. (Tiltti.fi)

Peliklinikka on palvelukokonaisuus, joka on erikoistunut rahapeliongelmiin. Peliklinikan hankkumppaneita ovat Sosped säätiö, A-klinikkasäätiö, Sininauhaliitto, Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos THL, Pääkaupunkiseudun sosiaalialan osaamiskeskus Socca sekä Helsingin kaupunki ja Vantaan kaupunki. Palvelut ovat tarkoitettu pelaajille sekä heidän läheisilleen ja heitä työssään kohtaaville ammattilaisille. Rahapeliongelmiin lisäksi Peliklinikka tarjoaa apua digipelaamiseen ja netin liialliseen käyttöön liittyviin ongelmiin. (Peliklinikka.fi)

Nimettömät pelurit eli Gamblers Anonymous on miehille ja naisille suunnattu vertaisryhmä, jossa pyritään lopettamaan pakonomainen pelaaminen. Ryhmissä voidaan jakaa kokemuksia, tukea ja voimia. Ryhmän pääsyvaatimuksena on pakonomaisen pelaamisen lopettamisen halu. Ryhmissä ei ole jäsenmaksuja tai velvoitteita, ja päämääränä on pelaamattomuus sekä auttaa muita olemaan pelaamatta. (Nimettömät pelurit.)

5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen tutkimuskysymykset perustuvat siihen, mitä tietoa Pelirajat'on halusi toiminnastaan. Näin ollen tutkimuskysymykset olivat:

1. Kuinka hyvin Pelirajat'on-toiminta tunnetaan?
2. Mitä mielikuvia Pelirajat'on-toiminnasta on?
3. Miten Pelirajat'on voisi kehittää toimintaansa?

Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä ja kyseessä oli kvantitatiivinen tutkimus, joka sisälsi myös laadullisen tutkimuksen elementtejä. Kyselylomake luotiin SurveyMonkeyssa ja se lähetettiin yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille sähköpostitse, lisäksi kyselyyn oli mahdollista vastata Pelirajaton.fi -verkkosivuilla sekä Facebook -sivujen kautta. Tutkimus toteutettiin

marraskuussa 2017 ja vastausaikaa oli yhteensä 17 päivää. Tutkimuksen vastauksia hyödynnetään opinnäytetyön lisäksi myös Pelirajat'on-toiminnan arvioinnissa ja kehittämisessä.

5.1 Tavoitteet ja tehtävä

Opinnäytetyön taustana oli Pelirajat'on toiminnan tarve tarkastella tuloksellisuus- ja vaikutusselvitystä varten toiminnan hyödyllisyyttä, toiminnan sisältöä ja toteutusta sekä keskeisiä tuloksia ja vaikutuksia yhteistyötahojen näkökulmasta. Opinnäytetyön tavoitteena oli synnyttää tietoa Pelirajat'on toiminnan tunnettuudesta ja mielikuvista sidosryhmien keskuudessa. Tulosten myötä Pelirajat'on voi arvioida, tarviiko tunnettuutta lisätä ja miten toimintaa voisi kehittää tulevaisuudessa.

5.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus voi olla joko kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tai kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään selvittämään prosenttiosuuksiin ja lukumääriin liittyviä kysymyksiä. Tämä edellyttää riittävän edustavaa ja suurta otosta. Aineisto kerätään esimerkiksi standardoiduilla tutkimuslomakkeilla, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tulokset voidaan esittää taulukoiden ja kuvioiden avulla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan kartoittaa olemassa olevaa tilannetta, mutta asioiden syiden selvittämiseen ei pystytä riittävästi. (Heikkilä 2014, 15.) Tekemässäni tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää.

Kvalitatiivinen tutkimus auttaa selittämään tutkimuskohteen päätösten ja käyttäytymisen syitä sekä ymmärtämään tutkimuskohdetta. Siinä tutkimus rajataan pieneen määrään tapauksia, jotka analysoidaan mahdollisimman tarkasti. Otos valitaan harkinnanvaraisesti eikä pyritä siihen, että tulokset olisivat yleistettävissä. (Heikkilä 2014, 15.)

5.3 Kohderyhmä ja aineiston keruu

Otannon tärkeimmät käsitteet ovat otos ja perusjoukko. Perusjoukko muodostuu niistä, joista ollaan kiinnostuneita tutkimuksessa, tässä tapauksessa siis Pelirajat'on-toiminnan sidosryhmät. Otos muodostuu niistä, jotka valitaan vastaamaan tutkimukseen. Otannon ideana on se, että ottamalla perusjoukosta pienemmän otoksen, voidaan tutkimuksesta saadut tulokset yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Kun otoksen perusteella tehdään johtopäätöksiä, kutsutaan sitä tilastolliseksi päättelyksi. (Vehkalahti 2008, 43.)

Jotta otanta toimii, edellyttää se huolella laadittua otanta-asetelmaa, tarkoituksenmukaista otantamenetelmää sekä valintaan sisältyvää satunnaisuutta. Satunnaisuudella tarkoitetaan sitä, että kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla on yhtä hyvä todennäköisyys päästä otokseen. Myös otoskoko on tärkeä ja se vaikuttaa siihen, kuinka hyvin otos kuvaa perusjoukkoa. Joskus

aineistosta käytetään sanaa ”otos”, vaikka tiedonkeruuta ei olisikaan tehty otannalla. (Vehkalahti 2008, 43.)

Tutkimuksen kohderyhmänä oli Pelirajat’on-toiminnan sidosryhmät ja yhteistyökumppanit. Verkkokysely lähetettiin yhteistyökumppanien lisäksi Pelirajat’on-toiminnan sidosryhmille, joihin kuuluu eri kaupunkien aikuissosiaalityö, päihdepalvelut, talous- ja velkaneuvonta, seurakunnat ja kriisikeskukset. Kysely lähetettiin 197 henkilölle, minkä lisäksi kyselyyn oli mahdollista vastata Pelirajat’on - toiminnan verkkosivujen ja Facebook - sivujen kautta. Vastausaikaa oli 17 päivää ja vastausajan puolesta välissä lähetettiin muistutus kyselystä sähköpostitse. Vastauksia tuli 67 kappaletta, joista yksi vastaus tuli virallisen vastausajan päätyttyä.

5.4 Tulosten analysointi

Tilastollisessa analyysissä aineiston graafinen tarkastelu on merkittävässä osassa. Aineiston käsittely on aloitettava tutkimalla ja kuvailemalla muuttujien saamia arvoja. Teksti ja taulukot eivät aina riitä havainnollistamaan asiaa, joten esittämistapana voi käyttää myös kuviota. (Heikkilä 2014, 140.) Tämän kyselytutkimuksen tulosten esittämisessä on käytetty kaikkia kolmea esittämistapaa; kuvioita, taulukoita ja tekstiä. Mikäli haluaisi tarkastella useiden muuttujien välisiä yhteyksiä, on siihen olemassa erilaisia monimuuttujamenetelmiä (Heikkilä 2014, 227).

Kun aineistoa alkaa käsittelemään, on tärkeää selvittää, mitä tuloksia tarvitaan, jotta saadaan vastaukset tutkimuskysymyksiin. (Heikkilä 2014, 141.) Yksiulotteinen frekvenssijakauma eli suora jakauma kertoo miten yleisiä eri muuttujat ovat havaintoaineistossa. Tulokset voidaan ilmoittaa prosenttilukuina, lukumäärinä tai molempina. Ilmoitusmuoto riippuu siitä, mitä taulukon avulla on tarkoitus esittää. Kokonaistutkimuksessa, jossa on tavoitteena saada selville ilmiön levinneisyys ja laajuus, on sopivaa käyttää lukumääriä. Eri ryhmiä vertaillessa voi käyttää prosenttilukuja. Myös kokonaistutkimuksessa on mahdollista käyttää prosenttilukuja, mutta tällöin tulee huomioida, ettei ota mukaan liian montaa desimaalia, jotta havainnollisuus ei kärsi. (Heikkilä 2014, 145.) Tässä tutkimuksessa tulokset on esitetty prosenttilukuina, sillä ne havainnollistavat eri muuttujien saamien vastausmäärien eroja. Tulokset käsiteltiin laittamalla ne ensin taulukkomuotoon ja sen jälkeen muuttamalla ne kuvioiksi.

Osa tutkimuksen vastauksista on analysoitu käyttämällä painotettua keskiarvoa ja keskihajontaa. Yleisin tunnusluku eli keskiarvo kuvaa muuttujien keskimääräistä arvoa. Keskiarvon laskeminen edellyttää aina numeerista mittausta. Keskiarvo harvoin riittää yksinään, vaan lisäksi on huomioitava keskihajonta. Keskihajonta ilmaisee, kuinka suurta

vaihtelua muuttujat pitävät sisällään. (Vehkalahti 2008, 54.) Esimerkiksi asteikolla 1-5 mitattavia kysymyksiä voi tarkastella välimatka-asteikollisina ja vastausvaihtoehdon ”en osaa sanoa” voi määrittellä puuttuvaksi tiedoksi (Heikkilä 2014, 175). Kyselylomakkeen matriisikysymyksiä käsitellessä vastausvaihtoehto numero 6 ”en osaa sanoa” määriteltiin puuttuvaksi tiedoksi, eikä täten otettu mukaan keskiarvon tai keskihajonnan laskemiseen.

