

**PELITTÄÄKÖ RUOTSI?**  
Oppimispelin käyttäjäprofiili ja markkinoinnin kohdentaminen

Tolonen Virve  
Tauriainen Anna

Opinnäytetyö  
Kaupan -ja kulttuurinkoulutusala  
Liiketalous  
Tradenomi (AMK)

2018

Kaupan, hallinto ja oikeustieteet  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Tradenomi (AMK)

---

<b>Tekijät</b>	Virve Tolonen Anna Tauriainen	Vuosi	2018
<b>Ohjaaja</b>	Mika Saloheimo		
<b>Toimeksiantaja</b>	Raija Lummi Eriika Löfgren		
<b>Työn nimi</b>	Pelittääkö ruotsi? Oppimispelin käyttäjäprofiili ja markkinoinnin kohdentaminen		
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>	49 + 29		

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli oppimispelin käyttäjäprofiili ja markkinoinnin kohdentaminen liittyen Pelittääkö ruotsi -projektiin. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää toisen asteen ammatillisten perustutkinnon suorittavien opiskelijoiden ruotsin kielen oppimista, mielipiteitä liittyen oppimispeleihin ja heidän käyttämiä eri digitaalisen median ja printtimedian kanavia.

Opinnäytetyön teoriaosa käsitteli oppimisasipelejä, Pelittääkö ruotsi -projektia ja kohdennettua markkinointia. Opinnäytetyön tutkimus suoritettiin käyttämällä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusosio koostui kyselystä ja sen analysoinnista.

Kysely lähetettiin satunnaisotannalla valittujen ammattioppilaitosten yhteyshenkilöiden kautta opiskelijoille. Tulokset analysoitiin Webropol-työkalulla. Suurin osa vastaajista opiskeli Vamiassa, jonka vuoksi tulokset analysoitiin luotettavuuden vuoksi Vamian opiskelijoiden kanssa ja ilman vamialaisia. Vastauksia vertailtiin rinnakkain ja vastauksista koostettiin peruskäyttäjä, jonka profiiliin mukaan suunniteltiin kohdennettua markkinointia.

Peruskäyttäjä on 15–19-vuotias miespuolinen henkilö, joka opiskelee ensimmäistä vuotta ammatillista perustutkintoa joko Vamiassa tai Savon ammatti- ja aikuisopistossa. Päivittäin hän käyttää Snapchattia ja YouTubea. Peruskäyttäjä kokee ruotsin kielen opiskelun olevan jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. Hänen mielestään ruotsin kieli on melko haastavaa ja haastavinta siinä on kieliooppi. Hän pelaa tietokonepelejä ja on pelannut aiemmin oppimisasipelejä. Peruskäyttäjä on sitä mieltä, että oppimisasipelellä ovat melko hyödyllisiä. Peruskäyttäjän profiiliin perusteella paras tapa tavoittaa peruskäyttäjä on kohdentaa markkinointi 15–19-vuotiaille mieshenkilöille, jotka ovat kiinnostuneet urheilusta ja musiikista Snapchatin tai YouTubeen eri kanavilla.

**Avainsanat** Oppimisasipelellä, kohdennettu markkinointi, käyttäjäprofiili, markkinointitutkimus

School of Business and Culture  
Degree Programme in Business Administration  
Bachelor of Business Administration

---

<b>Author</b>	Virve Tolonen	Year	2018
<b>Supervisor</b>	Anna Tauriainen		
<b>Commissioned by</b>	Mika Saloheimo		
	Raija Lummi		
	Eriika Löfgren		
<b>Subject of thesis</b>	Pelittäkö ruotsi? - The end user of learning game and target marketing		
<b>Number of pages</b>	49 + 29		

---

The topic of this thesis was the project Pelittäkö ruotsi? – The end user of learning game and target marketing. The purpose of the study was to find out about vocational school students learning the Swedish language, their opinions on learning games and what different digital and print media channel they use.

The theory part of this thesis discussed learning games, Pelittäkö ruotsi- project and target marketing. The thesis work was accomplished using a quantitative research method. The research section consisted of a survey and its analysis.

The questionnaire was sent with random sampling to the contact persons of vocational schools. The results were analysed using the Webropol tool. Most of the respondents studied in Vamia, which is why the results were analysed for reliability with and without Vamia students. The answers were compared side by side, and the responses were compiled of the basic users whose profile was used to plan targeted marketing.

When all responses were considered it was deducted that the end user is a 15 - 19 -years old male, who study at the first year in Vamia or Savo Consortium for Education. He uses Snapchat and YouTube daily. The end user feels that studying Swedish is something between useful and useless. He thinks that Swedish language is quite challenging and the most challenging is the grammar. He plays computer games and has played learning games previously. The end user thinks that learning games are quite useful. Based on the basic user's profile, the best way to reach a basic user is to target marketing for men aged 15 to 19 who are interested in sports and music on Snapchat or YouTube channels.

Key words

Learning games, target marketing, user profile, marketing research

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
1.1	Tutkimuksen taustaa ja toimeksiantajat .....	6
1.2	Keskeiset käsitteet .....	7
2	MIKSI PELAAMALLA OPITAAN? .....	10
2.1	Oppimispelit .....	10
2.2	Esimerkkejä oppimisleleistä .....	11
2.3	Pelittääkö ruotsi? .....	13
3	PELISOVELLUSTEN MARKKINOINTI .....	14
3.1	Markkinointi .....	14
3.2	Pelien markkinointi .....	14
4	TUTKIMUSKYSELY: PELITTÄÄKÖ RUOTSI? .....	16
4.1	Tutkimusmenetelmä .....	16
4.2	Tutkimuksen toteutus .....	16
4.3	Tutkimuksen tulokset .....	18
4.3.1	Vastajaat .....	18
4.3.2	Ruotsin opiskelu ja oppiminen .....	23
4.3.3	Pelaaminen ja oppimispelit .....	28
4.3.4	Kiinnostuksen kohteet, käytetty media ja päätelaitteet .....	30
4.4	Tutkimuksen tulosten vertailu .....	36
5	OPPIMISPELIN PERUSKÄYTTÄJÄ .....	37
5.1	Oppimispelin peruskäyttäjä (kaikki vastaukset) .....	37
5.2	Oppimispelin peruskäyttäjä (ilman Vamiaa) .....	38
5.3	Eroavaisuudet peruskäyttäjissä .....	39
5.4	Kuinka tavoittaa peruskäyttäjä? .....	39
6	POHDINTA .....	42
	LÄHTEET .....	45
	LIITTEET .....	49

## ALKUSANAT

Kiitoksia läheisillemme tuesta opinnäytetyön tekemisen aikana. Kiitokset Lapin ammattikorkeakoulun opinnäytetyöohjaaja lehtori Mika Saloheimolle ja toimeksiantajille Raija Lummille ja Eriika Löfgrenille.

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme aiheena on Pelittääkö ruotsi? - Oppimispelin käyttäjäprofiili ja markkinoinnin kohdentaminen peruskäyttäjälle. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että määritellään, millainen olisi se henkilö, joka käyttäisi ruotsin kielen oppimispeliä, ja kuinka peliä voi markkinoida hänelle. Techterms-verkkosivun mukaan peruskäyttäjä on henkilö, joka käyttää tuotetta tai palvelua (End User 2018). Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa toisen asteen ammatillisen perustutkinnon suorittavien opiskelijoiden ruotsin kielen oppimista. Lisäksi tarkoituksena on saada selville opiskelijoiden mielipiteitä liittyen oppimispeleihin sekä heidän käyttämiään eri kanavia niin digitaalisen median kuin printtimedian puolelta.

Tutkimuskysymyksemme on, millainen on oppimispelin peruskäyttäjä. Apututkimuskysymyksinä ovat, miten kohdentaa markkinointi peruskäyttäjälle ja kuinka tavoittaa oppimispelin kohderyhmä.

Tutkittava kohderyhmä on toiseen asteen opiskelijat, ja tutkimuksen lopputulos on suunnattu toimeksiantajille, jotka suunnittelevat oppimispeliä ruotsin kielen oppimiseen. Toimeksiantajien suunnittelema peli on suunnattu ruotsin kielen oppimiseen toisen asteen opiskelijoille ja kertaamiseen korkea-asteen opiskelijoille sekä peli toimisi apuna nivelvaiheessa, siirryttäessä ammatilliselta toiselta asteelta ammattikorkeakouluun. Tutkimuksen tuloksia käytetään suunnitteilla olevan mobiilisovelluksen käyttäjälähtöiseen suunnitteluun sekä markkinoinnin kohdentamiseen.

Ensisijaisesti aiheen tutkiminen hyödyttää toimeksiantajia, sillä toimeksiantajat saavat tutkimuksen pohjalta tietoa, millainen oppimispeli olisi hyvä kohderyhmän mielestä ja mitkä ovat isoimmat haasteet kohderyhmällä ruotsin opinnoissa.

### 1.1 Tutkimuksen taustaa ja toimeksiantajat

Opinnäytetyön toimeksiantajina ovat Lapin ammattikorkeakoulun lehtori Raija Lummi ja Tampereen seudun ammattiopisto Tredun ruotsin kielen opettaja

Eriika Löfgren. He ovat tutkineet toisen asteen opiskelijoiden ruotsin kielen taitoa ja kuinka parantaa digitalisaatiolla opiskelutuloksia. He olivat mukana projektissa, jossa suunniteltiin ruotsin kielen oppimispeliä. Pelin tarkoituksena on kehittää käyttäjän ruotsin kielen tasoa. Toimeksiantajat ovat huolissaan erityisesti toisen asteen miespuolisten opiskelijoiden ruotsin kielen tasosta ja kynnyksestä hakea jatko-opintoihin. (Lummi & Löfgren 2016, 111.)

## 1.2 Keskeiset käsitteet

Opinnäytetyön kannalta keskeiset käsitteet esitellään tässä kappaleessa. Opinnäytetyössä käytetään termejä liittyen markkinointiin, digitaalisuuteen ja toisen asteen opintoihin.

Kohdennettu markkinointi tarkoittaa sitä, että markkinointi kohdennetaan halutulle ryhmälle. Markkinat hajotetaan osiin eli segmentteihin. Sen jälkeen markkinointistrategia suunnitellaan eri segmenteille. Tavoitteena on kasvattaa yrityksen menestystä. (Definition of 'Target Market' 2018.)

Innokylä-nettisivun määritelmän mukaan käyttäjäprofiili on havainnollistava kuva palvelun potentiaalisesta käyttäjästä. Kuvitteelliset käyttäjäprofiilit pohjautuvat havaintoihin todellisesta käyttäjästä. Profiilit perustuvat tutkimusaineistoon, esimerkiksi haastatteluun tai tutkimustiedon analysointiin. Profiilille luodaan persoonallisia piirteitä, esimerkiksi käyttäytymistapoja ja ryhmälle tyypillisiä tavoitteita, ja näiden piirteiden avulla kehitetään palvelua. Profiiliin voi luoda erilaisten kysymysten avulla, esimerkiksi tiedustelemalla ikää, sukupuolta, käyttäytymistä, asenteita, taitoja, päämääriä ja persoonallisuutta. (Käyttäjäprofiilit ja persoonat 2017.)

Techterms-verkkosivun mukaan peruskäyttäjä on henkilö, joka käyttää tuotetta tai palvelua (End User 2018).

Käyttäjäkeskeinen suunnittelulla tarkoitetaan, että tuote tai palvelu on lähtökohteisesti suunnittelu käyttäjän näkökulmasta, joka käytännössä tarkoittaa, että tuotteen tai palvelun käytettävyys on otettu paremmin huomioon (Kujala 2006).

Kohderyhmä on se, kenelle viesti on suunnattu (Mediakompassi 2018).

Sovellus on ohjelmisto, eli ohjelma, peli tai toiminto, jonka voi ladata matkapuhelimeen, tablettiin tai tietokoneelle (Mobiilisovellukset 2018).

Oppimispelillä tarkoitetaan, että oppimiseen on tuotu mukaan pelillisiä ominaisuuksia, jolloin oppimisesta pyritään tekemään hauska ja motivoiva keino (Qvist 2015).

Pelillisyydellä tarkoitetaan, että yhdistetään pelillisiä mekanismeja, esimerkiksi nopan heitto kirjan lukemiseen eli tietyllä noppaluvulla käännetään sivua. Monien arkisten hieman tylsienkin asioiden oppimisesta voi tulla mielekästä pelillisyyden kautta. (Laakso 2012.)

Digitaalisella medialla tarkoitetaan, että viestin tai julkaisun julkaisualustana on sähköinen eli digitaalinen väline, esimerkiksi verkkosivut (Lavas 2014).

Printtimedia on paperille tai taululle tulostettu tai painettu viestisisältö. Digitaalinen media on sähköinen media, joka toimii digitaalisen eli sähköisen viestin kanavana. (Lavas 2014.)

Ammatillisella peruskoulutuksella tarkoitetaan toisen asteen koulusta, jossa saadaan perusvalmiudet alan eri tehtäviin; tutkinto on 180 osaamispisteen laajuinen (Opintopolku 2018a).

Lukiolla tarkoitetaan yleissivistävää toisen asteen koulutusta, ja opiskelijan on suoritettava vähintään 75 kurssia valmistuakseen lukiosta (Opintopolku 2018b).

Suoratoistopalvelulla tarkoitetaan internetin välityksellä lähetettävä tiedonsiirtoa, esimerkiksi musiikkia tai videota. Suoratoistopalveluita ovat esimerkiksi YouTube, Netflix, Viaplay, Ruutu ja Katsomo. (Kangasniemi 2017.)

Sosiaalisen median yhteisöpalveluilla tarkoitetaan verkon yli tapahtuvaa ihmisten välistä kommunikointia ja suhteiden ylläpitoa (Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö 2010). Sosiaalisen median yhteisöpalveluita ovat esimerkiksi Facebook, Snapchat, Instagram ja Twitter.

Somevaikuttaja tarkoittaa henkilöä, profiilia tai yhteisöä, josta tykätään eli seurataan sosiaalisessa mediassa runsaasti ja jota voidaan pitää roolimallina, esikuvana tai julkisuuden henkilönä (Levi 2015).



Google Play on digitaalisen sisällön mobiiliverkkokauppa Android-käyttöjärjestelmän mobiililaitteille (Google Playn käyttö 2018).

App Store on digitaalisen sisällön mobiiliverkkokauppa laitevalmistaja Applen laiteille (App Store 2018).

Arvolupauksella tarkoitetaan, mitä hyötyä asiakas saa tuotteesta tai palvelusta ja onko saatu hyöty isompi kuin maksettu kustannus (Jaako 2017).

## 2 MIKSI PELAAMALLA OPITAAN?

### 2.1 Oppimispelit

Oppimispelillä tarkoitetaan, että oppimiseen on tuotu mukaan pelillisiä ominaisuuksia, jolloin oppimisesta pyritään tekemään hauska ja motivoiva keino (Qvist 2015). Oppimispelit eivät ole pelkästään tietokoneella tai mobiililaitteilla pelattavia pelejä, vaan pelillisiä ja leikillisiä ominaisuuksia voidaan yhdistää myös erilaisiin oppimisympäristöihin. Oppimispelit eroavat muista peleistä, sillä oppimispelissä opetettava asia on upotettu pelin sisään. Peleissä on ominaisuuksia, jotka voivat tukea oppimista tehokkaasti. Oppiminen on aktiivinen toiminto, jolloin useimmiten pelkästään tiedon esittäminen opiskelijalle ei riitä, sillä opiskelijan tulisi itse aktiivisesti prosessoida oppimaansa. Pelit vaativat aktiivista toimintaa, mikä tukee aktiivista oppimisprosessia. Peleissä oppijat saavat itse hallita pelaamistaan ja he saavat jatkuvaa palautetta oppimisestaan. Mahdollisuus kokea uutta ja tilaisuus käyttää mielikuvitusta voi tarjota motivaatiota oppimiseen. (Saarenpää 2009.)