Vastauksissa voi olla myös puutteita. Mikäli lomakkeeseen muuten vastataan, mutta jätetään osa tiedoista pois, puhutaan tällöin eräkadosta. Yksikkökadosta puhutaan silloin, kun jättää kokonaan vastaamatta kyselyyn. Mitä enemmän tietoja puuttuu, sitä enemmän epävarmuuksia tulokset pitävät sisällään. (Vehkalahti 2008, 81.) Koska tässä tutkimuksessa käytetyssä kyselylomakkeessa ei ollut pakollisia kysymyksiä, oli kysymysten vastausmäärissä hieman vaihtelua. Myös matriisikysymyksissä, joissa arvioitiin eri väittämien toteutumista, sai väittämät eri määrän vastauksia, huolimatta siitä, että mukana oli vastausvaihtoehto numero kuusi (en osaa sanoa).

Avointen kysymysten analysoinnissa voi käyttää sisällönanalyysiä. Tutkittavaa ilmiötä kuvaa tutkimuksesta saatu aineisto ja sisällönanalyysillä aineistosta pyritään luomaan selkeä sanallinen kuvaus tutkimuksen kohteesta. Sisällönanalyysin tavoitteena on aineiston järjestäminen selkeään ja tiiviiseen muotoon ilman, että sen sisältämä informaatio katoaa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108.)

Tuomi & Sarajärvi (2009, 108-111) esittelevät aineistolähtöisen sisällönanalyysin Milesin ja Hubermanin (1994) tapaan. Tämän mukaan aineistolähtöinen sisällönanalyysi sisältää seuraavat vaiheet: aineiston pelkistäminen eli redusointi, aineiston ryhmittely eli klusterointi ja teoreettisten käsitteiden laatiminen eli abstrahointi. Pelkistämässä karsitaan aineistosta kaikki ylimääräinen pois esimerkiksi tiivistämällä tai pilkkomalla. Ryhmittelyssä etsitään esimerkiksi samankaltaisuuksia kuvaavia käsitteitä ja ne ryhmitellään ja sekä yhdistetään luokaksi. Luokat nimetään käsitteellä, joka kuvaa luokan sisältöä. Käsitteellistämässä eli abstrahoinnissa valitaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja luodaan teoreettisia käsitteitä.

Tekemässäni tutkimuksessa oli yksi avoin kysymys (Miten Pelirajat'on-toimintaa pitäisi mielestäsi kehittää tulevaisuudessa?). Kysymykseen tuli yhteensä 26 vastausta ja vastaukset analysoitiin edellä mainitulla aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Vastauksista karsittiin aluksi ylimääräinen pois tiivistämällä. Sen jälkeen samankaltaiset vastaukset ryhmiteltiin luokiksi ja luokat nimettiin. Lopuksi valittiin tutkimuksen kannalta olennaisin tieto ja muodostettiin niistä teoreettiset käsitteet.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä eli sitä, mitaako tutkimus sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Validius on varmistettava tutkimuksen alkuvaiheessa, mikä tarkoittaa huolellista suunnittelua ja tiedonkeruuseen käytettävän tutkimuslomakkeen kysymysten tarkkaa harkintaa. Tutkimuksen validiteetin vaikuttaa myös se, miten perusjoukko on määritelty, kuinka edustava otos on saatu sekä kyselytutkimuksen vastausprosentti. (Heikkilä 2014, 27.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla viitataan tulosten tarkkuuteen sekä tutkimuksen luotettavuuteen. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksesta saatavat tulokset eivät ole sattumanvaraisia. (Heikkilä 2014, 28.) Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa tulee ottaa huomioon mahdollinen vastauskato sekä kuinka hyvin kysymykset mittasivat mitattavissa olevaa asiaa (Heikkilä 2014, 179).

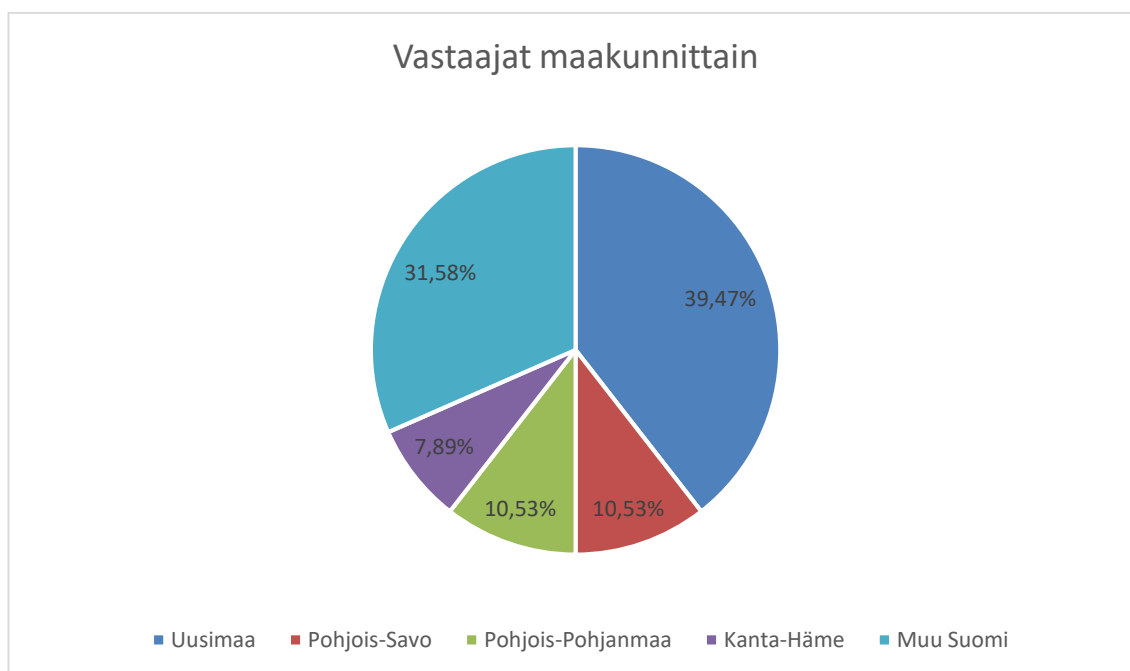
Hyvään tutkimukseen liittyy myös puolueettomuus eli objektiivisuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkija ei vaikuta tutkimuksen tuloksiin, eli tutkijan vaihtamisen ei pitäisi muuttaa tutkimuksesta saatuja tuloksia. Puolueettomuuden merkitys korostuu etenkin haastattelututkimuksissa. Muita hyvän tutkimuksen merkkejä ovat taloudellisuus ja tehokkuus, avoimuus, tietosuoja, käyttökelpoisuus ja hyödyllisyys sekä sopiva aikataulu. (Heikkilä 2014, 28-29.)

Koska opinnäytetyö on toteutettu Pelirajat'on-toiminnan kehittämisen yhteydessä, laadittiin kyselylomake sekä saatekirje yhteistyössä toiminnan työntekijöiden kanssa. Tutkimuksen validiteetti varmistettiin sillä, että kyselylomakkeesta lähetettiin testiversio, ja testiversiosta tulleiden kommenttien myötä kyselylomaketta muokattiin. Kyselyllä pyrittiin tavoittamaan sidosryhmät ja yhteistyökumppanit mahdollisimman kattavasti. Sekä saatekirje että kyselylomake pyrittiin pitämään melko lyhyinä, jotta kyselyyn vastaaminen olisi mahdollisimman vaivatonta. Tällä haluttiin varmistaa kohtuullinen vastausprosentti.

Tutkimuksen eettisyyteen liittyy tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuus, tutkimukseen osallistuvien informointi, tutkimusaineiston luottamuksellisuus ja suojaaminen, tutkimusaineiston hävittäminen sekä yksityisyyden säilyttäminen julkaisussa. Kyselytutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista ja saatekirjeessä kerrotaan, että tutkimuksen vastauksia käytetään sekä Pelirajat'on-toiminnan kehittämiseen että sosiaalialan opinnäytetyöhön. Kyselyihin vastattiin anonymisti, mutta halutessaan vastaaja sai jättää yhteystietonsa saadakseen lisätietoja toiminnasta. Vastaukset käsiteltiin nimettöminä ja yksittäisen vastaajan vastaukset eivät käyneet ilmi tulosten julkaisusta.

6 Tutkimustulokset

6.1 Vastaajien taustatiedot



Kuvio 2: Vastaajat maakunnittain (N=38)

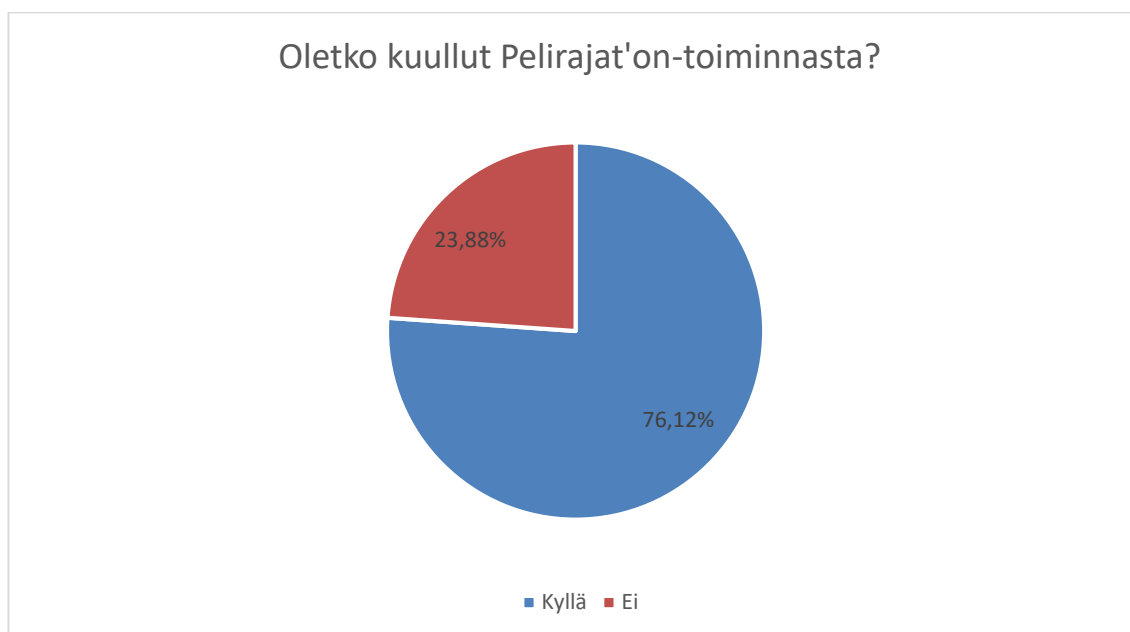
Vastaajilta kysyttiin, missä kaupungissa he työskentelevät. Kysymykseen oli vapaaehtoista vastata ja vastauksia tuli yhteensä 41, joista kolmea ei voitu huomioida tuloksissa. Taulukossa on esitetty maakunnat, joista vastausten perusteella tuli eniten vastauksia. Taulukon antamat prosentit ovat vain suuntaa antavia, sillä kysymykseen ei ottanut kantaa kaikki kyselyyn vastanneet. Tämän kysymyksen vastausten perusteella enemmistö (38,46 %) vastaajista työskentelee Uudellamaalla. Noin kymmenesosa vastasi työskentelevänsä Pohjois-Pohjanmaalla (10,53 %) sekä Pohjois-Savossa (10,53 %). Alle kymmenesosa (7,89 %) vastaajista vastasi työskentelevänsä Kanta-Hämeessä. ”Muu Suomi” pitää sisällään maakunnat, joissa vastasi työskentelevänsä 2 tai alle 2 vastaajaa.



Kuvio 3: Vastaajien roolit (N=40)

Vastaajat saivat vapaaehtoisesti vastata, missä työskentelevät tai missä roolissa vastaavat kyselyyn. Prosentit ovat vain suuntaa antavia, sillä kaikki kyselyyn vastanneet eivät vastanneet tähän kysymykseen. Vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 40 ja tämän kysymysten vastausten perusteella noin kolmasosa (32,5 %) työskentelee sosiaali- tai terveysalan järjestössä. Neljäsosa (25 %) kysymykseen vastanneista työskentelee päihdetyössä ja alle viidesosa (17,5 %) rahapelihaittatyössä. Reilu kuudesosa (15 %) kysymykseen vastanneista vastasi työskentelevänsä talous- ja velkaneuvonnassa. Vastaajista muutama vastasi työskentelevänsä kriisikeskuksessa (7,5 %) ja sosiaalitoimessa (5 %), vastaajista pieni osa on myös itse osallistunut toimintaan (5 %). Seurakunnasta (2,5 %) ja rahapeliyhtiöstä (2,5 %) oli myös vastattu.

6.2 Tunnettuus



Kuvio 4: Toiminnan tunnettuus (N=67)

Ensimmäinen kysymys oli ”Oletko kuullut Pelirajat'on - toiminnasta?” ja tällä kysymyksellä selvitettiin toiminnan tunnettuutta. Kyselyyn vastanneista 67 henkilöstä enemmistö (76 %) vastasi kuulleensa Pelirajat'on-toiminnasta. Vastajista noin neljäsosa (24 %) ei ole kuullut Pelirajat'on-toiminnasta aikaisemmin. Mikäli ensimmäiseen kysymykseen vastasi ”Ei”, siirtyi vastaaja kyselyssä suoraan kyselyn toiseksi viimeiseen kysymykseen eli kysymykseen numero yhdeksän. Tämän myötä 51 vastaajan oli mahdollista vastata kysymyksiin 2-8.



Kuvio 5: Palveluiden tunnettuus (N=42)

Toinen kysymys oli ”Mitkä palveluista ovat sinulle tuttuja?”. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto. Tähän kysymykseen vastasi 42 vastaajaa. Kaikki vastaajat (100 %) valitsivat vaihtoehdon ”Vertaisryhmät”. 69,5 % vastasi ”Kokemusasiantuntijat”. Puolet (50 %) vastaajista vastasi ”Vertaisohjaajien peruskoulutukset”. Sekä ”Vertaispuhelin” että ”Info- ja keskustelutilaisuudet” vaihtoehdon valitsivat 42,86 % vastaajista. 40,48 % vastaajista vastasi ”Tuetut lomat”. ”Verkkoryhmät OmaPeluurissa” sekä ”Voimavarakurssit” vaihtoehdon valitsivat yli kolmasosa (35,71 %) vastaajista. ”Vertaischat” vaihtoehdon valitsi noin neljäsosa (23,81 %) vastaajista.

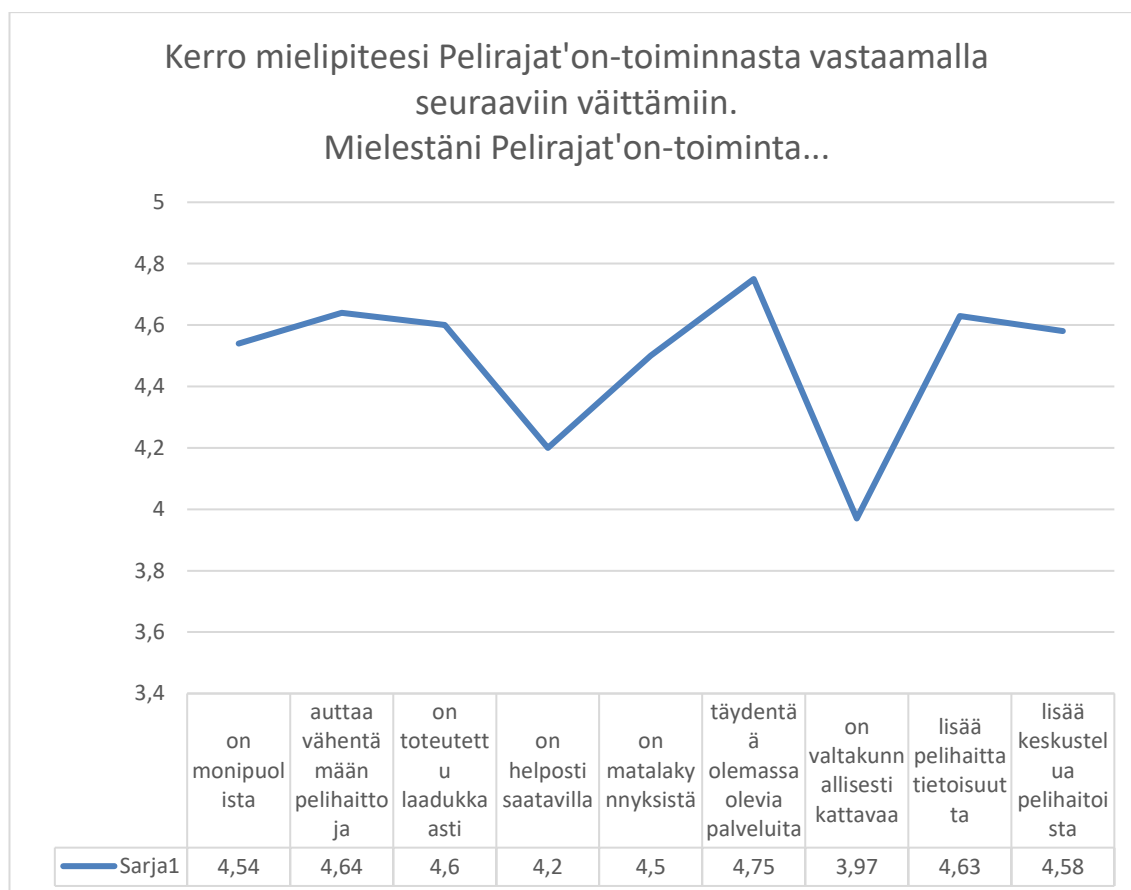


Kuvio 6: Viestintäkanavat (N=42)

Kolmas kysymys oli ”Mitä kautta olet kuullut Pelirajat'on-toiminnasta? Valitse kaikki kanavat, joiden kautta olet kuullut toiminnasta.”. Tähän kysymykseen vastasi myös 42 vastaajaa. Kysymyksessä oli mahdollista valita monta eri vastausvaihtoehtoa sekä yhtenä vaihtoehtona oli ”Joku muu, mikä?”, johon oli mahdollista vastata avoimena kysymyksenä. Yli puolet (57,14 %) vastaajista vastasi ”Pelirajat'on.fi - verkkosivut”. Puolet (50 %) vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Kollegalta”. Vaihtoehdon ”Sosped.fi - verkkosivut” valitsi noin kolmasosa (33,33 %) vastaajista. Vaihtoehdot ”Facebook” ja ”Peluurin palveluiden kautta” valitsi reilu neljäsosa (26,19 %) vastaajista. Uutiskirjeen kautta Pelirajat'on - toiminnasta oli kuullut hieman alle viidesosa (19,05 %) vastaajista. Lehti-ilmoituksen tai lehtijutun kautta toiminnasta oli kuullut 16,67 % vastaajista. Muiden palveluiden kautta toiminnasta oli kuullut 14,29 % vastaajista. 11,9 % vastaajista oli kuullut toiminnasta Facebook -mainoksen kautta. 9,52 % vastasi vaihtoehdon ”Radio ja verkkojutut/haastattelut”. 7,14 % oli kuullut toiminnasta Twitterin kautta. 4,76 % oli kuullut toiminnasta Instagramin kautta ja 2,38 % 9000- julkaisun kautta. Kysymykseen tuli lisäksi 15 avointa vastausta. Avoimissa vastauksissa korostui toiminnassa mukana olevilta asiakailta ja vertaisohjaajilta saatu tieto sekä Pelirajat'on-toiminnan kanssa tehty yhteistyö ja verkostoituminen.