Oppimispelit motivoivat oppimaan. Oppimispelissä yhdistetään pelaaminen, joka koetaan monesti vapaaehtoiseksi, ja opiskelu, joka on yleensä pakollista. Peleissä kannustetaan esimerkiksi ansaitsemaan tähtiä tai pisteitä. Pelit ovat monesti hyvin koukuttavia, ja oppiminen tulee siinä sivussa. (Haaranen 2015.)

Oppimispelit on suunniteltu opettamaan jotain tiettyä tietoa tai taitoa. Oppimispelien pelejä voidaan käyttää niin kotona kuin koulussakin, ja oppimispelien keskeinen tarkoitus on tukea opiskelua. Oppimispelien tulee olla pelaajaa innostavia, samalla kuitenkin opettavia. (Oppimispelit 2013.)

Pekka Qvistin (2015) kirjoittama Viihdepeleillä digiloikka kielten oppimiseen -artikkeli Kieliverkosto-internetsivulla kertoo hyvin kielten oppimisesta digitaalisesti. Qvistin mukaan peliharrastaminen tukee muun muassa englannin kielen oppimista, sillä englantia taitavat valitsevat helposti kielivalikosta heille tutuimman kielen eli englannin. Laadukkaista viihdepeleistä löytyy myös lokalisoituja versioita useille suurille valtakielille, eli käännösversiot eivät sisällä pelkästään tekstitystä vieraalla kielellä, vaan esimerkiksi ääninäytellyt osat voi löytyä englannin lisäksi vaikkapa saksaksi, ranskaksi tai espanjaksi. Joissain peleissä voi

jopa valita puhutun kielen ja tekstityksen eri kieliversiona, jolloin kielen oppimista pystyy räätälöimään tarpeiden mukaan. Kielten opetuksessa voitaisiin siis antaa ohjeistus, että opetuksessa peliä ei pelatakaan englanniksi vaan esimerkiksi saksaksi tai ranskaksi. Hankalien sanojen tai tilanteiden kohdalla voi ottaa sanakirjan käteen, kuten moni tekee englannin kielisten pelien äärellä, kun ei tiedä mitä jokin asia tarkoittaa. (Qvist 2015.)

Yleisradion vuonna 2014 julkaistun Pelaamiseen käytetty aika vastaa jo toista peruskoulua -verkkoartikkelin mukaan alakouluiässä pelaamisen aloittava nykynuori saattaa viettää pelien ääressä jopa 10 000 tuntia 21 ikävuoteen mennessä. Pelitutkija Janne Paavilaisen mukaan näissä tunneissa on suuri potentiaali oppimiselle, jos koulumaailma oppii ymmärtämään ja hyödyntämään pelaamista. Nykynuorten pelaamiseen käytetty tuntimäärä on Paavilaisen mukaan painava peruste sille, että tulisi miettiä sitä, miten pelit ja leikillisuus saadaan mukaan tukemaan oppimisprosesseja. Pelien hyödyntäminen vaatii ymmärrystä pelimaailmasta ja siitä, miten pelit toimivat. Ongelmana voi olla se, että pelinlukutaitoa löytyy kyllä oppilailta, mutta opettajilta ei. Nykyopettajat saattavat siis tarvita päivitystä siihen, mitä pelit tänä päivänä tarjoavat, sillä vaikkapa 1980-luvun tietokonepelit eivät olleet lähellekään niin sosiaalisia kuin 2010-luvun verkkopelit. Toisaalta opetuskäytössä voi käyttää muitakin kuin tietokone- ja videopelejä, sillä perinteinen lautapeliformaattikin on soveltamiskelpoinen. Esimerkiksi lautapelejä voi käyttää opettamaan ryhmälle opiskeltavasta aiheesta. (Palomäki & Rautanen 2014.)

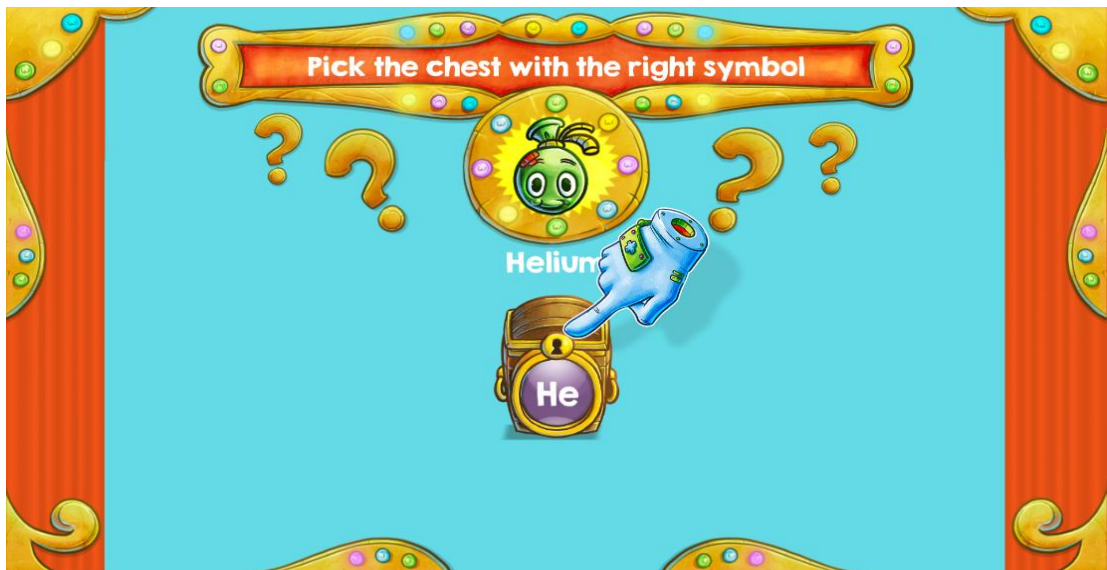
## 2.2 Esimerkkejä oppimispeleistä

Oppispelejä on tarjolla kaiken ikäisille ja kaikenlaisten asioiden opetteluun. Alle kouluikäisille lapsille on muun muassa lukemisen oppimisen tueksi tarjolla Jyväskylän yliopiston ja Niilo Mäki instituutin kehittämä Ekapeli alkku (Kuva1), jossa harjoitellaan kirjaimia, äänneitä ja tavuja (Ekapeli Alku 2018a).



Kuva 1 Kuvakaappaus Ekapeli Alku -pelistä (Ekapeli Alku 2018b)

Kouluikäisille on tarjolla erilaisia pelejä matematiikan, fysiikan tai kielten oppimiseen, kuten suomalaisen pelifirman Lightneerin Big Bang Legends (Kuva 2), jossa pelaaja oppi pelaamisen ohessa atomeista, jaksollisesta järjestelmästä ja hiukkasfysiikasta (Mäntyniemi 2017).



Kuva 2 Kuvakaappaus Big Bang Legends - pelistä (Big Bang Legends 2018)

Tamperelainen WordDive (Kuva 3) tarjoaa mobiilisovelluksen sekä verkkosivupohjaisen kielten opiskelupelin, jossa harjoitellaan alkeista edistyneempään kielen käyttöön (Viitala 2018).



Kuva 1 Kuvakaappaus WordDive - pelistä (WordDive 2018)

### 2.3 Pelittääkö ruotsi?

Pelittääkö ruotsi oli toimeksiantajien Raija Lummin ja Eriika Löfgrenin yhteistyöprojekti, jossa tavoitteena oli madalluttaa kynnystä siirtyä jatko-opintoihin ammattiopisto-opinnoista ammattikorkeakouluopintoihin (Lummi 2017). Projekti sai alkunsa ruotsin opettajien täydennyskoulutushankkeessa suoritettavassa ryhmätyössä, kun Lummi ja Löfgren olivat samassa ryhmässä. Yhteistyöprojektin tuotoksena syntyi artikkeli ”Pelittääkö ruotsi nykynuoria?”. Artikkelissa Lummi ja Löfgren toivat esille huolen toisen asteen opiskelijoiden ruotsin opiskelun määrästä ja miettivät, miten motivoida nuorta opiskelemaan ruotsia, kun perinteinen kirjasta oppiminen ei suju. Esille tuli erityisesti se, miten pelillinen oppiminen hyödyntäisi miespuolisten ammatillisten opiskelijoiden ruotsin oppimista, joilla Taina Juurakko-Paavolan tutkimuksen mukaan on isoimmat haasteet ruotsin kielenopinnoissa. Projektin lopputuloksena syntyi ajatus, miten pelillisyyttä ja tarinankerrontaa eli story tellingiä voisi hyödyntää ruotsin kielen opetuksessa. (Lummi & Löfgren 2016.) Tarinallistamisella tarkoitetaan sitä, kuinka tuotteen tai palvelun ympärille rakennetaan tarina (Kalliomäki 2014, 13). Lummi ja Löfgrenin suunnittelivat käyttävänsä tarinallistamista ruotsin oppimisen keinona, ja kielioppi ja sanasto olisi tullut pelaajalle pelaamisen sivussa (Lummi & Löfgren 2016).

### 3 PELISOVELLUSTEN MARKKINOINTI

#### 3.1 Markkinointi

Ennen markkinoinnilla tarkoitettiin sitä, että olemassa olevia hyödykkeitä tehtiin tunnetuksi ja halutuksi. Nykyään markkinoinnin katsotaan kattavan koko ketjun asiakkaiden tarpeiden huomioimisesta ja tulkitsemisesta tuotekehitykseen, jakeluun, markkinointiin, hinnoitteluun, myyntiin ja jälkimarkkinointiin. Markkinointi sisältää myös asiakaslähtöisen ajattelutavan sekä brändiin liittyvät arvot, eli asioita pyritään katsomaan asiakkaan kannalta. (Sipilä 2008, 9.)

Harvard Business Schoolin verkkosivujen mukaan markkinointi on kriittinen tekijä organisaation kasvun kannalta. Markkinoinnin keskeinen rooli on organisaation luomisessa, viestinnässä, vallitsemisessa ja organisaation arvon ylläpidossa. Markkinointi auttaa yritystä luomaan arvoa ymmärtämällä asiakkaidensa tarpeita ja tarjoamalla heille innovatiivisia tuotteita ja palveluita. Tämä arvo välitetään useilla kanavilla sekä yrityksen brändistrategian kautta. Asiakkaiden tehokas hallinta ja hinnoittelu antavat yritykselle mahdollisuuden ottaa osaa luomastaan arvosta. Lopuksi yritys yrittää ylläpitää arvoa rakentamalla tehokkaan asiakaslähtöisen organisaation. (Marketing 2018.)

#### 3.2 Pelien markkinointi

PolkaDot Studio Oy:n yrityksen toimitusjohtaja Olesja Marjalaakson mukaan oppimispeli voi menestyä, jos peli tehdään pelaamisen ehdoilla. Oppimisen elementit eivät saa mennä pelaamisen edelle. Marjalaakso kertoo, että peliä on hyvä markkinoida sosiaalisessa mediassa ja YouTubessa. Nykyään pelkillä ei menesty niin helposti. Ensin tulisi tehdä markkinointitutkimus, jonka pohjalta lähteä suunnittelemaan peliä. (Marjalaakso 2017.) PolkaDot Studio Oy on vuonna 2017 perustettu pelialan yritys (PolkaDot Studio Oy 2018).

Tärkeää on kiinnittää mahdollisten pelaajien huomion jo varhain, jolloin ei tarvitse lähteä aivan nolatilanteesta markkinoimaan peliä. Näkyvyys on myös pelimarkkinoinnissa tärkeää, joten on hyvä aloittaa pelin markkinointi jo työstövai-

heessa, heti kun on jotain näytettävää pelistä. Pelin ensimmäinen taso tai kuva-kaappauksia voidaan laittaa tarjolle pelin verkkosivuille tai sosiaalimedialle, millä pyritään luomaan kiinnostusta peliä kohden jo ennakkoon. (Viestintäliitto 2018.) Tämä opinnäytetyö on tavallaan pelin ennakkomarkkinointia, kun annetaan mahdollisille pelaajille tieto, että tulevaisuudessa on mahdollisesti luvassa oppimispeli ruotsin kielen opiskeluun.

## 4 TUTKIMUSKYSELY: PELITTÄÄKÖ RUOTSI?

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus tehtiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän mukaan toisen asteen ammatillisen perustutkinnon suorittaville opiskelijoille. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä perustuu tilastollisten asioiden ja ilmiöiden mittaamiseen ja tulkintaan (Sipilä 2008, 262). Kvantitatiivinen tutkimus on suurimaksi osaksi tekijöiden eli muuttujien mittaamista, ja tutkimus edellyttää tutkitavan ilmiön tekijöiden tai muuttujien tuntemista. Mittausta ei voida suorittaa, jos ei tiedä, mitä mitataan. (Kananen 2011, 12–17.) Kvantitatiivinen tutkimus tähtää yleistämiseen ja positivismiin. Positivismi perustuu mittaamiseen, jonka tavoitteena on tuottaa luotettavaa ja yleistettävää tietoa. (Kananen 2011, 17–18). Tämän opinnäytetyön tutkimus tehdään suurelle joukolle, joten on järkevintä käyttää kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen tulokset analysoitiin kahdella tavoin Vaasan ammattiopiston eli vamiolaisten kanssa ja ilman vamiolaisia, jotta tutkimuksen tulos ei vääristyisi suuren vamiolaisten osallistumismäärän vuoksi. Tutkimuksen eniten vastauksia keränneistä vaihtoehdoista kootaan peruskäyttäjän profiili: vamiolaisten kanssa ja ilman Vamiaa.

### 4.2 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyö rakentuu lauseen "Millainen on oppimispelin peruskäyttäjä?" ympärille. Päätyäkseen lopputulokseen tarvitaan vastaukset myös apukysymyksiin, jotka ovat: Miten kohdentaa markkinointi peruskäyttäjälle? Kuinka tavoittaa oppimispelin kohderyhmä?

Vastaus tutkimuskysymykseen ja apukysymyksiin löytyy tutkimalla kohderyhmää, joka on toisen asteen ammatilliset opiskelijat. Opinnäytetyön toimeksiantajat Raija Lummi ja Eriika Löfgren olivat erityisesti huolissaan toisen asteen ammatillisten opiskelijoiden ruotsin kielen tasosta, asenteesta ja kynnyksestä lähteä jatkamaan opintoja korkeakoulussa (Lummi & Löfgren 2016, 111).



Tutkimusmenetelmänä on kvantitatiivinen menetelmä, ja kohderyhmä valikoitetaan satunnaisotannan avulla. Opintopolku.fi-sivuston koulutushakemiston perusteella koottiin listaus oppilaitoksista (Opintopolku 2017). Koostetussa listassa oli 88 oppilaitosta ympäri Suomea. Listasta valittiin satunnaisotannalla 30 prosenttia, joka oppilaitosten lukumäärinä tarkoitti pyöristettynä 27 oppilaitosta (Liite 1). Otannasta rajattiin ulkopuolelle ne koulutukset, jossa opetus annettiin muulla kuin suomen kielellä. Opinnäytetyön alkuvaiheessa mietittiin myös lukio-opiskelijoiden mukaan ottamista kohderyhmään, mutta lukiossa ruotsin kieltä opetetaan suuremmat määrät kuin ammatillisissa oppilaitoksissa, jolloin kyselyn tulokset olivat mahdollisesti olleet vääristyneitä, joten lukiolaiset suljettiin kyselyn ulkopuolelle. Laissa on säädetty ammatillisesta perusopetuksesta, että tutkinto pitää vähimmillään sisältää toisen kotimaisen kielen opetusta yhden opintoviikon verran, joka tarkoittaa 18 oppituntia (Opetushallitus 2015). Yleissivistävän lukiokoulutuksen lakisääteinen toisen kotimaisen kielen opetuksen vähimmäismäärä on viisi pakollista kurssia. Yksi lukiokurssi vastaa noin 38 oppituntia. (Opetushallitus 2011.) Kaksois- ja kolmoistutkintoa opiskelevien opiskelijoiden vastaukset otettiin huomioon tutkimuskyselyn vastausten analysoimisessa.