6.3 Mielikuvat sisällöstä ja toteutuksesta

Neljäs kysymys oli ”Kerro mielipiteesi Pelirajat'on-toiminnasta vastaamalla seuraaviin väittämiin. Mielestäni Pelirajat'on-toiminta...” ja sisälsi erilaisia väittämiä, jota arvioitiin asteikoilla 1 (täysin eri mieltä) - 5 (täysin samaa mieltä). Lisäksi vaihtoehtona oli numero 6 (en osaa sanoa). Kysymykseen tuli yhteensä 42 vastausta.



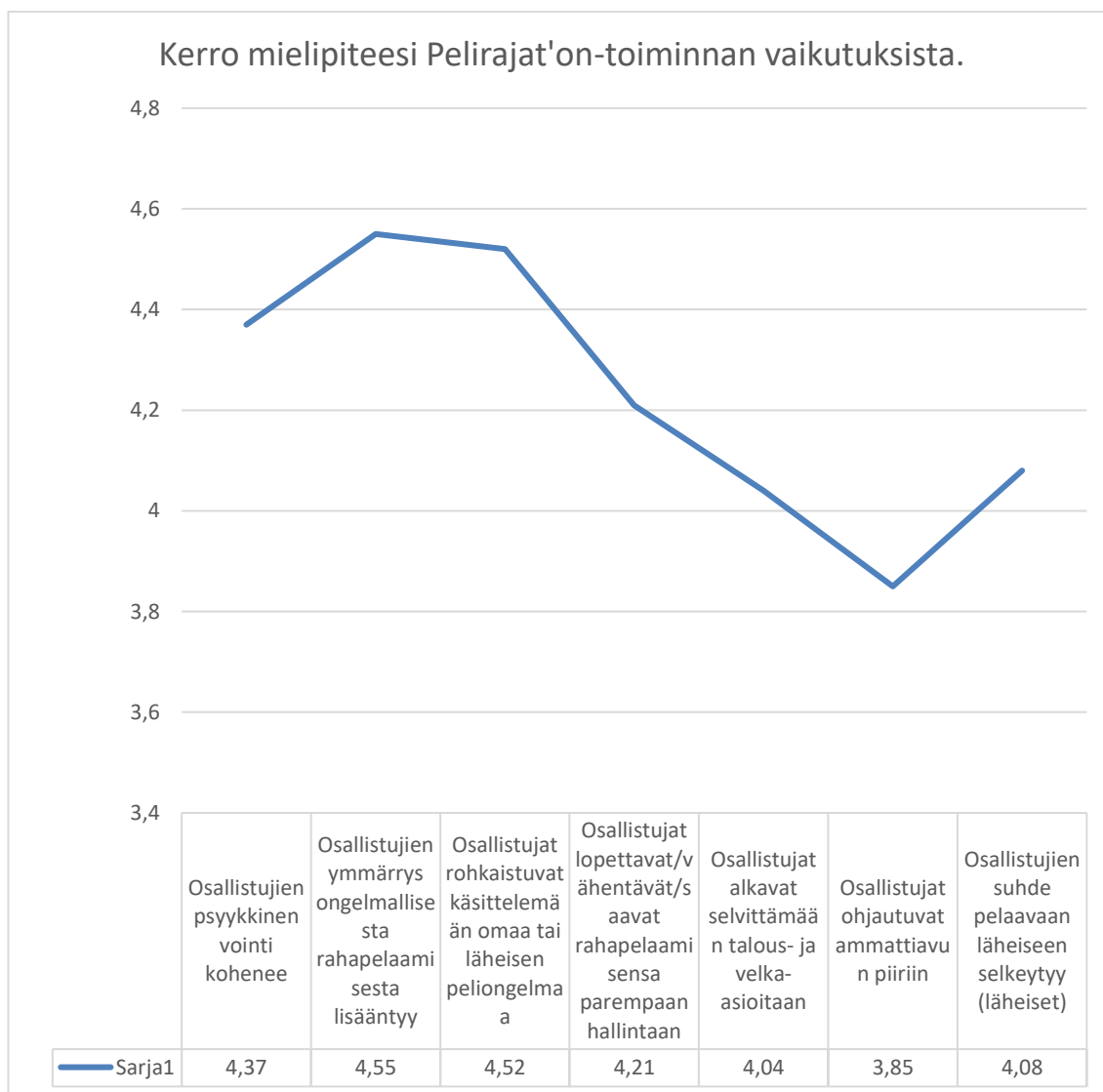
Kuvio 7: Mielikuvat toiminnasta

	N	ka	sd
on monipuolista	37	4,54	0,69
auttaa vähentämään pelihaittoja	39	4,64	0,54
on toteutettu laadukkaasti	35	4,6	0,55
on helposti saatavilla	40	4,2	0,88
on matalakynnyksistä	38	4,5	0,65
täydentää olemassa olevia palveluita	40	4,75	0,44
on valtakunnallisesti kattavaa	31	3,97	1,02
lisää pelihaittatietoisuutta	35	4,63	0,55
lisää keskustelua pelihaitoista	38	4,58	0,6

Taulukko 1: Mielikuvat toiminnasta

Taulukoissa on esitetty kysymykseen tulleiden vastausten määrä (N), painotetut keskiarvot (ka) ja keskihajonnat (sd) siten, että niistä on jätetty vastaus vaihtoehto numero kuusi (en osaa sanoa) pois. Mitä pienempi keskihajonta on, sitä pienempi on vaihteluväli muuttujien sisällä. Vastausten määrässä ei ole huomioitu vastausvaihtoehtoa numero 6 (en osaa sanoa).

Vastausten perusteella parhaiten toteutuu väittämä ”Mielestäni Pelirajat’on-toiminta täydentää olemassa olevia palveluita” (4,75). Pelirajat’on-toiminnan arvioitiin myös auttavan vähentämään pelihaittoja (4,64) sekä lisäävän pelihaittatietoisuutta (4,63). Pelirajat’on-toiminta on toteutettu laadukkaasti (4,6) ja sen arvioidaan lisäävän keskustelua pelihaitoista (4,58). Toiminta nähdään myös monipuolisena (4,54), matalakynnyksisenä (4,5) sekä helposti saatavilla olevana (4,2). Väittämän ”Pelirajat’on-toiminta on valtakunnallisesti kattavaa” toteutuu kyselyn mukaan heikoiten (3,97).



Kuvio 8: Mielikuvat toiminnan vaikutuksista

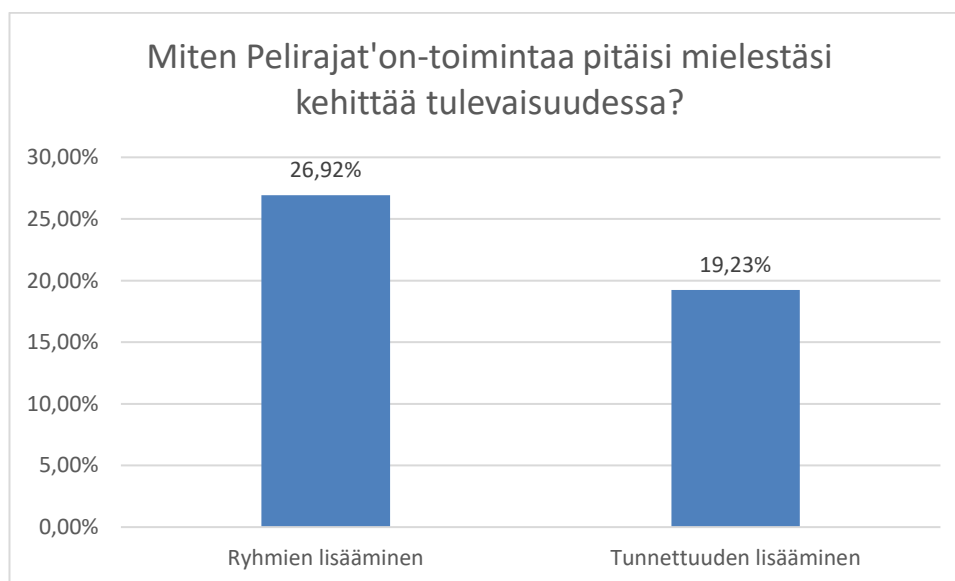
	N	ka	sd
Osallistujien psyykkinen vointi kohenee	30	4,37	0,67
Osallistujien ymmärrys ongelmallisesta rahapelaamisesta lisääntyy	33	4,55	0,71
Osallistujat rohkaistuvat käsittelemään omaa tai läheisen peliongelmaa	33	4,52	0,67
Osallistujat lopettavat/vähentävät/saavat rahapelaamisensa parempaan hallintaan	28	4,21	0,69
Osallistujat alkavat selvittämään talous- ja velka-asioitaan	27	4,04	0,76
Osallistujat ohjautuvat ammattiavun piiriin	26	3,85	0,92
Osallistujien suhde pelaavaan läheiseen selkeytyy (läheiset)	28	4,08	0,72

Taulukko 2: Mielikuvat toiminnan vaikutuksista

Taulukoissa on esitetty kysymykseen tulleiden vastausten määrä (N), painotetut keskiarvot (ka) ja keskihajonnat (sd) siten, että niistä on jätetty vastaus vaihtoehto numero kuusi (en osaa sanoa) pois. Mitä pienempi keskihajonta on, sitä pienempi on vaihteluväli muuttujien sisällä. Vastausten määrässä ei ole huomioitu vastausvaihtoehtoa numero 6 (en osaa sanoa).