Osa tutkimuksen kohderyhmään kuuluvista toisen asteen opiskelijoista ovat alaikäisiä. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistuksen mukaan tulisi tehdä eettinen ennakoarviointi, jos kohderyhmänä tai kohderyhmässä on alle 15-vuotiaita (Eettinen ennakoarviointi ihmistieteissä 2011). Kyseessä on tutkimus, jossa pyritään tutkimaan toisen asteen opiskelijoita, jotka ovat keskimäärin yli 15-vuotiaita, eli ei tarvitse tehdä eettistä ennakoarviota. Alle 15-vuotiaiden vastaukset pois suljettiin tutkimuksesta päättämällä kysely, jos vastaaja vastasi olevansa alle 15-vuotias.

Tutkimuksessa vastattiin nimettömästi kysymyksiin, jotka eivät ole henkilökohtaisia tai arkaluontoisia. Kysymyksien vastausten perusteella ei voida jäljittää tai personoida vastaajaa. Kyselyssä kysyttiin ikää, sukupuolta, paikkakuntaa, koulua ja koulutusala. Ruotsin oppimiseen liittyvissä kysymyksissä tiedusteltiin ruotsin kielen taso ja motivaatiota. Oppimisleihin liittyen tiedustelimme vastaajien kiinnostuksen kohteista, pelien pelaamisesta ja eri medioiden käytöstä (Liite 2). Suomen paikkakunnista koostettiin kyselyn vastausvaihtoehtoiksi listaus Kuntaliiton hakemiston mukaan (Kuntaliitto 2017). Halutessaan vastaaja

sai osallistua lahjakortin arvontaan, jolloin vastaajan täytyi jättää yhteystietonsa. Yhteystietoja ja vastauksia ei yhdistetä toisiinsa. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan käyttämällä ulkoista validiteettia, joka tarkoittaa, että pohditaan kvantitatiivisen tutkimuksen tulosten yleistettävyyttä, esimerkiksi että missä tilanteissa saatu tulos voidaan yleistää (Hiltunen 2009). Tutkimuksen tuloksia tarkastellaan maksimiarvojen näkökulmasta eli mitkä vastaukset saivat eniten vastauksia, jolloin saadaan kuva todennäköisemmästä tilasta.

Tutkimuskysely laadittiin Webropol-ohjelmalla. Oppilaitoksia lähestyttiin sähköpostitse saatekirjeen (Liite 1) ja kyselyn kanssa pari viikkoa ennen vastausaikaa, joka oli 1.10.–31.10.2017. Alkuvaiheessa kontaktoiduista 27 oppilaitoksesta kolme oppilaitosta ilmoitti, että ei voi osallistua tutkimukseen. Yksi oppilaitos lähetti tutkimuslupa-anomuksen, jonka täytimme ja lähetimme kyseiselle oppilaitokselle takaisin. Puolelta välissä vastausaikaa lähetimme oppilaitoksille sähköpostilla muistutusviestin kyselyyn vastaamisesta. Vastausajan päätyttyä tutkimuskysely sulkeutui automaattisesti. Vastaukset analysoitiin Webropol-ohjelmaa käyttäen.

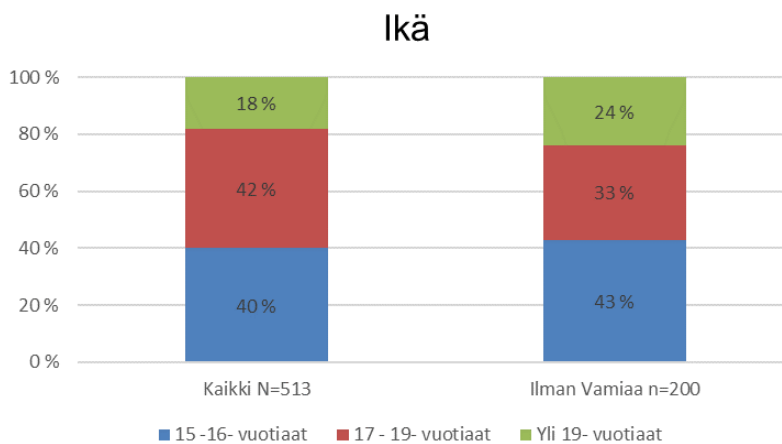
### 4.3 Tutkimuksen tulokset

Vastauksia tutkimuskyselyyn tuli yhteensä 514, joista yksi vastaus hylättiin vastaajan ilmoittaessaan iän olevan alle 15 vuotta. Yllättävästi 61 % vastaajista opiskeli Vamiassa, joka on vaasalainen ammattioppilaitos, joka sijaitsee kaksikielisessä kaupungissa (Vamia 2018). Tutkimuksen tulokset analysoitiin kahdella tavoin: Vamian opiskelijoiden kanssa ja ilman vamialaisia, jotta tutkimuksen luotettavuus ei vaarantuisi ja tulokset eivät vääristy.

#### 4.3.1 Vastaajat

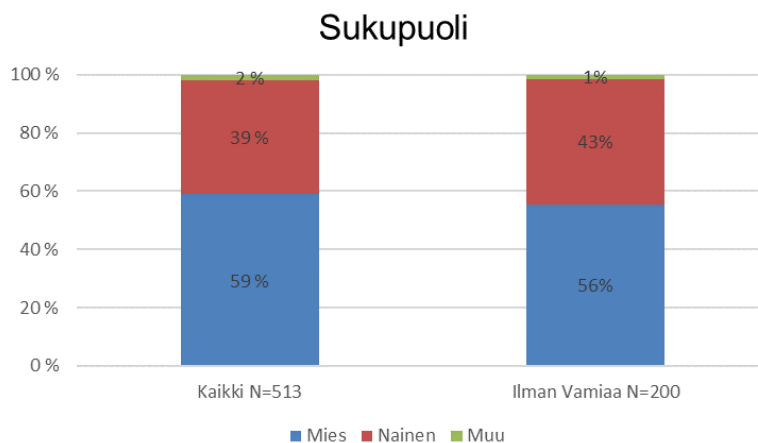
Ensimmäiset kysymykset liittyivät vastaajan taustoihin, eli minkä ikäinen vastaaja on, mikä sukupuoli, miltä paikkakunnalta kotoisin, missä opiskelee ja moinenkö opiskeluvuosi vastaajalla on menossa. Näihin kysymyksiin vastaajan oli pakko vastata, sillä kaikki yllä mainitut asiat vaikuttavat paljon tutkimuksen lopputulokseen ja tutkimusongelman ratkaisuun.

Ensimmäisenä kysyttiin ikää. Alle 15-vuotiaat suljettiin kyselystä kokonaan pois, joten kukaan vastanneista ei ollut alle 15-vuotias. Kaikista kyselyyn vastanneista suurin osa oli 15–19-vuotiaita. Vain noin viidesosa oli yli 19-vuotias (Kuvio 1). Kun Vamiasta tulleet vastaukset suljettiin pois, jäi jäljelle 200 vastaajaa. Näistäkin vastaajista suurin osa oli 15–19-vuotiaita. Yli 19-vuotiaiden määrä jäi noin 20 prosenttiin. Tulos ei hirveästi yllättänyt, sillä ammattioppilaitoksissa suurin osa opiskelijoista on yleensä alle 19-vuotiaita.



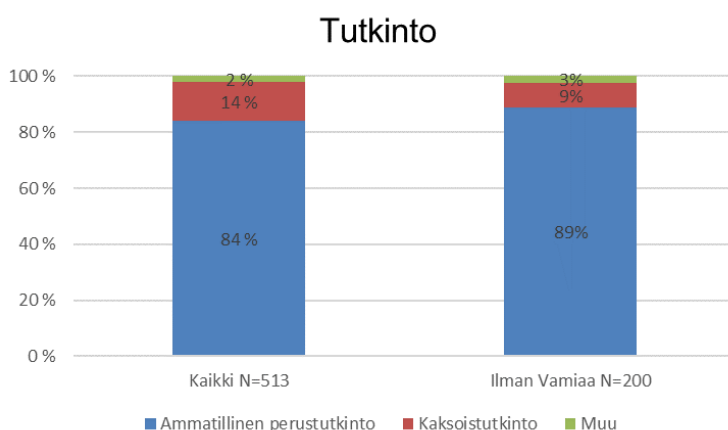
Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma

Sukupuolta kysyttäessä jakauma oli melko tasainen miesten ja naisten välillä (Kuvio 2). Kaikista vastaajista 302 oli miehiä ja 200 naisia. Ilman Vamiasta tulleita vastuksia 111 vastasi olevansa mies, 86 vastasi olevansa nainen ja 3 vastasi olevansa jotain muuta sukupuolta. Vastaukset jakoutuivat siis molemmissa vastaajaryhmissä melko samankaltaisesti.



Kuvio 2. Vastaajien sukupuolijakauma

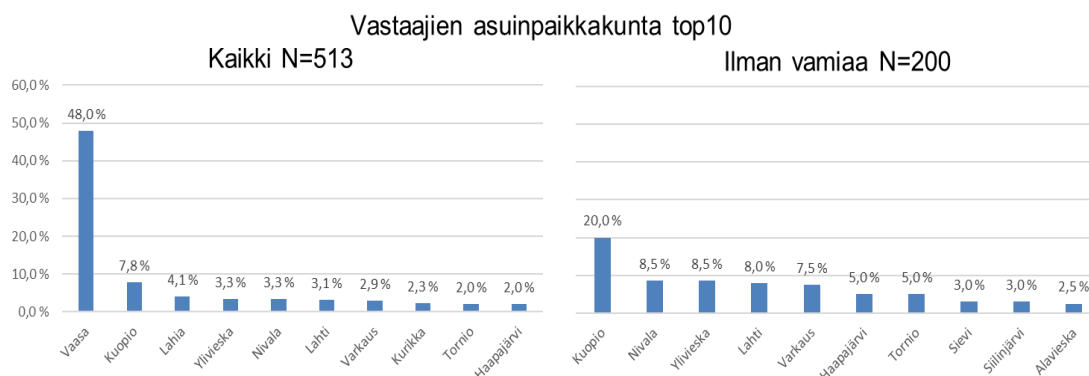
Kysyttäessä sitä, mitä tutkintoa vastaajat opiskelevat, kaikista vastaajista 433 kertoi suorittavansa ammatillista perustutkintoa (Kuvio 3). 72 suorittaa kaksoistutkintoa ja 9 jotain muuta. Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei otettu huomioon, 178 kertoi suorittavansa ammatillista perustutkintoa. 17 kertoi suorittavansa kaksoistutkintoa, ja 5 vastasi suorittavansa jotain muuta tutkintoa. Eli selkeästi suurin osa molemmissa vastaajaryhmissä suoritti ammatillista perustutkintoa, mutta myös kaksoistutkintoa suoritti hyvä määrä vastaajista. Vastaajien joukko on edustava, sillä toimeksiantajat olivat eniten huolissaan juuri ammatillista perustutkintoa suorittavien opiskelijoiden ruotsin kielen opiskelusta.



Kuvio 3. Mitä vastaajat opiskelevat

Seuraavana kysyttiin kyselyyn osallistuneiden paikkakuntaa. Vastaajia oli usealta eri paikkakunnalta, mutta 10 suosituimmasta kunnasta ylivoimaisesti eniten

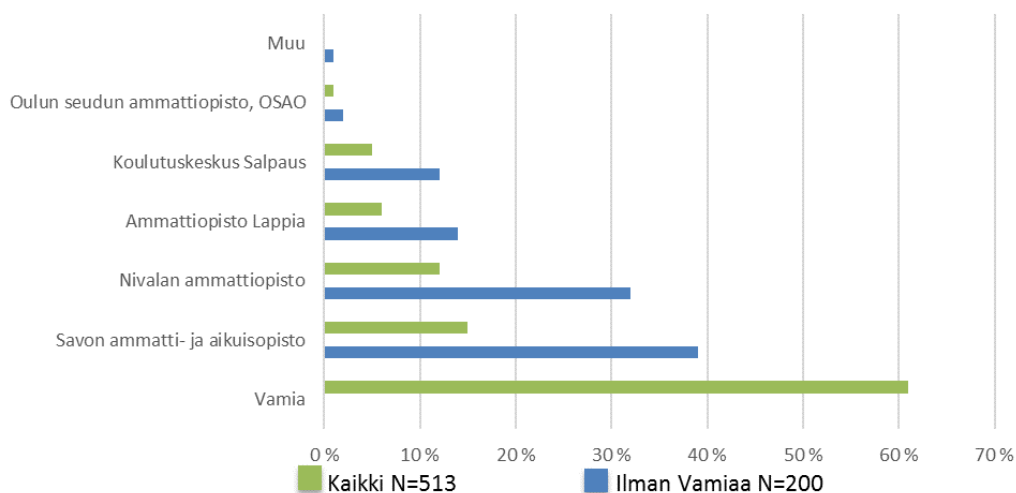
tuli vastauksia Vaasasta (Kuvio 4). Kaikista vastaajista 246 oli Vaasasta, 40 Kuopiosta ja 21 Laihiasta. Lopuilta paikkakunnilta vastaajia oli alle 20. Ilman Vamiasta tulleita vastauksia 40 vastasi olevansa Kuopiosta. 17 kertoi olevansa Nivalasta ja 17 Ylivieskasta.



Kuvio 4 Vastaajien top10 asuinpaikkakunnat

Koulua kysyessä kaikista vastaajista suurin osa eli 313 vastasi opiskelevansa Vamiassa (Kuvio 5). Sen jälkeen eniten vastaajia tuli Savon ammatti- ja aikuisopistosta, heitä oli vastaajista 78. Kolmanneksi eniten vastauksia tuli Nivalan ammattiopistosta, joita oli 64. Loput vastaajista opiskelivat Ammattiopisto Lappialla, Koulutuskeskus Salpauksessa ja Oulun seudun ammattiopistossa tai jossain muualla. Jos Vaasan vastauksia ei oteta huomioon, loput vastaukset jakautuivat melko lailla ympäri Suomen. Pienin edustus oli Etelä- ja Keski-Suomesta.

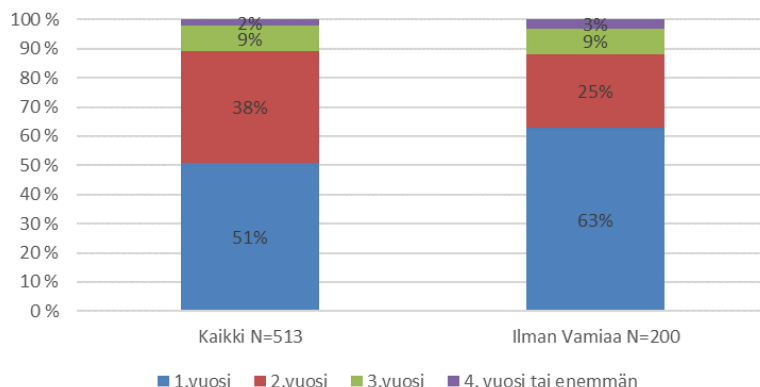
## Oppilaitos



Kuvio 5. Missä vastaajat opiskelevat

Opiskeluvuotta tiedusteltaessa ensimmäisen vuoden opiskelijoita kaikista vastaajista oli 264 (Kuvio 6). Toisen vuoden opiskelijoita oli 193. Kolmannen, neljännen tai useamman vuoden opiskelijoita oli alle 60. Suljettaessa Vamiasta tulleet vastaukset ulkopuolelle 127 kertoi olevansa ensimmäisen vuoden opiskelijoita. Vastaajista 50 oli toisen vuoden opiskelijoita. Kolmannen, neljännen tai useamman vuoden opiskelijoita oli alle 30. Molemmissa vastaajaryhmissä selkeästi suurin osa oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita.

## Opiskeluvuosi



Kuvio 6. Monesko opiskeluvuosi menossa vastaajilla

#### 4.3.2 Ruotsin opiskelu ja oppiminen

Kyselyn seuraavassa osiossa tiedusteltiin vastaajien ruotsin kielen tasoa, asennetta ja motivaatiota. Lähes kaikkiin kysymyksiin oli pakko vastata, sillä vastaukset olivat keskeisessä asemassa pelaajaprofiilin määrittelyssä.

Kyselyssä kysyttiin vastaajien ruotsin kielen opiskeltua määrää (Taulukko 1). Kaikista vastaajista 206 vastasi opiskelleensa ruotsia 1 osaamispisteen edestä. 173 vastasi, että ei ole opiskellut ruotsia lainkaan. Loput 134 opiskelijaa vastasi opiskelleensa ruotsia 2 tai enemmän osaamispisteen edestä. Lukion ruotsin kursseja vastaajista 385 ei ollut käynyt lainkaan. 128 vastasi opiskelleensa 1 tai useamman lukion ruotsin kurssin. Ilman Vamiasta tulleita vastauksia 90 vastaajaa oli opiskellut ruotsia 1 osaamispisteen edestä. 74 ei ollut opiskellut ruotsia lainkaan, ja loput 36 vastasi opiskelleensa ruotsia 2 tai enemmän osaamispisteen edestä. Lukion ruotsin kursseja vastaajista 150 ei ollut käynyt lainkaan. 50 vastasi opiskelleensa 1 tai useamman lukion ruotsin kurssin.

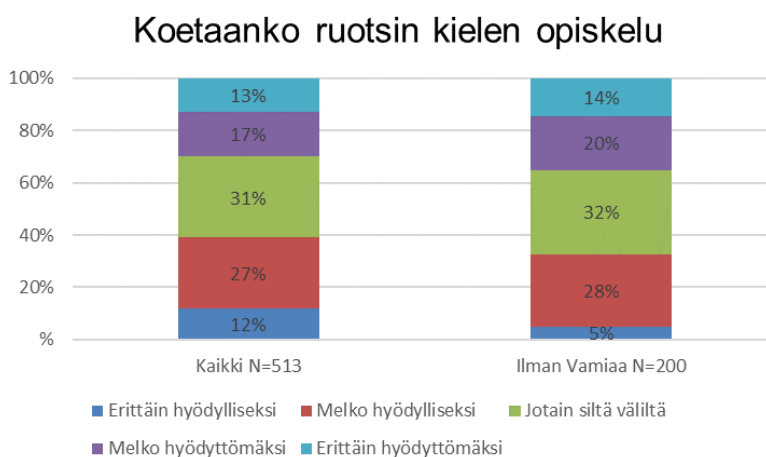
Suuri osa molemmissa vastaajaryhmissä vastasi opiskelleensa ruotsia vain yhden osaamispisteen edestä. Tämä voi johtua siitä, että iso osa vastaajista opiskelee ensimmäistä vuotta ja tutkimuskysely oli vastattavana syksyllä, jolloin opintoja oli ollut osalla vastaajista takana vasta muutama kuukausi. Ammattikoulussa ruotsin kieltä ei ole kaikilla aloilla pakko opiskella enempää kuin yhden osaamispisteen, mikä myös voi osaltaan vaikuttaa lopputulokseen.

Taulukko 1. Suoritettujen ruotsin kurssien määrä

Ikm	Kaikki N=513		Ilman Vamiata N=200	
	OSP	Lukion ruotsin kurssit	OSP	Lukion ruotsin kurssit
1	40 %	4 %	45%	5%
2	12 %	2 %	9%	1%
3	7 %	6%	5%	3%
4	2 %	1 %	1%	0%
5	1 %	5 %	1%	6%
Enemmän	3 %	6 %	2%	8%
Ei yhtään	34 %	75%	37%	75%

Kysyttäessä ruotsin kielen hyödyllisyyttä tai hyödyttömyyttä vastaukset jakautuivat melko selkeästi hyödyllisen ja hyödyttömän välillä (Kuvio 7). Kaikki vastaukset huomioon otettaessa 203 vastaajaa koki ruotsin kielen opiskelun erittäin

hyödylliseksi tai melko hyödylliseksi. 160 vastasi, että ruotsin kielen opiskelu on jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. Noin 150 vastaajaa oli sitä mieltä, että ruotsin kielen opiskelu on melko hyödyttöntä tai erittäin hyödyttöntä. Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei otettu huomioon, vastaajista 65 oli sitä mieltä, että ruotsin kielen opiskelu on erittäin hyödyllistä tai melko hyödyllistä. 65 vastasi ruotsin kielen opiskelun olevan jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. 70 vastaajaa koki ruotsin kielen opiskelun melko hyödyttömäksi tai erittäin hyödyttömäksi. Molempien vastaajaryhmien vastaukset kuitenkin osoittivat, että ruotsin kielen opiskelu koetaan melko hyödylliseksi tai joksikin hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä, sillä näihin vaihtoehtoihin tui eniten vastauksia. Vastaukset antoivat melko välinpitämättömän kuvan ruotsin kielen opiskelun hyödyllisyyttä kohtaan.

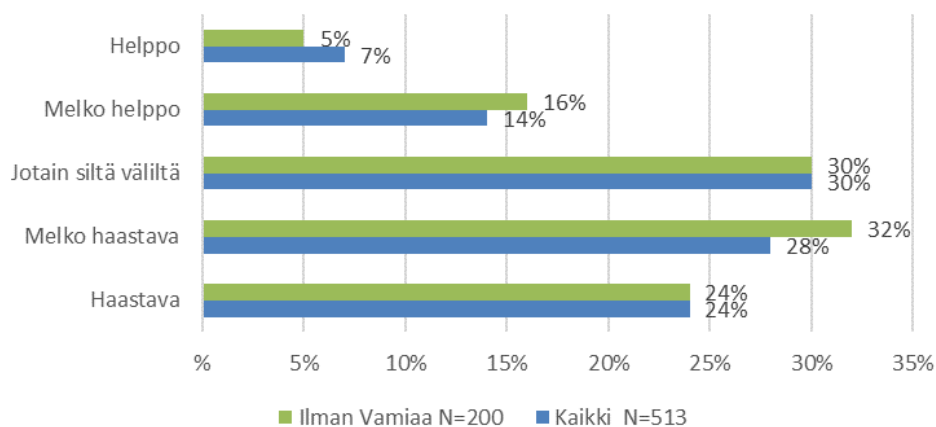


Kuvio 7. Millaiseksi ruotsin kielen opiskelu koetaan

Kysyttäessä sitä, millaiseksi ruotsin kieli koetaan, haastavaksi tai melko haastavaksi ruotsin kielen koki kaikista vastaajista 269 (Kuvio 8). 156 vastasi, että ruotsin kieli on jotain haastavan ja helpon väliltä. Vastaajista 107 koki ruotsin kielen melko helpoksi tai helpoksi. Ilman Vamiasta tulleiden vastausten huomioon ottamista 111 koki ruotsin kielen haastavaksi tai melko haastavaksi. 59 vastaajaa kertoi ruotsin kielen olevan jotain haastavan ja helpon väliltä. Vastaajista 42 koki ruotsin kielen olevan melko helppoa tai helppoa. Suurin osa molempien vastaajaryhmien vastauksista antoi kuvan, että ruotsin kieli koetaan haastavaksi, melko haastavaksi tai joksikin haastavan ja helpon väliltä. Jos ruotsin kieli koetaan enemmän haastavaksi kuin helpoksi, oppimispeli voisi olla yksi keino, jonka avulla kielen ymmärtäminen ja oppiminen olisi helpompaa.



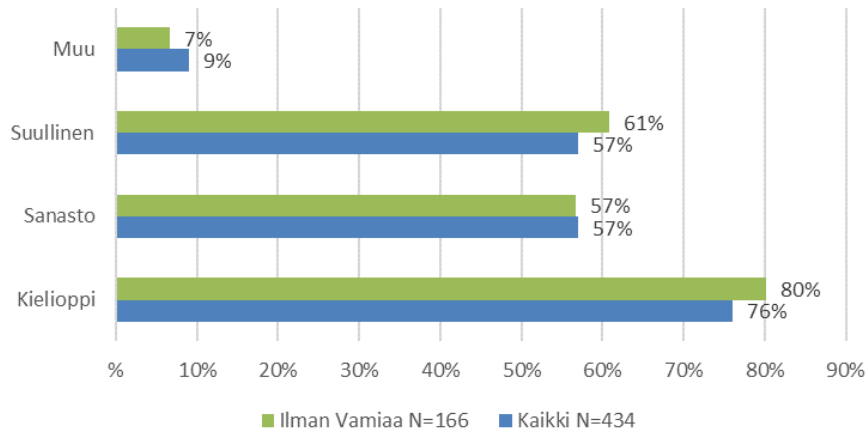
### Koetaanko ruotsin kieli helpoksi vai haastavaksi



Kuvio 8. Koetaanko ruotsin kieli haastavaksi vai helpoksi

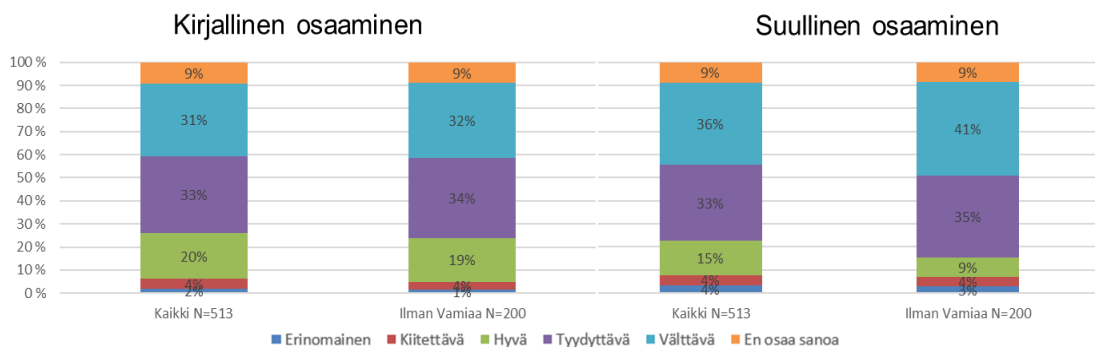
Kaikista vastaajista ne, joiden mielestä ruotsin kieli on haastavaa, vastasivat siihen, mikä heidän mielestä kielessä on haastavaa (Kuvio 9). 329 oli sitä mieltä, että haastavaa ruotsin kielessä on kielioppi. 248 koki sanaston olevan haastavaa, ja 247 vastasi, että suullinen eli puhuminen on haastavaa. 37 vastasi jonkin muun syyn. Ilman Vamiasta tulleita vastauksia 133 koki ruotsin kielessä haastavaksi kieliopin. 94 oli sitä mieltä, että sanasto on haastavaa ruotsin kielessä. 101 koki suullisen osuuden olevan haastavaa, ja 11 vastasi jonkin muun olevan haastavaa. Molempien vastaajaryhmien mukaan haastavinta ruotsin kielessä on kielioppi ja seuraavaksi haastavinta on sanasto ja puhuminen. Näitä vastauksia voisi hyödyntää pelin suunnittelussa; jokainen osa-alue tulee ottaa huomioon tasoittain, jotta jokaista osa-aluetta voisi oppia minkä tasoisen kielen osaaja tahansa. Markkinoinnissa voisi tuoda esille sovelluksen arvolupausta, jonka mukaan pelaaja voi oppia niin kielioppia kuin sanaostoakin pelaamisen avulla.

### Haastavaksi ruotsin kielessä koettiin



Kuvio 9. Mitä vastaajat kokivat haastavaksi ruotsin kielessä

Kun kysyttiin sitä, millaiseksi vastaaja kokee oman ruotsin kielen taitonsa, oli suullisen ja kirjallisen taidon osaaminen melko tasaista (Kuvio 10). Kaikki vastaukset huomioon otettaessa 161 koki, että heidän kirjallinen osaamisensa on välttävää. Vastaajista 171 oli sitä mieltä, että heidän kirjallinen osaamisensa on tyydyttävää. 102 arvioi kirjallisen osaamisen hyväksi, 22 kiitettäväksi ja 10 erinomaiseksi. 47 vastasi, että ei osaa sanoa kirjallisen osaamisensa tasoa. Suullisen osaamisen välttäväksi koki vastaajista 183. 169 oli sitä mieltä, että heidän suullinen osaamisensa on tyydyttävää. 76 arvioi suullisen osaamisensa hyväksi, 22 kiitettäväksi ja 18 erinomaiseksi. 45 vastasi, että osaa sanoa suullisen osaamisensa tasoa.



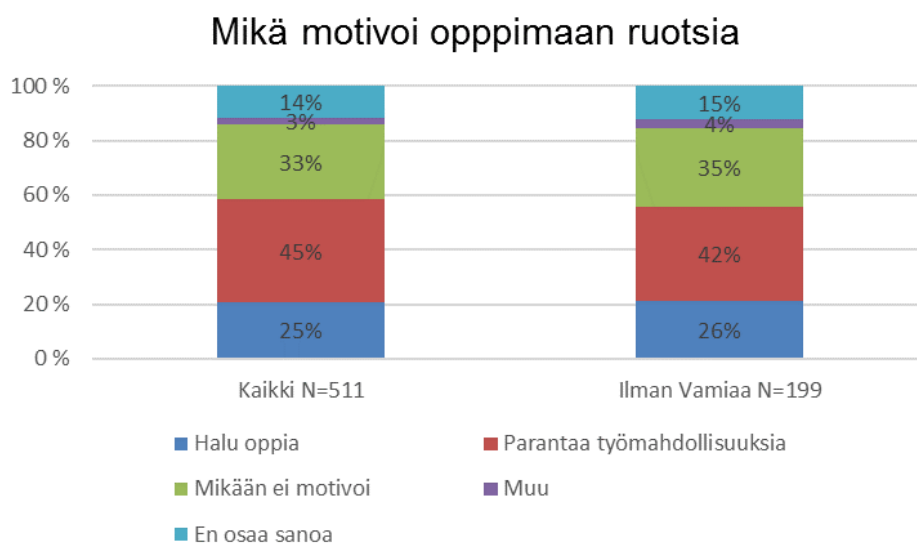
Kuvio 10. Miten vastaajat arvioivat osaamistaan ruotsin kielessä

Kun Vamiasta tulleita vastuksia ei otettu huomioon, 65 vastaajaa koki heidän kirjallisen ruotsin kielen osaamisensa olevan välttävää. 69 oli sitä mieltä, että

heidän kirjallinen osaamisensa on tyydyttävää. 38 arvioi kirjallisen osaamisensa hyväksi, 7 kiitettäväksi ja 3 erinomaiseksi. 18 vastaajaa ei osannut sanoa kirjallisen osaamisensa tasoa. Suullisen ruotsin kielen osaamisen välttäväksi koki 81 vastaajaa. 71 oli sitä mieltä, että heidän suullinen osaamisensa on tyydyttävää. 17 arvioi suullisen osaamisensa hyväksi, 8 kiitettäväksi ja 6 erinomaiseksi. 17 vastaajaa ei osannut sanoa suullisen osaamisensa tasoa.