Viides kysymys oli ”Kerro mielipiteesi Pelirajat'on-toiminnan vaikutuksista.” ja kysymys sisälsi erilaisia väittämiä, joita arvioitiin asteikolla 1 (täysin eri mieltä) - 5 (täysin samaa mieltä). Lisäksi vaihtoehtona oli numero 6 (en osaa sanoa). Kysymykseen tuli yhteensä 42 vastausta. Väittämän ”Osallistujien ymmärrys ongelmallisesta rahapelaamisesta lisääntyy” nähtiin toteutuvan hyvin (4,55), samoin väittämän ”Osallistujat rohkaistuvat käsittelemään omaa tai läheisen peliongelmaa” (4,52). Osallistujien psyykkisen voinnin arvioidaan kohenevan (4,37) ja osallistujien arvioidaan lopettavan/vähentävän/saavan rahapelaamisensa parempaan hallintaan (4,21). Osallistujien (läheisten) suhde pelaavaan läheiseen arvioidaan selkeytyvän melko hyvin (4,08) ja osallistujien arvioidaan alkavan selvittämään talous- ja velka-asioitaan (4,04). Kyselyn perusteella väittämän ”Osallistujat ohjautuvat ammattiavun piiriin” nähdään toteutuvan näistä väittämistä heikoiten (3,85).

6.4 Toiminnan kehittäminen



Kuvio 9: Toiminnan kehittäminen (N=26)

Kuudenteen kysymykseen ”Miten Pelirajat'on-toimintaa pitäisi mielestäsi kehittää tulevaisuudessa?” tuli yhteensä 26 vastausta. Yli neljäsosa (26,92 %) kysymykseen vastanneista mainitsi, että vertaistukiryhmiä tulisi olla enemmän. Lähes viidesosa (19,23 %) vastauksista liittyi toiminnan tunnettuuden lisäämiseen.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Pelirajat'on-toiminnan tunnettuutta ja mielikuvia toiminnan sidosryhmien ja yhteistyökumppanien keskuudessa. Mielikuvien osalta tarkasteltiin sekä toimintaa että toiminnan vaikutuksia. Tunnettuuden tarkastelun yhteydessä pyrittiin selvittämään myös sitä, kuinka onnistunutta toiminnan viestintä on ollut ja mitkä viestintäkanavat ovat tavoittaneet ihmisiä parhaiten. Lisäksi haluttiin tietää, millä tavoin toimintaa voisi sidosryhmien ja yhteistyökumppanien mielestä kehittää.

7.1 Tunnettuus

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, onko vastaaja kuullut Pelirajat'on-toiminnasta. Suurin osa vastaajista (76 %) vastasi kuulleensa toiminnasta. Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että neljäsosa vastaajista ei ollut kuullut toiminnasta. Tästä voi päätellä, että toiminnan tunnettuutta olisi hyvä lisätä. Koska kyselyssä ei ollut pakollisena kysymyksenä vastaajan paikkakuntaa, ei tuloksista ole mahdollista nähdä, onko tunnettuudella esimerkiksi alueellisia eroja. Toisessa kysymyksessä selvitettiin sitä, mitkä Pelirajat'on-toiminnan palveluista ovat tuttuja. Tunnetuin toimintamuoto oli selvästi vertaisryhmät, sillä kaikki kysymykseen vastanneista valitsi kyseisen vastausvaihtoehdon. Selvästi yli puolet vastanneista tiesi myös Pelirajat'on-toiminnan kokemusasiantuntijoista. Puolet vastaajista tunsivat vertaisohjaajien peruskoulutukset. Vertaispuhelimen, info- ja keskustelutilaisuudet sekä tuetut lomat tiesi hieman vähemmän puolet vastanneista.

Verkkoryhmät OmaPeluurissa sekä Voimavarakurssit tunsivat vain reilu kolmasosa vastanneista. Vertaischat oli toimintamuotona vähiten tunnettu, sillä sen tiesi vain vähemmän puolet vastanneista. Vertaischatin tunnettuuteen voi vaikuttaa esimerkiksi toimintamuodon uutuus. Myös verkkoryhmät OmaPeluurissa ovat uusia ja voivat siksi olla vielä monelle tuntemattomampia.

7.2 Viestintä

Kolmannessa kysymyksessä selvitettiin sitä, mitä kautta Pelirajat'on-toiminnasta on kuultu. Vaihtoehtoina oli erilaisia viestintäkanavia. Parhaiten toiminnasta oli kuultu Pelirajaton.fi -verkkosivujen kautta, sillä yli puolet vastanneista valitsi tämän vastausvaihtoehdon. Puolet vastaajista oli kuullut toiminnasta myös kollegoiltaan. Sosped.fi -verkkosivujen kautta tietoa toiminnasta oli saanut kolmasosa vastanneista. Facebookin ja Peluurin palveluiden kautta toiminnasta oli kuullut reilu neljäsosa vastaajista. Uutiskirjeen kautta toiminnasta oli kuultu alle viidennes vastaajista.

Kyselyn vastauksista voi päätellä, että Pelirajaton.fi -verkkosivut ovat tehokas viestintäkanava. Koska verkkosivut ovat tavoittaneet sidosryhmät ilmeisen hyvin tähän mennessä, on se hyvä väylä välittää informaatiota jatkossakin. Koska puolet vastaajista oli kuullut toiminnasta

myös kollegoiltaan ja reilu kuudesosa muiden palveluiden kautta, on se merkki siitä, että tieto liikkuu sidosryhmien välillä.

Sosped säätiön, jonka toimintaa Pelirajat'on on, verkkosivut olivat myös tavoittaneet sidosryhmät kohtuullisesti. Pelirajat'on-toiminnan näkyvyyteen Sosped säätiön nettisivuilla tulee siis jatkossakin kiinnittää huomiota. Sosped säätiön hankkeiden kohderyhmiä ovat esimerkiksi mielenterveyskuntoutujat ja kehitysvammaiset, joten Sosped säätiön verkkosivujen kautta voi olla mahdollista tavoittaa ihmisiä, jotka ei välttämättä työskentele ensisijaisesti rahapelihaittojen parissa.

Noin kuudesosa oli kuullut lehti-ilmoituksen tai lehtijutun kautta toiminnasta, mikä on melko pieni osuus. Tämä voi kertoa siitä, että toimintaa ei ole riittävästi mainostettu lehdissä, eikä siitä ole kirjoitettu lehtijuttuja. Toiminnan mainostaminen paikallislehdissä ja lehtijuttujen kirjoittaminen paikallislehtiin voisi olla hyvä väylä tavoittaa sekä sidosryhmiä että asiakasryhmiä ja se lisäisi tätä kautta tunnettuutta paikkakuntaakohtaisesti. Esimerkiksi uusista ryhmistä viestittäminen paikallislehdissä voisi tavoittaa henkilöitä, jotka eivät käytä paljon internetiä.

Noin kymmenesosa vastaajista oli kuullut toiminnasta Facebook-mainoksen tai radio ja verkkojutun/haastattelun kautta. Etenkin Facebook-mainontaa olisi suositeltavaa lisätä, sillä se on melko tehokas ja suhteellisen edullinen tapa tehdä mainontaa. Facebookissa on mahdollisuus tehdä kohdennettua mainontaa siten, että sitä kohdennetaan tarpeen mukaan tietyille kohderyhmille. Kyselyssä myös erotettiin vaihtoehdot Facebook sekä Facebook -mainos. Facebookissa on mahdollisuus yrittää saada näkyvyyttä esimerkiksi luomalla tapahtumia ja julkaisuja, mutta tämän lisäksi myös maksetuilla Facebook -mainoksilla. Kyselyn perusteella maksetut mainokset eivät ole vielä tavoittaneet sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita samalla tavalla, kuin muu Pelirajat'on-toiminnan viestintä Facebookissa.

Sekä Instagram että Twitter olivat melko huonosti tavoittaneet sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita. Tällaisten sosiaalisen median viestintäkanavien käyttö on nykyään niin yleistä, että niissä tehtävää viestintää ja markkinointia olisi syytä lisätä, sillä niissä voisi tavoittaa helposti ihmisiä - etenkin nuoria sekä aktiivisesti sosiaalista mediaa käyttäviä aikuisia. Instagramissa ja Twitterissä tehtävät julkaisut ovat helppoja ja matalakynnyksisiä tapoja lisätä toiminnan näkyvyyttä.

Hyvin harva oli kuullut toiminnasta 9000 -julkaisun kautta. Vastaavanlaiset julkaisut voivat olla hyvä markkinointikeino, mikäli ne lähetetään suoraan kohderyhmälle. Muuten niiden merkitys tunnettuudelle on ilmeisen vähäinen. Kun kysyttiin, mitä kautta vastaajat ovat kuulleet Pelirajat'on-toiminnasta, ilmeni kysymykseen tulleista avoimista vastauksista, että toimintaan

osallistuneet ovat kertoneet toiminnasta yhteistyökumppaneille/sidosryhmille. Osallistujien kokemukset Pelirajat'on-toiminnasta auttavat omalta osaltaan lisäämään tunnettuutta.