Jos vastaajat kokevat ruotsin kielen hyödyttömäksi, niin motivaatio oppia kieltä voi olla heikko, joka näkyy heikkona osaamisena. Tärkeää olisi markkinoinnissa korostaa, miksi ruotsin kielen osaaminen olisi hyödyllistä, joka ehkä voisi lisätä halua oppia ja parantaa osaamista.

Kysyttäessä sitä, että mikä motivoi oppimaan, kaikista vastaajista 127 vastasi motivaatioksi halun oppia (Kuvio 11). 228 vastaajaa motivoi se, että kielen osaaminen voi parantaa työmahdollisuuksia. 168 vastaajan kohdalla mikään ei motivoi oppimaan ruotsin kieltä. 69 ei osannut sanoa, mikä motivoi, ja 17:llä oli jokin muu syy. Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei otettu huomioon, 52 vastaajaa kertoi, että halu oppia motivoi oppimaan ruotsia. 83:a motivoi se, että ruotsin kielen osaaminen voi parantaa työmahdollisuuksia. 69 vastasi, että mikään ei motivoi oppimaan ruotsia. 8 ei osannut sanoa, mikä motivoi, ja 30 vastaajalla oli jokin muu syy. Markkinoinnin kannalta ajateltuna pitäisi pyrkiä motivoimaan käyttäjiä niin, että hän kokisi hyödyn suuremmaksi kuin haitan.

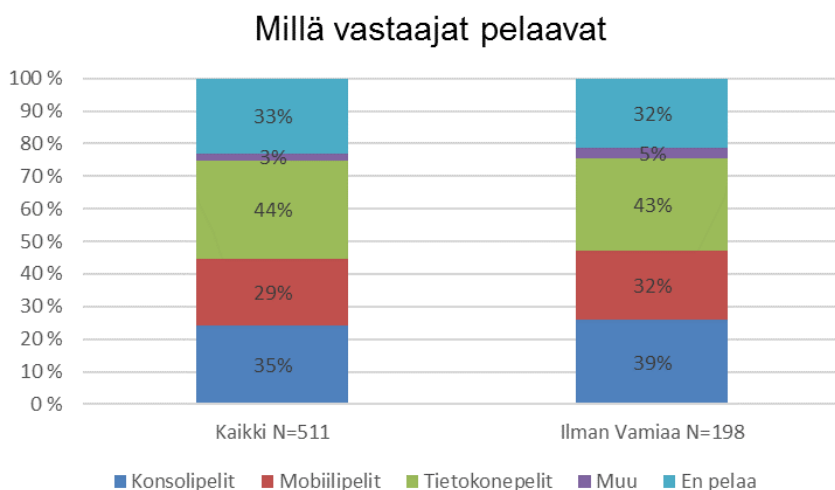


Kuvio 11. Mikä motivoi vastaajia opiskelemaan ruotsia

### 4.3.3 Pelaaminen ja oppimispelit

Kolmannessa osiossa kysyttiin, harrastaako vastaajat pelaamista ja jos harrastaa, niin minkä tyyppistä pelaamista. Lisäksi tiedusteltiin, että löytyykö taustaa oppimispelien pelaamisesta ja mielipiteitä oppimispelien hyödyllisyydestä.

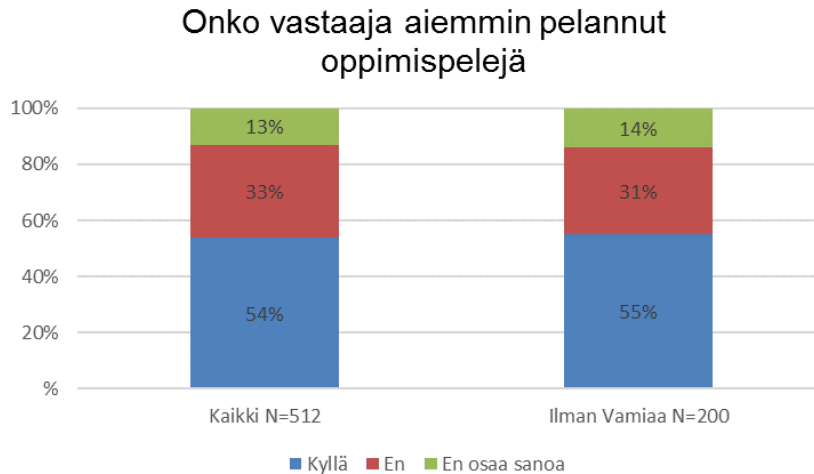
Tiedusteltaessa vastaajien pelaamiseen liittyvistä harrastuksista kaikista vastaajista 223 vastasi pelaavansa tietokonepelejä (Kuvio 12). 179 vastasi, että pelaa konsolipelejä, ja 150 vastasi pelaavansa mobiilipelejä. Vastaajista 170 ei pelaa lainkaan ja 15 pelaa jotain muuta kuin vaihtoehdoissa olevia pelejä. Ilman Vamiasta tulleita vastauksia 78 vastasi, että pelaa konsolipelejä. 64 kertoi harrastavansa mobiilipelejä ja 85 tietokonepelejä. 64 vastaajista ei pelaa lainkaan ja 10 pelaa jotain muuta kuin vaihtoehdoissa olevia pelejä. Vaikka tietokonepelejä pelataan eniten, mobiililaite on aina käyttäjällä matkassa. Tällöin kynnyks pelamiseen voi olla pienempi, kun voi pelata lähes missä ja milloin vain. Markkinoinnin näkökulmasta tulee korostaa, että pelaaminen on joustavaa, kun pelaaminen ei vaadi suuria alkuvalmisteluita kuten tietokonepeleissä.



Kuvio 12. Millä vastaajat pelaavat

Kysyttäessä sitä, onko vastaaja pelannut aiemmin oppimispelisiä, kaikista vastaajista 277 vastasi pelanneensa (Kuvio 13). 167 ei ollut aiemmin pelannut oppimispelisiä, ja 68 ei osannut sanoa, onko pelannut. Ilman Vamiasta tulleita vas-

tuksia 110 vastasi pelanneensa aiemmin oppimisasipelejä. 62 ei ollut aiemmin pelannut oppimisasipelejä, ja 28 ei osannut sanoa, onko pelannut. Koska suuri osa vastaajista tietää, mikä on oppimisasipelele, voisi markkinointi olla helpompaa, koska vastaanottaja tietää, mitä hänelle markkinoidaan. Pelaajalla voi olla pienempi kynnys alkaa pelaamaan, kun tietää, mikä on oppimisasipelele, mutta toisaalta pelaajalla voi olla ennakkoluuloja ja suuret odotukset.



Kuvio 13. Ovatko vastaajat pelanneet aiemmin oppimisasipelejä

Seuraavassa kysymyksessä vastaajat saivat valita omasta mielestään sopivan vastauksen väittämiin (Kuvio 14). ”Oppimisasipelele mataloittavat kynnystä oppia”-väittämään suuri osa vastasi olevansa jotain ”samaa mieltä”- ja ”eri mieltä”-mielipiteen väliltä. Muuten vastaukset jakautuivat melko tasaisesti molemmin puolin. ”Oppimisasipelele ovat mukavaa ajanvietettä” -väite sai melko lailla samat vastaukset kuin edellinenkin, tällä kertaa vain suurempi osa oli samaa mieltä väitteen kanssa. ”Oppimisasipelele motivoivat oppimaan” -väite sai myös samankaltaisella jakaumalla vastaukset, tässäkin väitteessä vastaukset kallistuivat enemmän ”samaa mieltä” -mielipiteen puolelle. ”Oppimisasipelele ovat hyödyllisiä” -väitteestä suuri osa oli melko samaa mieltä. Vastaajista vain 38 oli melko eri mieltä tai vahvasti eri mieltä. Myös ”oppimisasipeleillä on hyvä kerrata opittuja asioita”-väitteestä suuri osa oli melko samaa mieltä. Suurin osa vastauksista kallistui ”samaa mieltä” -mielipiteen puolelle. Oppimisasipeleihin liittyvien väittämien vastauksen jakauma oli samankaltainen kaikkien vastanneiden ja ilman vamialais-

ten vastauksien kesken. Vastaajilla oli yllättävän positiivinen asenne oppimispelejä kohtaan, joka helpottaa mahdollista markkinointia.



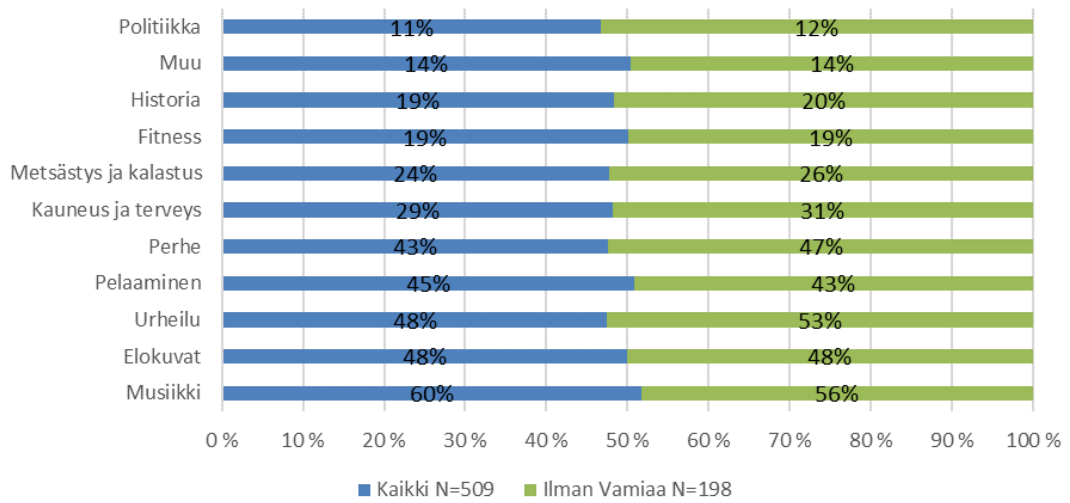
Kuvio 14. Vastaajien vastauksia väittämiin oppimislepeistä

#### 4.3.4 Kiinnostuksen kohteet, käytetty media ja päätelaitteet

Kyselyn neljännessä osassa otettiin selvää vastaajan mielenkiinnon kohteista, eri medioiden käytöstä ja millä laitteella tulee käytettyä internetiä eniten. Tämä osio oli hyvin tärkeä markkinoinnin kannalta, sillä vastausten ansiosta pystyi määrittelemään, miten pelin peruskäyttäjää tavoitetaan.

Kysyttäessä kiinnostuksen kohteita jakauma vastauksissa oli samankaltainen kaikkien vastanneiden osalta ja ilman vamialaisten vastauksia. Eniten vastaajia kiinnostivat musiikki, urheilu, elokuvat, pelaaminen ja perhe (Kuvio 15).

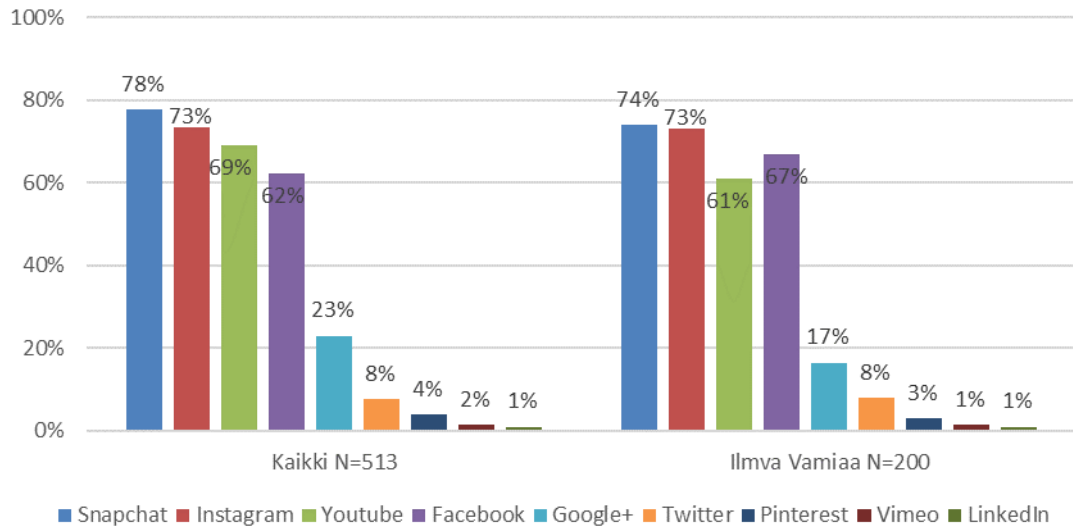
### Mitkä asiat vastaajia kiinnostaa



Kuvio 15. Vastaajien mielenkiinnon kohteet

Tiedusteltaessa vastaajien käyttämiä sosiaalisia medioita kaikki vastaukset huomioon otettaessa suosituimmaksi nousi Snapchat (Kuvio 16). Heti perässä tuli Instagram, ja sen jälkeen YouTube ja Facebook. Nämä neljä olivat melko tasavertaisia. Google+, jota käytetään viidenneksi eniten, tuli selkeästi perässä, kuten loputkin sosiaaliset mediat. Ilman Vamiasta tulleita vastauksia suosituin sosiaalinen media oli Snapchat. Seuraavaksi tulivat Instagram, Facebook ja YouTube. Loput vaihtoehtoina olleet sosiaaliset mediat tulivat näiden jälkeen selkeästi perässä.

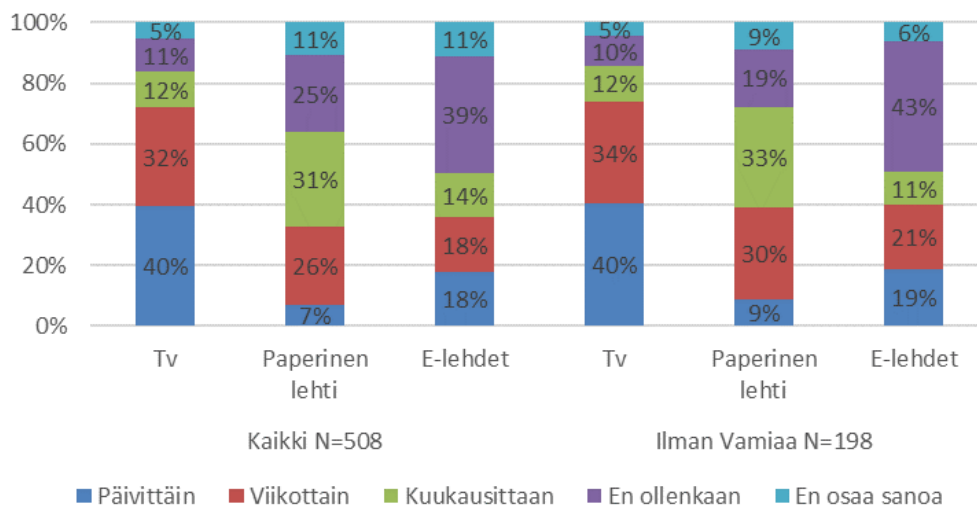
## Suosituin sosiaalinen media



Kuvio 16. Suosituin sosiaalinen media vastaajilla

Kysyttäessä eri medioiden käyttöä vastattiin käytetyimmäksi mediaksi televisio (Kuvio 17). Toiseksi eniten käytetään paperista lehteä ja vähiten e-lehteä. Ilman Vamian vastauksia päivittäin käytetyimmäksi mediaksi vastattiin televisio. Toiseksi eniten käytetään e-lehteä ja sen jälkeen paperista lehteä. Koska televisio vastattiin molemmissa vastaajaryhmissä käytetyimmäksi mediaksi, voisi sitä käyttää yhtenä markkinoinnin väylänä.