Bergström & Leppänen (2016) puhuvat markkinointiviestinnän kohdentamisesta eri kohderyhmille ja se on tärkeä pitää mielessä. Toiminnan sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille on oltava eri mainontaa, kuin toimintaan osallistuville henkilöille. Kohdennettu mainonta tavoittaa kohderyhmät tehokkaammin.

7.3 Mielikuvat

Vastauksista ilmenee, että mielikuvat Pelirajat'on-toiminnasta ovat kokonaisuudessaan melko positiivisia. Kyselyn vastausten perusteella Pelirajat'on-toiminta täydentää olemassa olevia palveluita hyvin ja tämä väittämä arvioitiinkin parhaiten toteutuvaksi. Rahapelihaittatyötä tekevää kenttää on välillä kuvailtu melko hajanaiseksi, joten on positiivista, että Pelirajat'on-toiminnan nähdään täydentävän palvelukenttää. Toiminnan myös nähdään auttavan vähentämään pelihaittoja sekä lisäämään pelihaittatietoisuutta. Pelihaittatietoisuuden lisääminen auttaa omalta osaltaan vähentämään pelihaittoja. Pelirajat'on-toiminta nähdään laadukkaasti toteutettuna. Pelirajat'on-toiminta lisää keskustelua pelihaitoista ja toiminnan nähdään olevan monipuolista, matalakynnyksistä sekä myös melko helposti saatavilla.

Pelirajat'on-toiminnan valtakunnallisessa kattavuudessa voisi olla parantamisen varaa. Myöhemmissä vastauksissa selviää, että sekä pelaajien vertaistukiryhmiä että läheisten vertaistukiryhmiä toivottaisiin olevan enemmän ja valtakunnallisesti laajemmin. Ryhmiä on tällä hetkellä ympäri Suomea, mutta ei kuitenkaan kaikissa kaupungeissa. Ryhmiä voisi järjestää uusissa kaupungeissa ja sekä uusista että jo olemassa olevista ryhmistä voisi tiedottaa enemmän.

Kyselyn vastausten perusteella Pelirajat'on-toiminnan nähdään lisäävän ymmärrystä ongelmallisesta rahapelaamisesta. Tämä väittämä toteutui vastausten perusteella parhaiten ja ymmärryksen lisääminen onkin varmasti yksi toiminnan tärkeimmistä vaikutuksista. Osallistujien arvellaan myös rohkaistuvan käsittelemään omaa tai läheisen peliongelmaa. Toiminnan nähdään myös kohentavan osallistujien psyykkistä vointia. Kyselyn vastausten perusteella arvioidaan myös, että toimintaan osallistujat lopettavat/vähentävät/saavat rahapelaamisensa parempaan hallintaan. Läheisten suhde pelaaviin läheisiin arvioidaan myös selkeytyvän. Osallistujien myös arvioidaan alkavan selvittämään talous- ja velka-asioitaan.

Vastausten perusteella osallistujien ammattiavun piiriin ohjautumisessa voisi olla hieman parannettavan varaa, sillä tämän väittämän arvioitiin toteutuvan heikoiten. Toiminnassa tulisi

siis enemmän kannustaa hakemaan ammattiapua, etenkin vertaischat ja vertaispuhelin voisivat olla hyviä väyliä tässä. Vertaisohjaajien omakohtaiset esimerkit avunsaannista voisi olla hyviä keinoja ohjata osallistujia ammattiavun piiriin.

Huomioitavaa on myös se, että Pelirajat'on-toimintaa ja sen vaikutuksia arvioitaessa huonointen pärjänneissä väittämissä oli suurin keskihajonta eli suurin vaihteluväli muuttujien sisällä. Niiden toteutumisessa on siis eniten mielipiteiden vaihtelua. Osa kokee väittämien toteutuvan todella hyvin ja osa huonosti. Myös kuvioissa ja taulukoissa ilmoitetut vastausmäärät (N) on ilmoitettu ilman, että niihin on laskettu mukaan vastausvaihtoehto numero kuusi. Osan väittämän kohdalla vastausmäärä jää melko pieneksi, mikä kertoo siitä, että vastanneet eivät ole osanneet arvioida toimintaa tai toiminnan vaikutuksia kyseisten väittämien osalta.

7.4 Kehittäminen

Toiminnan kehittämistä koskeva kysymys oli avoin kysymys ja siihen tuli vähemmän vastauksia kuin muihin kysymyksiin. Vastaukset analysoitiin sisällönanalyysillä ja ryhmittelyn myötä vastausten joukosta nousi esiin kaksi kehittämiskohdetta. Nämä kohteet olivat ryhmien lisääminen sekä tunnettuuden lisääminen.

Ryhmien lisäämisen tarpeeseen tuli viitteitä jo aikaisemmin, kun Pelirajat'on-toiminnan valtakunnallista kattavuutta arvioitiin. Vertaisryhmiä sekä pelaajille että läheisille järjestetään jo nyt ympäri Suomea, mutta toiminta ei ole vielä tavoittanut kuitenkaan kaikkia kaupunkeja. Vertaisryhmiä on nykyään myös verkossa käytävinä, mikä voi omalta osaltaan parantaa saataavuutta.

Neljäsosa vastaajista ei ollut myöskään kuullut toiminnasta aikaisemmin, joten tunnettuuden lisääminen on myös tarpeellista. Tunnettuutta voisi lisätä myös kasvattamalla tunnettuuden tasoa, johon viitattiin aiemmin Laakson (2003) tunnettuuspyramidilla. Tunnettuutta lisätessä on tärkeää kiinnittää huomiota ei viestintäkanavien käyttöön sekä suunnata mainontaa eri kohderyhmille. Raatikaisen (2008) mainitsema erottautuminen on tärkeää, jotta toimija jää mieleen ja ihmiset löytävät toiminnan luokse. Kun saman asian parissa työskentelee eri toimijoita, on tärkeää pyrkiä jäämään ihmisten mieleen.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön lähtökohtana oli aluksi selvittää Pelirajat'on-toiminnan tunnettuutta ja mielikuvia Suomen 20 suurimmassa kaupungissa. Tutkimuksen kohderyhmäksi valikoitui lopulta Pelirajat'on-toiminnan yhteistyökumppanit sekä sidosryhmät, ja sidosryhmiin määriteltiin kuuluvaksi eri kaupunkien aikuissosiaalityö, päihdepalvelut, talous- ja velkaneuvonta, seurakunnat sekä kriisikeskukset. Opinnäytetyön teoreettisesta viitekehyksestä tuli kaksiosainen, joista

toinen osa piti sisällään tunnettuuteen ja imagoon liittyvää käsitteistöä, ja toinen osa rahapeli-riippuvuuteen liittyvää tietoa. Kyselylomake tehtiin yhteistyössä Sosped säätiön ja Pelirajat'on-toiminnan kanssa, jotta Pelirajat'on saisi siitä mahdollisimman suuren hyödyn irti.

8.1 Tutkimuksen onnistuminen ja vastausaktiivisuus

Heikkilä (2014, 27-30) määrittelee hyvän tutkimuksen perusvaatimuksiksi validiteetin eli pätevyden, reliabiliteetin eli luotettavuuden, objektiivisuuden eli puolueettomuuden, taloudellisuuden ja tehokkuuden, avoimuuden, tietosuojan, käyttökelpoisuuden ja hyödyllisyyden sekä sopivan aikataulun. Tutkimuksen luotettavuutta ja onnistumista mitattaessa onkin syytä kiinnittää näihin kaikkiin edellä mainittuihin asioihin huomiota.

Validiteetti tarkoittaa, että tutkimuksella mitataan sitä, mitä sen on tarkoitus mitata (Heikkilä 2014, 27). Tutkimuksessa mitattiin Pelirajat'on-toiminnan tunnettuutta ja mielikuvia. Jos vastaajamäärä olisi ollut korkeampi, olisivat tulokset olleet kattavammat. Tuloksista kuitenkin on suuntaa antavasti nähtävissä, millä tasolla toiminnan tunnettuus on tällä hetkellä sidosryhmien ja yhteistyökumppanien keskuudessa. Mielikuvia toiminnasta ja toiminnan vaikutuksia mitattiin Pelirajat'on-toiminnan itse asettamalla väittämillä. Näin Pelirajat'on sai tietoa siitä, miten toiminnan sidosryhmät ja yhteistyökumppanit kokevat väittämien toteutuvan. Kehitysideoita kysyttiin avoimella kysymyksellä, joten siinä vastaajat sai vapaasti sanoa, mitä kehitettävää toiminnassa olisi. Kehittämisideat olivat melko yhteneväisiä sen kanssa, mitkä väittämät pärjäisivät huonoiten toimintaa ja sen vaikutuksia arvioitaessa. Sekä mielikuvia mitaavissa kysymyksissä että kehitysideoissa esille nousi ryhmien lisääminen sekä tunnettuuden lisääminen.

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta, eli tulokset eivät ole sattumanvaraisia (Heikkilä 2014, 28). Tulosten tarkkuutta on vaikeampi arvioida, sillä vastauksia tuli eri puolilta Suomea sekä eri paikoissa työskenteleviltä. Mikäli vastausaktiivisuus olisi tullut korkeampi, olisivat tulokset olleet myös tarkempia. Tuloksia voi pitää suuntaa antavina, mutta eivät ole täysin yleistettävissä. Kaikkien kohderyhmään kuuluneiden yhteystietoja ei myös ollut saatavilla, joten kyselyä ei voitu lähettää kaikille kyselyn kohderyhmään kuuluville.

Objektiivisuudella viitataan siihen, ettei tutkija vaikuta itse tutkimuksen tuloksiin tai tutkimusprosessiin. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksesta saataisiin samat tulokset, vaikka tutkija vaihtuisi. (Heikkilä 2014, 28-29.) Tutkimuksen tuloksiin ei vaikuttanut mielipiteet eikä tuloksia ole tahallisesti vääristelty.

Avoimuudella tarkoitetaan sitä, että tutkimukseen osallistuville kerrotaan tutkimuksen tarkoitus sekä tulosten käyttötapa, ja tietosuojalla viitataan siihen, ettei kenenkään yksityisyys vaarannu (Heikkilä 2014, 29). Kysely lähetettiin sähköpostitse kohderyhmään kuuluville ja

saatteessa kerrottiin, miksi tutkimus tehdään ja miten tutkimuksen tuloksia käytetään. Saatteessa myös kerrottiin tietosuojasta, eli että tutkimuksen tulokset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti.

Tutkimus on hyödyllinen ja käyttökelpoinen, jos se tuottaa jotain uutta tietoa. Tutkimuksen tulosten on oltava ajankohtaisia ja tulosten on oltava saatavilla silloin, kun niille on tarve. (Heikkilä 2014, 30.) Tutkimusta kerrottiin käytettävän Pelirajat'on-toiminnan kehittämistyöhön sekä sosiaalialan opinnäytetyöhön, jossa käsitellään Pelirajat'on-toiminnan tunnettuutta ja imagoa. Tulokset olivat siis hyödyllisiä monella tavalla. Tuloksia alettiin käsitellä heti vastausajan päädyttyä, jotta tulokset olisivat mahdollisimman ajankohtaiset ja niiden tuottama tieto mahdollisimman pian käytettävissä.

Tutkimuksessa oli myös tarkoitus saada vastaukset tutkimuskysymyksiin. Tutkimuskysymykset olivat:

1. Kuinka hyvin Pelirajat'on-toiminta tunnetaan?
2. Mitä mielikuvia Pelirajat'on-toiminnasta on?
3. Miten Pelirajat'on voisi kehittää toimintaansa?

Tulosten myötä saatiin suuntaa antavia tuloksia siitä, miten hyvin Pelirajat'on-toiminta tunnetaan, minkälaisia mielikuvia Pelirajat'on-toiminnasta on sekä miten toimintaa voisi mahdollisesti kehittää.

8.2 Eettisten periaatteiden toteutuminen

Tutkimuksen eettisyyttä täytyi miettiä jo ennen itse tutkimuksen alkua, eli aihetta valitessa. Tällöin täytyi miettiä muun muassa sitä, miksi asiaa tutkitaan ja onko tutkimuksesta jotain hyötyä. Lisäksi jo alkuvaiheessa tuli miettiä, miten vastaajien yksityisyys turvataan. Myös tutkimusaineiston huolellinen ja taloudellinen kerääminen sekä analysointi- ja dokumentointimenetelmien hallinta ovat tärkeitä tutkimusetiikan osia ja niitä täytyi pohtia tutkimusmenetelmää miettiessä. Tutkimukseen oli oltava myös asianmukainen tutkimuslupa.

Kuten aiemmin tuli ilmi, oli kyselytutkimukseen osallistuminen vapaaehtoista ja kyselyn mukana lähetetyssä saatteessa kerrottiin, että tutkimuksen vastauksia käytetään sekä Pelirajat'on-toiminnan kehittämiseen että sosiaalialan opinnäytetyöhön. Kyselyihin vastattiin anonyymisti, mutta halutessaan vastaaja pystyi jättämään yhteystietonsa saadakseen lisätietoa toiminnasta. Vastaukset käsiteltiin nimettöminä ja yksittäisen vastaajan vastaukset eivät käy ilmi tuloksista.

8.3 Tulosten hyödyllisyys

Tutkimuksessa saadut tulokset ovat hyödyllisiä Pelirajat'on-toiminnalle etenkin siksi, että vastausten perusteella toimintaa voidaan nyt kehittää eteenpäin. Pelirajat'on tietää, mikä tunnettuuden taso on tällä hetkellä ja mikäli tunnettuutta yritetään lisätä, voidaan tunnettuuden taso selvittää uudelleen esimerkiksi vuoden kuluttua. Näin on mahdollista nähdä, onko tunnettuuden taso kasvanut. Vuokko (2003) mainitsee, että mainonnan tavoitteena voi olla tunnettuuden luominen ja myös Bergström & Leppänen (2016) sanovat pitkäkestoisen mainonnan lisäävän tunnettuutta. Erilaisilla mainonnan ja markkinoinnin keinoilla Pelirajat'on voi pyrkiä parantamaan tunnettuuttaan.

Vastauksista kävi ilmi, että sidosryhmät ja yhteistyökumppanit kokevat, että Pelirajat'on-toimintaan osallistuvat eivät ohjaudu tarpeeksi hyvin ammattiavun piiriin. Tämänkin suhteen voi nyt ryhtyä toimenpiteisiin ja miettiä, voiko Pelirajat'on tehostaa niin sanottua ”hoitoon ohjausta” ja jos voi, niin millä tavalla. Tutkimustulosten perusteella Pelirajat'on voi myös miettiä, minkälaisia mielikuvia sen halutaan herättävän ihmisissä. Ennestään positiivisia mielikuvia voi vahvistaa positioinnilla. Erottuakseen paremmin muista toimijoista, Pelirajat'on voi esimerkiksi miettiä brändäämistä, tunnuslausetta tai logoa.

Jotta tuloksista saa parhaan mahdollisen hyödyn, kannattaa vastaavanlaisia kyselytutkimuksia tehdä jatkossa säännöllisesti. Näin voi seurata tunnettuuden ja mielikuvien muutoksia, sekä ryhtyä aina tarvittaviin toimenpiteisiin. Tarkempaa tietoa saadakseen voisi kyselyn tehdä erikseen esimerkiksi yhteistyökumppaneille ja erikseen sidosryhmille. Myös tunnettuuden taso voisi jatkossa mitata Laakson (2003) esittelemillä tavoilla.

Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeen vastauksia käytettiin tämän opinnäytetyön lisäksi Pelirajat'on-toiminnan kehittämistyöhön. Pelirajat'on sai tästä opinnäytetyöstä tehdyn tiivistelmän vuoden 2017 toimintakertomukseensa. Tämän lisäksi Pelirajat'on voi julkaista opinnäytetyön heidän verkkosivuillaan, jotta esimerkiksi sidosryhmät ja yhteistyökumppanit sekä muut toiminnasta kiinnostuneet voivat tutustua tutkimuksesta saatuihin tuloksiin. Tulosten myötä Pelirajat'on voi myös ryhtyä konkreettisiin toimenpiteisiin, mikäli kokee niille olevan tarvetta.

8.4 Oma oppiminen

Opinnäytetyöprosessi oli myös itselleni hyödyllinen, sillä opin minkälainen prosessi on kyselytutkimuksen tekeminen. Etenkin kyselylomakkeen tekeminen oli opettavaista, sillä kysymyksistä oli tärkeää saada sellaisia, että ne mittaavat haluttuja asioita. Opinnäytetyöprosessin myötä on tulevaisuudessa helpompi lähteä toteuttamaan vastaavanlaisia kyselytutkimuksia.

Myös opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen tutustuminen ja sen rajaaminen oli opettavaista. Oli mielenkiintoista perehtyä sekä rahapelihaittoihin että tunnettuuteen, mielikuviiin ja viestintään liittyvään teoriaan. Sosiaalialalla tapahtuvan viestinnän merkitys on lisääntynyt esimerkiksi internetin ja sosiaalisen median myötä, joten oli hyödyllistä tutustua eri markkinointiviestinnän ja mainonnan keinoihin. On myös tärkeää tietää mitkä asiat parantavat tunnettua ja mielikuvia, sillä muista toimijoista erottautuminen on tärkeää.

Hyvän tutkimuksen periaatteisiin tutustuminen oli tärkeää, sillä niiden myötä oppi olemaan kriittisempi erilaisia tutkimuksia lukiessa. Muutenkin opinnäytetyöprosessi opetti kriittisyyttä esimerkiksi lähteitä valitessa sekä tutkimuksen tuloksia arvioitaessa. Kriittisyys on tärkeää, kun nykypäivänä esimerkiksi internetistä on saatavilla kaikenlaista tietoa monenlaisista eri lähteistä. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen ja tuotti uutta tietoa niin minulle kuin Pelirajat'-toiminnallekin.