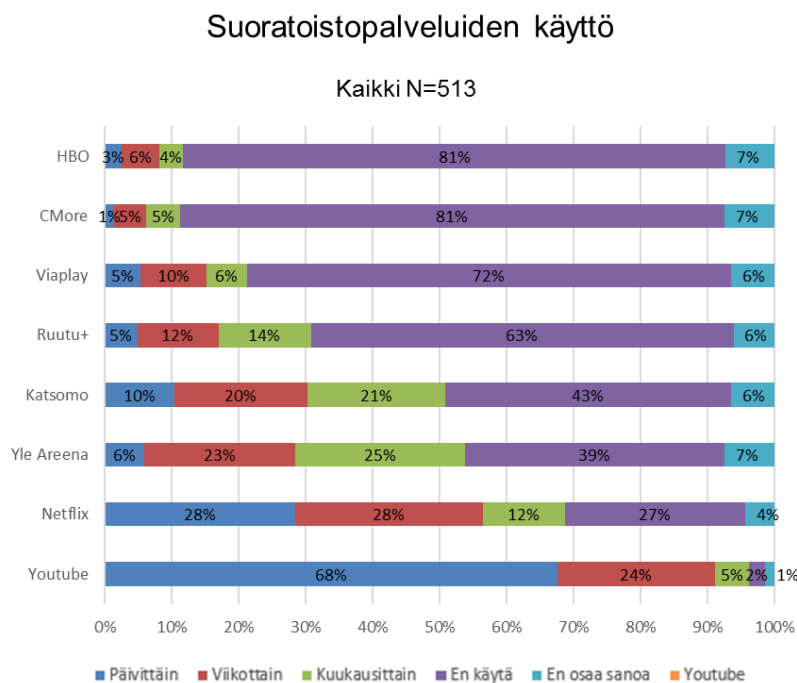
## Medioiden käyttö



Kuvio 17. Mitä mediaa vastaajat käyttävät ja kuinka usein

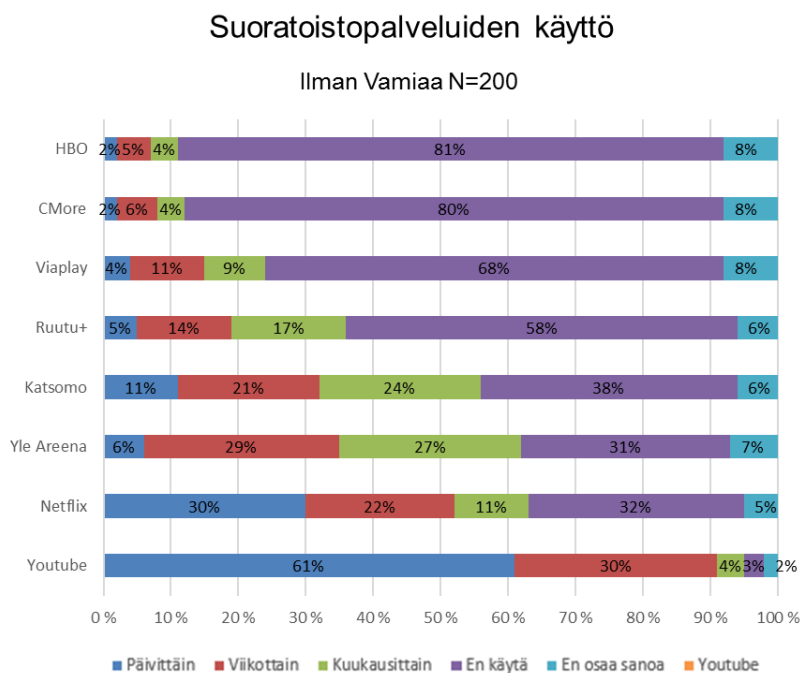


Suoratoistopalveluista käytetään päivittäin eniten YouTubea (Kuvio 18). Sitä käytetään lähinnä päivittäin tai viikoittain. Seuraavaksi eniten käytetään Netflixiä, ja sitäkin käytetään lähinnä päivittäin tai viikoittain. Loppuja suoratoistopalveluita käytetään joko viikoittain tai kuukausittain tai ei lainkaan.



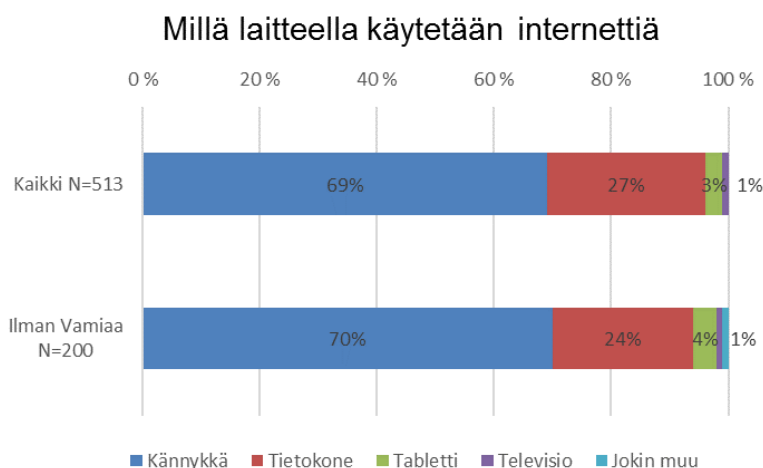
Kuvio 18. Kaikkien vastaajien vastauksen suoratoistopalveluiden käytöstä.

Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei laskettu mukaan, suoratoistopalveluista päivittäin käytetyin oli YouTube (Kuvio 19). Seuraavaksi eniten käytetään Netflixiä. Loppuja vaihtoehtoina olleita suoratoistopalveluita käytetään vähemmän.



Kuvio 19. Ilman Vamilaisia vastauksen suoratoistopalveluiden käytöstä

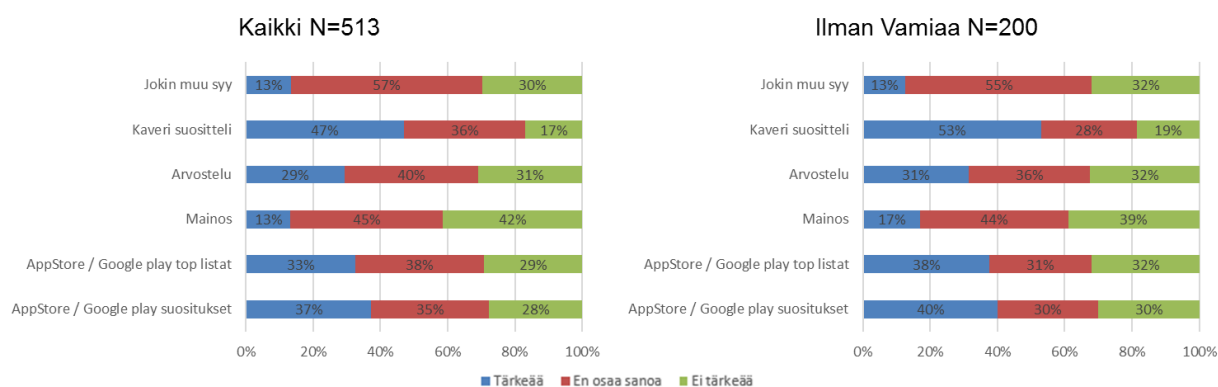
Ylivoimaisesti eniten internetiä käytetään kännykällä (Kuvio 20). Seuraavaksi eniten sitä käytetään tietokoneella. Loput vaihtoehdot saivat hyvin vähän vastauksia. Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei otettu huomioon, oli lopputulos silti sama.



Kuvio 20. Millä laitteella käytetään internetiä

Tiedusteltaessa sitä, että mistä vastaajat saavat tiedon siitä, kun lataavat puhelimelleen tai tabletilleen sovelluksen, vastasi suuri osa tietolähteeksi kaverin

suositukset (Kuvio 21). Kun Vamiasta tulleita vastauksia ei otettu huomioon, oli vastausten jakauma silti lähes sama.



Kuvio 21. Millä perusteella vastaajat lataavat uuden sovelluksen

Kyselyssä oli yksi täysin avoin kysymys, eli millainen on vastaajan mielestä hyvä oppimispeli. Avoimia vastauksia tuli yhteensä 230 kappaletta, joista osa ei vastannut kysymykseen ollenkaan. Suuri osa vastasi kysymykseen, että ei osaa sanoa. Ne vastaukset, joissa oli kerrottu, millainen on hyvä oppimispeli, olivat monipuolisia (Liite 3). Vastaajien mielestä peli, jossa todella käsitellään aihetta, käydään sanastoa ja perusasioita läpi, olisi kielten oppimisessa hyvä. Lisäksi vastaajat kertoivat, että seikkailullinen, mielenkiintoinen, monipuolinen ja visuaalisesti hyvin toteutettu peli olisi sellainen, jota voisi pelata. Pelin olisi hyvä olla sellainen, jossa olisi eri tasoja osaamisen mukaan, ja tehtävien tulisi vaihdella, jotta peli ei olisi tylsä ja sitä kiinnostaisi pelata useamminkin. Peli voisi kerrata jo opittuja asioita, ja pelissä olisi hyvä olla mahdollisuus valita esimerkiksi taso oman mielenkiinnon kohteiden tai alan mukaan. Peli ei kuitenkaan saisi olla liian ”oppikirjamainen”, vaan opittuja asioita tulisi käsitellä mielenkiintoisella tavalla. Avointen vastausten sanoista koostettiin sanapilvi, jonka sanoista korostuivat sanat: oppimispeli, harjoituksia, sanoja ja tehtäviä (Kuva 4). Sanapilvi ei antanut kovin tarkkaa informaatiota, mitä voisi hyödyntää pelin suunnittelussa. Tehokkaammin sanapilveä olisi voinut hyödyntää, jos olisi kysytty yhdellä sanalla hyvän pelin ominaisuuksista.

avulla enemmän erilaisia fysiikkaa haastetta harjoituksia hauska helpompi helposti hyvänä  
 kaupungeista kertaamiseen keräämään keskityn kieliä kunnolla kuuntelu kätevä käyttö käytössä liian memrisellä  
 mitään monipuolisia muistiin mukaan mutta nopeasti omaan opiskellut opiskelussa oppia oppii  
 oppimispeli osasta paljon pelin pelissä periaatteessa perus pienten puhelinta pyssyllä päivittäin  
 ristissä sanastoa sanoja semmone siitä tehdä tehtäviä tiedä timantteja  
 toimintapeli toisistaan tuijottaa tulisi tyrkyttämään uutta vaikeimmiksi vaikeusaste vastaus visuaalisesti  
 vähän yhdistää yksinkertainen

Kuva 2. Sanapilvi avoimen kysymyksen vastausten sanoista

#### 4.4 Tutkimuksen tulosten vertailu

Tutkimuksen analyseissa suurimmat erot tuottivat ikä, paikkakunta ja oppilaitos, ja vastaukset olivat pääsääntöisesti samankaltaisia analysoidessa kaikki vastaukset ja vastaukset ilman vamialaisia. Pieniä eroja oli havaittavissa, millaiseksi oma osaaminen koetaan ruotsin kielen tasossa ja missä koetaan suurimmat haasteet.

Tuloksista määriteltiin peruskäyttäjän eli mahdollisen pelaajan profiili, jonka perustella voitiin suunnitella markkinointia.

## 5 OPPIMISPELIN PERUSKÄYTTÄJÄ

### 5.1 Oppimispelin peruskäyttäjä (kaikki vastaukset)

Peruskäyttäjällä tarkoitetaan henkilöä, joka käyttää tuotetta tai palvelua (End User 2018). Peruskäyttäjän määrittämisellä pyritään suunnittelemaan peliä käyttäjän näkökulmasta.

Ruotsin kielen oppimispelin peruskäyttäjä määritellään tarkastelemalla kyselyn vastausten maksimiarvoja, jotta saadaan luotua karikatyyri tyypillisestä käyttäjästä. Peruskäyttäjä on 17–19-vuotias mies Vaasasta. Hän suorittaa ammatillista perustutkintoa Vaasan ammattiopistossa Vamiassa ja on ensimmäisen vuoden opiskelija.

Peruskäyttäjä on opiskellut ruotsia yhden osaamispisteen edestä, ja hän kokee ruotsin kielen opiskelun olevan jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. Peruskäyttäjä kokee, että ruotsin kieli on jotain helpon ja haastavan väliltä. Hän arvioi oman ruotsin kielen kirjallisen osaamisensa olevan tyydyttävällä tasolla ja suullisen osaamisensa olevan välttävällä tasolla. Hän kokee ruotsin kielessä haastavimmaksi kieliopin, ja häntä motivoi ruotsin kielen oppimiseen se, että ruotsin kielen osaaminen voi parantaa työmahdollisuuksia.

Peruskäyttäjä pelaa tietokonepelejä, ja hän on pelannut aiemmin oppimislejää. Peruskäyttäjä on sitä mieltä, että oppimislejät ovat melkein hyödyllisiä. Hän vastaa olevansa jotain ”eri mieltä”- ja ”samaa mieltä” -mielipiteiden välissä kysyttäessä sitä, että motivoivatko oppimislejät oppimaan ja että madaltavatko oppimislejät kynnystä oppia. Hän on melko samaa mieltä siinä, että oppimislejillä on hyvä kerrata opittuja asioita. ”Oppimislejät ovat mukavaa ajanvietettä” – väitteeseen hän vastasi olevansa on jotain ”samaa mieltä” - ja ”eri meiltä” -mielipiteiden välillä.

Peruskäyttäjän kiinnostuksen kohteisiin kuuluu musiikki ja urheilu. Hän käyttää sosiaalisista medioista eniten Snapchattia ja eri medioista eniten televisiota. Suoratoistopalveluista hän käyttää eniten YouTubea. Eniten internetiä peruskäyttäjä käyttää älypuhelimella. Kun peruskäyttäjä lataa puhelimelleen tai tab-

letilleen uuden sovelluksen, tärkein tietolähde ja peruste, mikä sovellus ladataan, on kaverin suositus tai vinkki. Toiseksi isoin peruste sovelluksen lataukseen oli Google Playn tai App Storen suositukset.

## 5.2 Oppimispelin peruskäyttäjä (ilman Vamiiaa)

Ilman Vamiasta tulleita vastauksia peruskäyttäjä on 15–16-vuotias mies Kuopista. Hän suorittaa ammatillista perustutkintoa Savon ammatti- ja aikuisopistossa ensimmäistä vuotta.

Peruskäyttäjä on opiskellut ruotsia yhden osaamispisteen edestä. Hän kokee ruotsin kielen opiskelun olevan jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. Hänen mielestään ruotsin kieli on melko haastavaa ja haastavinta siinä on kielioppi. Peruskäyttäjä arvioi oman ruotsin kielen kirjallisen osaamisensa olevan tyydyttävällä tasolla ja suullisen osaamisensa olevan välttävällä tasolla. Häntä motivoi ruotsin kielen oppimiseen se, että ruotsin kielen osaaminen voi parantaa työmahdollisuuksia.

Peruskäyttäjä pelaa tietokonepelejä, ja hän on pelannut aiemmin oppimispelisiä. Peruskäyttäjä on sitä mieltä, että oppimispelit ovat melkein hyödyllisiä. Hän vastaa olevansa jotain ”eri mieltä”- ja ”samaa mieltä” -mielipiteiden välissä kysyttäessä sitä, että motivoivatko oppimispelit oppimaan ja että madaltavatko oppimispelit kynnystä oppia. Hän on melko samaa mieltä siinä, että oppimispelillä on hyvä kerrata opittuja asioita. Hän on sitä mieltä, että väite ”oppimispelit ovat mukavaa ajanvietettä” on jotain ”samaa mieltä” - ja ”eri meiltä” -mielipiteiden välillä.

Peruskäyttäjä on kiinnostunut musiikista ja urheilusta. Hän käyttää sosiaalisista medioista eniten Snapchatia ja eri medioista eniten televisiota. Suoratoistopalveluista hän käyttää eniten YouTubea. Peruskäyttäjä käyttää internetiä eniten älypuhelimella. Ladatessaan uuden sovelluksen puhelimelleen tai tabletille, peruskäyttäjä saa tiedon tai suosituksen kaveriltaan. Toiseksi isoin peruste sovelluksen lataukseen oli Google Playn tai App Storen suositukset.

### 5.3 Eroavaisuudet peruskäyttäjissä

Vertailtaessa kumpaakin versiota peruskäyttäjistä huomaa, että merkittäviä eroja ei ole siinä, kuinka tavoittaa niin vaasalaisen kuin kuopiolaisenkin peruskäyttäjän. Maantieteellisesti mitattuna Suomi on pieni maa, joten järkevintä on yhdistää peruskäyttäjien ominaisuuksia ja määritellä niiden mukaan uusi peruskäyttäjä, jonka mukaan markkinointi kohdennettaisiin. Markkinointi kohdennettaisiin 15–19-vuotiaille miehille koko Suomen alueelle. Heidän suurimmat mielenkiinnon kohteensa ovat musiikki ja urheilu, joten tätä voisi käyttää markkinointia kohdentaessa, jotta tavoitettaisiin mahdollisimman monta mahdollista asiakasta eli pelaajaa.

### 5.4 Kuinka tavoittaa peruskäyttäjä?

Nuoret seuraavat erilaisia somevaikuttajia vuonna 2016 tehdyn eBrandin ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tuottaman kyselyn mukaan (EBrand Suomi Oy 2016). Peruskäyttäjä käyttää aktiivisesti Snapchatia, joten todennäköisesti hän seuraa itseään kiinnostavia somevaikuttajia, kuten muusikoita ja urheilijoita. Muusikot ja urheilutähdet luokitellaan somevaikuttajiksi (Levi 2015). Polka Dot Studion Olesja Marjalaakson mukaan uuden pelin markkinoille tuomisessa auttaa, jos saa nuorten seuraaman somevaikuttajan puhumaan tai kirjoittamaan pelistä (Marjalaakso 2017). Jos halutaan tavoittaa peruskäyttäjä, niin paras tapa tavoittaa alle 20-vuotias on hyödyntää somevaikuttajia Snapchatissa ja Instagramissa (Elo 2018). Jos seurattu somevaikuttaja jakaa mainoksen Snapchatissa, se todennäköisesti saavuttaa peruskäyttäjän. Myös yritykset voivat markkinoida Snapchatissa ostamalla mainosaikaa. Mainos voi olla joko kuva tai video, joka voidaan kohdistaa käyttäjälle sukupuolen, iän, kielen tai kiinnostusten kohteiden perusteella (Kaate 2017). Tehtäessä yhteistyötä somevaikuttajien kanssa on tärkeää, että mainostaessa tuotetta mainitaan kaupallisesta yhteistyöstä, jotta ei syyllistyä piilomainontaan (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2017).

Peruskäyttäjän profiilin mukaan peruskäyttäjä käyttää päivittäin aktiivisesti suoratoistopalvelu YouTubea, johon voi käyttäjäprofiilin mukaan kohdentaa mark-

kinointia. Suoratoistopalvelu YouTubessa markkinoinnin voi kohdentaa käyttäjän iän, sukupuolen, asuinalueen tai vaikka kiinnostuksen kohteen perusteella. Mainoskuva tai video voidaan liittää näkymään ennen kohderyhmää kiinnostavaa videota. (Vinkkejä videokampanjan valmisteluun 2018.) YouTubessa voisi siis kohdentaa markkinoinnin 15–19-vuotiaille miehille koko Suomen alueella. Markkinointi voisi tapahtua pääsääntöisesti YouTuben musiikki- ja urheilukanavilla. Pelin markkinoinnin tulisi kertoa, että peli on tarkoitettu kaiken tasoisille ruotsin kielen oppijoille, ja pelin tarina olisi niin vetovoimainen, että mainoksen katsoja kiinnostuisi aiheesta.

Muita keinoja tavoittaa peruskäyttäjä on saada sovellus suosituslistoille Google Play- ja App Store -sovelluskaupoissa. On eri tapoja saada sovelluksen sovelluskauppojen suosituslistoille, kuten saada runsaasti latauksia, hyvät arviot tai ostaa mainostilaa kohdistetusti sovelluskaupan sivuilta (Developers 2018). Kun haetaan sovellusta, se missä järjestyksessä sovellukset ovat, riippuu sovelluksen nimestä, avainsanoista, latausmääristä, arvosanasta ja esittelytekstistä (Go Fish Digital 2016). Avainsanoilla tarkoitetaan sanoja tai lauseita, jotka kuvaavat tuotetta parhaiten (Google Adwords ohjeet 2018a). Esimerkiksi Google Play voi aiemman lataushistorian perusteella suositella sovelluksia käyttäjälle tai markkinointi on kohdistettu käyttäjän profiiliin mukaisesti (Developers 2018). Google Display Network on yksi mahdollinen keino, millä tavoittaa peruskäyttäjä. Mainokset ovat sivustolle upotettuja bannereita, jotka muistuttavat perinteistä lehti- ja televisiomainontaa, mutta ovat digitaalisessa muodossa. (Oleg 2015.) Google Display Network -markkinointi perustuu siihen, että voidaan kohdistaa mainoksia aiempien sivustovierailuiden tai sukupuolen, iän ja asiasanojen yhteyteen, kuten urheiluun tai musiikkiin liittyen (Google Adwords ohjeet 2018b). Myös mobiilisovellusten sisällä voi mainostaa peruskäyttäjälle peliä, mutta se vaatisi enemmän tietoa siitä, että millaisia pelejä kohderyhmän edustajat pelaavat, jotta markkinoinnin saisi kohdennettua juuri oikeiden sovellusten sisälle (Google Adwords 2018).

Pelin arvolupauksena olisi, että käyttäjä oppii pelaamisen ohessa kielioppia ja sanastoa, jotka kohderyhmän mukaan olivat haastavia. Arvolupauksella pyritään lupaamaan käyttäjälle, että hyöty pelaamisesta on isompi kuin se haitta, mikä pelaamisesta tulee, kuten ajan käyttö.



Tarkempaan kohdennettuun markkinointiin vaatisi enemmän dataa käytettäväksi, kuin mitä tutkimuskyselyssä saatiin, kuten esimerkiksi millaisia pelejä kohderyhmä nyt pelaa. Televisiomainonnan kohdalta olisi tärkeää tietää, että mitä televisiokanavaa kohderyhmä katsoo ja mitä ohjelmaa, jotta markkinointia voisi kohdentaa tarkemmin kohderyhmälle.

Peruskäyttäjän voi tavoittaa monin eri markkinoinnin keinoihin ja usean eri kaavan kautta. Oikein valittu kanava ja tapa lähestyä peruskäyttäjää tuo peruskäyttäjän todennäköisemmin pelaajaksi eli asiakkaaksi.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön aiheena on oppimispelin käyttäjäprofiili ja markkinoinnin kohdentaminen liittyen Pelittääkö ruotsi -projektiin. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää toisen asteen ammatillisten perustutkinnon suorittavien opiskelijoiden ruotsin kielen oppimista, mielipiteitä liittyen oppimisasipeihin ja heidän käyttämiä eri digitaalisen median ja printtimedian kanavia.

Kysely lähetettiin satunnaisotannalla valittujen ammattioppilaitosten yhteyshenkilöiden kautta opiskelijoille. Suurin osa vastaajista opiskeli Vamiassa, jonka vuoksi tulokset analysoitiin luotettavuuden vuoksi Vamian opiskelijoiden kanssa ja ilman vamialaisia. Vastauksia vertailtiin rinnakkain ja vastauksista koostettiin peruskäyttäjä, jonka profiiliin mukaan suunniteltiin kohdennettua markkinointia.

Tulosten perusteella peruskäyttäjä on 15–19-vuotias miespuolinen henkilö, joka opiskelee ensimmäistä vuotta ammatillista perustutkintoa joko Vamiassa tai Savon ammatti- ja aikuisopistossa. Päivittäin hän käyttää Snapchattia ja YouTubea. Peruskäyttäjä kokee ruotsin kielen opiskelun olevan jotain hyödyllisen ja hyödyttömän väliltä. Hänen mielestään ruotsin kieli on melko haastavaa ja haastavinta siinä on kielioppi. Hän pelaa tietokonepelejä ja on pelannut aiemmin oppimisasipejä. Peruskäyttäjä on sitä mieltä, että oppimisasipeet ovat melko hyödyllisiä. Peruskäyttäjän profiiliin perusteella paras tapa tavoittaa peruskäyttäjä on kohdentaa markkinointi 15–19-vuotiaille mieshenkilöille, jotka ovat kiinnostuneet urheilusta ja musiikista Snapchatin tai YouTubeen eri kanavilla.

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan monipuolinen ja hieman haastava. Aluksi työmme oli laajuudeltaan suurempi kuin nyt, mutta onneksi rajasimme aiheen tarpeeksi ajoissa. Kun olimme saaneet aiheen kunnolla rajattua, aloimme melkein heti suunnittelemaan kyselyä. Kyselyn tekeminen sujui muuten melko hyvin, mutta välillä kysymyksiä piti pohtia pidempään, että kyselystä tulisi mahdollisimman tyhjentävä. Kysely lähetettiin hyvään aikaan, sillä koulua oli kerennyt olla jo jonkin aikaa, ja ensimmäisen vuodenkin opiskelijat olivat mahdollisesti päässeet jo opiskelemaan ruotsia. Kyselyyn tuli vastauksia todella hyvin siihen nähden, mitä odotimme niitä saavamme.

Opinnäytetyön tutkimuksen tulos, eli millainen on peruskäyttäjä, yllätti ehkä hiukan. Saimme vastauksia kyselyyn hyvin, ja yllättävää oli se, kuinka moni mies kyselyyn vastasi. Tämä on kuitenkin hyvä asia, sillä alun perin toimeksiantajamme olivat huolissaan varsinkin miespuolisista toisen asteen ammatillisen perustutkinnon suorittavista opiskelijoista. Koska miehet vastasivat kyselyyn niin hyvin ja peruskäyttäjämme on tulosten vuoksi mies, on oppimispeliä ehkä helpompi nyt markkinoida miehillekin. Hieman haastetta toi mukaan se, että Vamiasta tuli niin paljon vastauksia, sillä tämän vuoksi jouduimme jakamaan tulokset ja analysoinnin kahteen osaan. Vertaillessa vastauksia keskenään huomasi runsaasti samankaltaisuutta, ja loppujen lopuksi ei ollut suuria eroja peruskäyttäjämäärittelyissä.

Opinnäytetyön teoriaosuus oli suhteellisen helppo kirjoittaa, vaikka teoriaa oli välillä hieman haastavaa löytää, varsinkin oppimisasiin liittymisen. Teoriaa löytyi kuitenkin loppujen lopuksi ihan hyvin niin kirjastoista kuin internetistäkin. Itse työ sujui melko keveästi, sillä olemme molemmat kiinnostuneet aiheesta ja olemme molemmat opiskelleet markkinointia.

Tutkimusta oli todella mielenkiintoista ja opettavaista tehdä. Vaikka olemmekin markkinointia opiskelleet, opimme asiasta paljon, varsinkin sosiaalisen median hyödyntämisestä markkinoinnissa. Työtämme voisi halutessaan jatkaa vielä laajemmalle. Saman tutkimuksen voisi tehdä esimerkiksi peruskoululaisille, sillä ruotsi aloitetaan yleensä peruskoulussa, ja siihen voisi tueksi kehittää oppimispelin, joka on tarkoitettu juuri peruskoululaisille.

Opinnäytetyömme tutkimustulos on kapea läpileikkaus toisen asteen ammatillisten opiskelijoiden ruotsin kielen taidoista, motivaatiosta, siitä, mitä mieltä he ovat oppimisasiin, sekä median käytöstä. Tulokset ovat suuntaa antavia ja tutkimuksen tavoittaneen kohderyhmän tämänhetkinen mahdollinen yleistila, mutta eivät välttämättä pidä paikkaansa isommassa otannassa. Tuloksia voi jossain mittakaavassa hyödyntää pelin suunnittelussa sekä pelin markkinoinnissa, mutta jotta saataisiin tarkempia tuloksia, vaadittaisiin tarkempi kysely sekä pelin suunnitteluun käyttäjien mukaan ottaminen. Tarkemmassa kyselyssä kysyttäisiin tarkemmin esimerkiksi, millaisia pelejä pelaajat pelaavat juuri

nyt ja millaiset pelilliset ominaisuudet ovat toimivia. Kohderyhmän suosituin sosiaalinen media oli Snapchat, mutta tulevaisuudessa Snapchat on voitu syrjäyttää, joten erilaiset trendit pitäisi ottaa huomioon tarkemmassa kyselyssä. Mahdollinen jatkoprojekti pelin suunnittelun kannalta olisi ottaa pelin suunnitteluun mukaan pelin tulevat käyttäjät, eli pelisuunnittelijat suunnittelisivat pelin toisen asteen opiskelijaryhmän kanssa.

Opinnäytetyömme voi mahdollisesti toimia laukaisevana tekijänä tehdä tarkempi markkinointitutkimus toisen asteen opiskelijoille samasta aiheesta ja hyödyntää tarkemman tutkimuksen tuloksia markkinointiin ja pelisuunnitteluun.

## LÄHTEET

App Store 2018. Täysin uusi toteutus. Täysin uusi elämys. Viitattu 20.1.2018 <https://www.apple.com/fi/ios/app-store/>.

Big Bang Legends 2018. Lightneer Ltd. Kuvaleike.

Definition of 'Target Market' 2018. The Economic Times. Viitattu 7.1.2018 <https://economictimes.indiatimes.com/definition/Target-Market>.

Developers 2018. Marketing Tools. Viitattu 26.1.2018 <https://developer.android.com/distribute/marketing-tools/index.html>.

Ebrand Suomi Oy 2016. Some ja nuoret 2016. Viitattu 26.1.2018 <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/>.

Eettinen ennakoarviointi ihmistieteissä 2011. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Viitattu 6.1.2018 <http://www.tenk.fi/fi/eettinen-ennakoarviointi-ihmistieteissa>.

Ekapeli Alku 2018a. Lukimat. Viitattu 20.1.2018 <http://www.lukimat.fi/lukemisen/materiaalit/ekapeli/ekapeli-alku>.