Lähteet

- Ahto, O., Kahri, A., Kahri, T. & Mäkinen, M. 2016. Bulkista brändiksi: käsikirja kasvuun ja kannattavuuteen. Jyväskylä: Docendo.
- Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim.
- Alho, H. & Lahti, T. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (10-14, 113)
- Bergström S. & Leppänen A. 2016. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Bessonoff, A. 2013. Addiktioyhteiskunta: riippuvuus aikamme ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus.
- Castren, S., Lahti, T. & Salonen, A. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (60-62)
- Castren, S. & Lahti, T. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (69-70, 71-73, 121-122)
- Falk, H., Kurki, M., Rissanen, P., Kankaanpää, S. & Sinkkonen, N. 2013. Kuntoutujasta toimijaksi - kokemus asiantuntijuudeksi. THL, Työpaperi 39/2013.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uud. p. Helsinki: Edita.
- Hietala, O. & Rissanen, P. 2015. Opas kokemusasiantuntijatoiminnasta: kokemusasiantuntija - hoidon ja avun kohteesta omien kokemusten jakajaksi sekä palveluiden kehittäjäksi. Helsinki: Kuntoutussäätiö; Mielenterveyden keskusliitto.
- Hokkanen, L. 2003. Vapaaehtoinen ja vertainen auttaminen. Teoksessa Laitinen, M. & Pohjola, P. (toim.) 2003. Sosiaalisen vaihtuvat vastuut. Juva: Ws Bookwell. (254-274)
- Hyväri, S. 2005. Vertaistuen ja ammattiauttamisen muuttuvat suhteet. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. (toim.) 2005. Vapaaehtoistoiminta: anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino. (214-235)
- Itäpuisto, M. & Pajula, M. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (81, 173-174)
- Jaakkola, T., Heinälä, P. & Alho, H. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (161-162)
- Järvinen-Tassopoulos, J. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (63-64)
- Kiiänmaa, K. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (52-55, 55-56, 57-58)
- Laakso, H. 2004. Brändit kilpailuetuna: miten rakennan ja kehitän tuotemerkin. 6. tark. p. Helsinki: Talentum.
- Lähteenmaa, J. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (25-26)

Murto, M. & Mustalampi, S. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (18-20, 20-21)

Murto, M. & Warpenius, K. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (22-25)

Mustalampi, S. & Partanen, A. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (131-133)

Mäkinen, M., Kahri, A. & Kahri, T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen!. Helsinki: WSOYpro.

Nylund, M. & Yeung, A. 2005. Vapaaehtoistoiminta: anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino.

Pulkinen, S. 2003. Mielipaikka markkinoilla. Helsinki: WSOY.

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Raento, P. & Tammi, T. 2013. Addiktio - ristiriitainen ja vaikutusvaltainen ilmiö. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.) 2013. Addiktioyhteiskunta - riippuvuus aikamme ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus Oy.

Taipale, J. 2007. Brändi liiketoiminnan ytimessä: erotu tai unohda koko homma. Helsinki: Infor.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa: Tammi.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Viljamaa, J. 2011. Pakko saada! addiktoitunut yhteiskunta. Helsinki: WSOY.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä - merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Warpenius, K. & Murto, A. 2015. Teoksessa Alho, H., Heinälä, P., Kiiänmaa, K., Lahti, T. & Murto, M. (toim). 2015. Rahapeliriippuvuus. Helsinki: Duodecim. (201-203, 206-208)

Verkkolähteet

Nimettömät pelurit. <http://www.nimettomatpelurit.fi/index.html>. Viitattu 30.1.2018.

Peliklinikka.fi. <http://peliklinikka.fi/yleista-peliklinikasta-2/>. Viitattu 10.1.2018.

Pelirajat'on, Periaatteet. <http://pelirajaton.fi/info/periaatteet/>. Viitattu 30.10.2017.

Pelirajat'on, Vertaistuki. <http://pelirajaton.fi/vertaistuki/>. Viitattu 30.10.2017.

Peluuri, Tietopankki. <https://peluuri.fi/fi/tietopankki/peluuri-tarjoaa-apua-peliongelmiin-seka-tuottaa-ja-valittaa-tietoa-pelihaitoista>. Viitattu 10.1.2018.

Peluuri, Peli poikki ohjelma. <https://peluuri.fi/fi/pelaajat/peluurin-valtakunnalliset-palvelut/peli-poikki-ohjelma>. Viitattu 10.1.2018.

Salonen, A., Kontto, J., Alho, H. & Castrén, S. 2017. Suomalaisten rahapelikulutus - keneltä rahapeliyhtiöiden tuotot tulevat? Analyysit. Yhteiskuntapolitiikka. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2017102550286>. Viitattu 30.1.2018.

Selin, J., Simonen, J., Alho, H., Castrén, S., Järvinen-Tassopoulos, J., Karlsson, T., Nikkinen, J., Salonen, A. & Warpenius, K. 2017. Sääntelyyn perustuvat rahapelihaittojen ehkäisytoimet ja niiden soveltuvuus Suomen rahapelijärjestelmään. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-3895-3>. Viitattu 30.1.2018.

Tiltti.fi. <https://www.tiltti.fi/info>. Viitattu 10.1.2018.

Veikkaus.fi, Hajasijoitettuihin raha-automaatteihin täystunnistautuminen. https://www.veikkaus.fi/fi/yritys#!article/tiedotteet/yritys/2017/12/19_hajasijoitettuihin-raha-automaatteihin-taystunnistautuminen. Viitattu 30.1.2018.

Kuviot

Kuvio 1: Laakson (2003) esittelemät tunnettuuden tasot	8
Kuvio 2: Vastaajat maakunnittain (N=38)	24
Kuvio 3: Vastaajien roolit (N=40)	25
Kuvio 4: Toiminnan tunnettuus (N=67)	26
Kuvio 5: Palveluiden tunnettuus (N=42)	27
Kuvio 6: Viestintäkanavat (N=42)	28
Kuvio 7: Mielikuvat toiminnasta	29
Kuvio 8: Mielikuvat toiminnan vaikutuksista	31
Kuvio 9: Toiminnan kehittäminen (N=26)	32

Taulukot

Taulukko 1: Mielikuvat toiminnasta	29
Taulukko 2: Mielikuvat toiminnan vaikutuksista.....	31

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake	47
-----------------------------	----

Liite 1: Kyselylomake

SospED

Toiminnan vaikutukset | Pelirajat'on

Hyvä vastaanottaja, vastaamalla tähän kyselyyn annat meille arvokasta tietoa Pelirajat'on-toiminnan kehittämistä ja arviointia varten. Kyselyn kautta kerättyjä vastauksia käytetään myös tausta-aineistona sosiaalialan opinnäytetyössä, jossa selvitetään Pelirajat'on-toiminnan tunnettuutta ja mielikuvia.

Vastaaminen kestää noin viisi minuuttia. Vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti. Tutkimukseen on asianmukainen tutkimuslupa.

Vastaathan kyselyyn 30.11. mennessä. Kiitos jo etukäteen – jokainen vastaus on meille tärkeä.

1. Oletko kuullut Pelirajat'on-toiminnasta aikaisemmin?

- Kyllä
 En

2. Mitkä palveluista ovat sinulle tuttuja?

- Vertaisryhmät
 Vertaispuhelin
 Vertaischat
 Verkkoryhmät OmaPeluurissa
 Kokemusasiantuntijat
 Info- ja keskustelutilaisuudet
 Voimavarakurssit
 Tuetut lomamat
 Vertaisohjaajien peruskoulutukset

3. Mitä kautta olet kuullut Pelirajat'on-toiminnasta?

Valitse kaikki kanavat, joiden kautta olet kuullut toiminnasta.

- Lehti-ilmoitus
- Lehtijuttu
- Pelirajaton.fi -verkkosivut
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Uutiskirje
- Radio ja verkkojutut/haastattelut
- Kollegalta
- Peluurin palveluiden kautta
- 900000-julkaisu
- Pelirajat'on -uutiskirje
- Facebook-mainos
- Sosped.fi -verkkosivut
- Muiden palveluiden kautta
- Muuta kautta, mistä?

[Pelirajat'on](#)-toiminnan päätavoite on ongelmallisesti pelaavien ja heidän läheistensä elämänlaadun parantaminen vertaistuen avulla, jotta liiallisesta rahapelaamisesta aiheutuvat haitat vähenevät. Toimintamuotoja ovat vertaisryhmät, vertaispuhelin, vertaischat ja keskusteluryhmät, voimavarakurssit, lomat sekä erilaiset tilaisuudet. Lisäksi Pelirajat'on kouluttaa ja tukee vertaisohjaajia ja kokemusasiantuntijoita.

6. Miten Pelirajat'on-toimintaa pitäisi mielestäsi kehittää tulevaisuudessa?

7. Missä työskentelet tai missä roolissa vastaat?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Sosiaalitoimessa | <input type="checkbox"/> Rahapelihaittatyössä |
| <input type="checkbox"/> Julkisessa terveydenhuollossa | <input type="checkbox"/> Rahapeliyhtiössä |
| <input type="checkbox"/> Yksityisessä terveydenhuollossa | <input type="checkbox"/> Päihdetyössä |
| <input type="checkbox"/> Talous- ja velkaneuvonnassa | <input type="checkbox"/> Kriisikeskuksessa |
| <input type="checkbox"/> Sosiaali- tai terveysalan järjestössä | <input type="checkbox"/> Vastaan yksityishenkilönä |
| <input type="checkbox"/> Seurakunnalla | <input type="checkbox"/> Olen itse osallistunut toimintaan |
| <input type="checkbox"/> Muu, mikä? | |

8. Kaupunki, jossa työskentelet

9. Haluatko lisätietoja Pelirajat'on-toiminnasta? Jätä alle yhteystietosi, niin lähetämme sinulle maksutta Pelirajat'on-julkaisun: **900 000 suomalaista. Tositarinoita rahapelaamisesta.** Samalla voit liittyä uutiskirjeemme tilaajaksi ja saat ajankohtaista tietoa toiminnastamme.

- Haluan tilata maksuttoman julkaisun ja lisätietoja
- Haluan tilata uutiskirjeen
- En halua lisätietoja

10. Jätä yhteystietosi, jos haluat tilata julkaisun, lisätietoja tai uutiskirjeemme.

Nimi	<input type="text"/>
Osoite	<input type="text"/>
Paikkakunta	<input type="text"/>
Postinumero	<input type="text"/>
Sähköpostiosoite	<input type="text"/>

Katso lisätietoja toiminnasta: pelirajaton.fi