Ekapeli Alku 2018b. Niilo Mäki Säätiö. Kuvaleike.

Elo, E. 2018. Aikuisten ”vaikuttajat” puuttuvat vielä markkinoilta. Kauppalehti 27.3.2018, 11.

End User 2018. TechTerms. Viitattu 6.1.2018 <https://techterms.com/definition/enduser>.

Go Fish Digital 2016. App Store Optimization - increase mobile app downloads with these 4 easy steps. Viitattu 26.1.2018 [https://www.YouTube.com/watch?v=Xf5uzu\\_LGYI](https://www.YouTube.com/watch?v=Xf5uzu_LGYI).

Google Adwords ohjeet 2018a. Google. Viitattu 26.1.2018 <https://support.google.com/adwords/answer/6323?hl=fi>.

Google Adwords ohjeet 2018b. Tietoja Google Display- verkosta. Google. Viitattu 25.3.2018 <https://support.google.com/adwords/answer/2404190?hl=fi>.

Google Adwords 2018. Tavoita asiakkaat internetissä ja sovelluksissa laitteesta riippumatta. Google. Viitattu 27.3.2018 [https://adwords.google.com/intl/fi\\_fi/home/how-it-works/display-ads/](https://adwords.google.com/intl/fi_fi/home/how-it-works/display-ads/).

Google Playn käyttö 2018. Google. Viitattu 20.1.2018 <https://support.google.com/googleplay/answer/4355207>.

Haaranen. A. 2015. Oppimispelit ja oppijan motivointi pelillistämisen avulla. Jyväskylän yliopisto. Tietojärjestelmätiede. Kandin tutkielma. Viitattu 30.3.2017 <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/47821/URN:NBN:fi:jyu-201511253809.pdf?sequence=1>.

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Gradu. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 25.3.2018 [http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius\\_ja\\_reliabiliteetti.pdf](http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf).

Jaako. 2017. Arvolupaus, verkkosivusi tärkein elementti?. Suomen Digimarkkinointi. Viitattu 27.3.2018 <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/arvolupaus-verkkosivusi-tarkein-elementti>.

Kaate, I. 2017. Snapchat-mainonta on saatavilla. Meillä. NYT!. Parcero. Viitattu 26.1.2018 <http://parcero.fi/snapchat-mainonta-saatavilla-meilla-nyt>.

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen – palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum Media Oy E-kirja. Viitattu 10.11.2017 <http://library.ellibs.com/login/?library=11964&&language=fi&book=978-952-14-2046-7>, Talentum verkkokirjahylly.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kangasniemi, H. 2017. Sanasto nettitelevisiion käyttäjille. Elisa. Viitattu 20.1.2018 [https://yksityisille.hub.elisa.fi/televisionasanasto/?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=jatkuva\\_ideat17](https://yksityisille.hub.elisa.fi/televisionasanasto/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=jatkuva_ideat17).

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2017. Kuluttaja-asiamies ja tubettajaverkostot torjuvat piilomainontaa. Viitattu 6.3.2018 <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/Tiedotteet/2017/kuluttaja-asiamies-ja-tubettajaverkostot-torjuvat-piilomainontaa/>.

Mediakompassi 2018. Kohderyhmä. Yle. Viitattu 20.1.2018 [http://vintti.yle.fi/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/7-luokkalaiset/mediataju/median\\_viestiopas/kohderyhma.htm](http://vintti.yle.fi/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/7-luokkalaiset/mediataju/median_viestiopas/kohderyhma.htm).

Kujala, S. 2006. Käyttäjakeskeinen suunnittelu. Systemityö 2/2006. Viitattu 20.1.2018 <http://www.pcuf.fi/sytyke/lehti/kirj/st20062/ST062-09A.pdf>.

Kuntaliitto 2017. Kuntien yhteystiedot ja vaakunat. Viitattu 13.9.2017 <https://www.kuntaliitto.fi/kunnat>.

Käyttäjäprofiilit ja persoonat 2017. Innokylä. Viitattu 20.1.2018 <https://www.innokyla.fi/web/malli111484>.

Laakso, M. 2012. Pelillisuus oppimisympäristönä. Kieliverkosto. Viitattu 29.3.2017 <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/40245/pelillisuus-oppimisymparistona.pdf?sequence=1>.

Lavas, I. 2014. Median määritelmät. City. Viitattu 20.1.2018 <https://www.city.fi/blogit/lavas/median+maaritelmat/125855>.

Levi, D. 2015. Mikä ihmeen somevaikuttaja? Wau. Viitattu 25.1.2018 <http://wau.fi/artikkelit/kuka-on-somevaikuttaja>.

Lummi, R. 2017. Lapin ammattikorkeakoulu. Lehtorin haastattelu. 1.12.2017.

Lummi, R. & Löfgren, E. 2016. Pelittääkö ruotsi nykynuoria? Tarinallinen peli helpottamaan siirtymistä ammatilliselta 2. asteelta ammattikorkeakouluun. Teoksessa T. Juurakko-Paavola (toim.) Ammatilliset ruotsin opettajat opetuksen kehittäjinä – Digitalisaatio ja yhteistyö fokuksessa. Tampere: Okka-säätiö, 111–116. Viitattu 29.3.2017 [http://www.okka-saatio.com/liitetiedostot/Amm.\\_ruotsin\\_opett.\\_kirja\\_2016.pdf](http://www.okka-saatio.com/liitetiedostot/Amm._ruotsin_opett._kirja_2016.pdf).

Marjalaakso, O. 2017. PolkaDot Studio Oy. Toimitusjohtajan haastattelu. 8.12.2017.

Marketing 2018. Harvard Business School. Viitattu 6.1.2018 <https://www.hbs.edu/faculty/units/marketing/Pages/default.aspx>.

Mobiilisovellukset 2018. Sanoma. Viitattu 20.1.2018 <https://sanoma.fi/tietoa-meista/tietosuojatuotekohtaiset-tarkennukset/mobiilisovellukset/>.

Mäntyniemi, S. 2017. Big Bang Legends – hiukkasfysiikan oppimispeli lapsille. Mediakasvatus. Viitattu 20.1.2018 <https://www.mediakasvatus.fi/materiaali/big-bang-legends-hiukkasfysiikan-oppimispeli-lapsille/>.

Oleg 2015. 4 vinkkiä tehokkaaseen Display-mainonnan aloittamiseen. Suomen Digimarkkinointi. Viitattu 25.3.2018 <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/4-vinkkia-tehokkaan-display-mainonnan-aloittamiseen>.

Opetushallitus 2015. Ammatillisten perustutkintojen perusteiden toimeenpano ammatillisessa peruskoulutuksessa. Oppaat ja käsikirjat 2015:10. Helsinki: Opetushallitus. Viitattu 21.4.2018 [http://www.oph.fi/download/168861\\_ammattillisten\\_perustutkintojen\\_perusteiden\\_toimeenpano\\_ammattillisessa\\_peruskoulutuksessa.pdf](http://www.oph.fi/download/168861_ammattillisten_perustutkintojen_perusteiden_toimeenpano_ammattillisessa_peruskoulutuksessa.pdf).

Opintopolku 2018a. Ammatillinen koulutus. Viitattu 6.1.2018 <https://opintopolku.fi/wp/ammattillinen-koulutus/>.

Opintopolku 2018b. Lukio. Viitattu 6.1.2018 <https://opintopolku.fi/wp/lukio-2/>.

Opintopolku 2017. Koulutuksia. Viitattu 13.9.2017 [https://opintopolku.fi/app/#!/haku/\\*?page=1&articlePage=1&organisationPage=1&itemsPerPage=25&sortCriteria=0&facetFilters=teachingLangCode\\_ffm:FI&facetFilters=educationType\\_ffm:et01.03&facetFilters=prerequisites:at&tab=los](https://opintopolku.fi/app/#!/haku/*?page=1&articlePage=1&organisationPage=1&itemsPerPage=25&sortCriteria=0&facetFilters=teachingLangCode_ffm:FI&facetFilters=educationType_ffm:et01.03&facetFilters=prerequisites:at&tab=los).

Oppimispelit 2013. Ammattipeda. Edu. Viitattu 6.1.2018 <http://www10.edu.fi/ammattipeda/?sivu=oppimispelit>.

Palomäki, R. & Rautanen, P. 2014. Pelaamiseen käytetty aika vastaa jo toista peruskoulua. Yle 5.2.2014. Viitattu 6.1.2018 <https://yle.fi/uutiset/3-7069095>.

PolkaDot Studio Oy 2018. Kauppalehti. Viitattu 20.1.2018 <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/polkadot+studio+oy/28205606>.

Qvist, P. 2015. Viihdepeleillä digiloikka kielten oppimiseen. Kieliverkosto. Viitattu 6.1.2018 <https://www.kieliverkosto.fi/fi/article/viihdepeleilla-digiloikka-kielten-oppimiseen>.

Saarenpää, H. 2009. Johdatusta oppimispelien ja pelaamalla oppimisen maailmoihin. Pelitieto – Pelien peruskurssi. Viitattu 6.1.2018 <https://pelitieto.net/oppimispelit-ja-hyotypelaaminen/>.

Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Helsinki: Infor.

Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö 2010. Tilastokeskus. Viitattu 20.1.2018 [https://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi\\_2010\\_2010-10-26\\_kat\\_003\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html).

Vamia 2018. Vamia – työelämää varten. Viitattu 1.3.2018 <http://vamia.fi/vamia/>.

Viestintaliitto 2018. Pelien onnistunut markkinointi. Viitattu 26.3.2018 <http://viestintaliitto.fi/pelien-onnistunut-markkinointi/>.

Viitala, S. 2018. Tamperelainen WordDive menestyy- miten se eroaa perinteisestä opiskelusta? Aamulehti 23.1.2018. Viitattu 20.1.2018 <https://www.aamulehti.fi/videot/tamperelainen-worddive-menestyy-miten-se-eroaa-perinteisesta-opiskelusta/450571C7>.

Vinkkejä videokampanjan valmisteluun 2018. YouTube. Viitattu 21.1.2018 [https://www.YouTube.com/intl/fi\\_ALL/yt/advertise/running-a-video-ad/#want-to-reach](https://www.YouTube.com/intl/fi_ALL/yt/advertise/running-a-video-ad/#want-to-reach).

WordDive 2018.WordDive. Kuvaleike.



## LIITTEET

- Liite 1      Kontaktointisähköposti oppilaitoksiin
- Liite 2      Tutkimuskysely
- Liite 3      Tutkimuskyselyn avoimet vastaukset



**Aihe:** Tutkimuskysely: Pelittääkö ruotsi?

Hei

Olemme Lapin ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden liiketalouden opiskelijat Anna Taurainen ja Virve Tolonen. Teemme opinnäytetyötä liittyen oppimispelien käyttäjäprofiilin määrittelyyn ja markkinoinnin kohdentamiseen. Kyselytutkimuksemme aiheena on 2. asteen ammatillisten opiskelijoiden ruotsin kielen taso ja oppimispelien käyttäminen. Toimeksiantajina työssä toimivat ruotsin kielen lehtorit Raija Lummi ja Eriika Löfgren. Opinnäytetyönohjaajana toimii Lapin ammattikorkeakoulun markkinoinnin ja digitaalisen liiketoiminnan lehtori Mika Saloheimo.

Valitsimme satunnaisotannalla Opintopolku.fi- sivustolta 2. asteen ammatillisista oppilaitoksista koulut, joille kyselyt lähetetään. Pyytäisimme valittujen koulujen yhteyshenkilöitä ilmoittamaan, voisiko koulunne osallistua kyselyyn ja välittämään tämän sähköpostin opiskelijoille, jos osallistuminen sopii.

Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastaajia voida tunnistaa. Tietoja ei luovuteta kolmannelle osapuolelle eikä käytetä markkinointiin.

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan Super -lahjakortti. (<https://www.gogift.com/fi-FI/>)

Linkki kyselyyn: <https://www.webropolsurveys.com/S/C7407872B8BEAB35.par>

Kyselyn vastausaika on 1.10-31.10.2017

**Tutkimukseen valitut oppilaitokset:**

Ammattiopisto Lappia

Etelä-Kymenlaakson ammattiopisto

Forssan ammatti-instituutti

Harjun oppimiskeskus

Ingmanedu Kulttuurialan ammattiopisto

Jyväskylän ammattiopisto

Jämsän ammattiopisto

Järviseudun ammatti-instituutti

Kalajoen ammattiopisto

Kauppiaitten Kauppaoppilaitos  
Kelloseppäkoulu  
Koulutuskeskus Salpaus  
Kouvolan seudun ammattiopisto  
KSAO Aikuisopisto  
Nivalan ammattiopisto  
Oulun seudun ammattiopisto, OSAO  
Pelastusopisto  
Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopisto  
Porin taidekoulu  
Savon ammatti- ja aikuisopisto  
Suomen Kansallisoopperan balettioppilaitos  
Suupohjan ammatti-instituutti  
Tampereen palvelualan ammattiopisto  
Tampereen seudun ammattiopisto Tredu  
Turun ammatti-instituutti  
Vakka-Suomen oppisopimustoimisto Vamia

Ystävällisin terveisin

**Virve Tolonen & Anna Tauriainen** Tradenomi-  
opiskelijat



## Pelittääkö ruotsi?

Tutkimme tällä kyselyllä 2. asteen opiskelijoiden ruotsin kielen tasoa ja kiinnostusta käyttää oppimispelejä. Vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastaajia voida tunnistaa. Tietoja ei luovuteta kolmannelle osapuolelle eikä käytetä markkinointiin. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan Super -lahjakortti.

Tutkimuksen tuloksia käytetään Lapin ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoiden Virve Tolosen ja Anna Tauriaisen opinnäytetyön taustamateriaalina. Toimeksiantajina työssä toimivat ruotsin kielen lehtorit Raija Lummi ja Eriika Löfgren. Opinnäytetyönohjaajana toimii Lapin ammattikorkeakoulun markkinoinnin ja digitaalisen liiketoiminnan lehtori Mika Saloheimo.

---

### 1. Ikä? \*

Alle 15- vuotiaiden vastauksia ei käsitellä

- Alle 15- vuotiaat
- 15 -16- vuotiaat
- 17 - 19- vuotiaat
- Yli 19- vuotiaat

### 2. Vastaajan sukupuoli? \*

- Mies
- Nainen
- Muu

### 3. Paikkakunta? \*

Paikkakunta missä asut

- Alajärvi
- Alavieska
- Alavus
- Asikkala
- Askola
- Aura
- Brändö
- Eckerö
- Enonkoski
- Enontekiö
- Espoo
- Eura
- Eurajoki
- Evijärvi
- Finström
- Forssa
- Föglö
- Geta
- Haapajärvi
- Haapavesi
- Hailuoto
- Halsua
- Hamina
- Hammarland
- Hankasalmi
- Hanko
- Harjavalta
- Hartola



- Hattula
- Hausjärvi
- Heinola
- Heinävesi
- Helsinki
- Hirvensalmi
- Hollola
- Honkajoki
- Huittinen
- Humpila
- Hyrynsalmi
- Hyvinkää
- Hämeenkyrö
- Hämeenlinna
- Ii
- Iisalmi
- Iitti
- Ikaalinen
- Ilmajoki
- Ilomantsi
- Imatra
- Inari
- Inkoo
- Isojoki
- Isokyrö
- Janakkala
- Joensuu
- Jokioinen

- Jomala
- Joroinen
- Joutsa
- Juuka
- Juupajoki
- Juva
- Jyväskylä
- Jämijärvi
- Jämsä
- Järvenpää
- Kaarina
- Kaavi
- Kajaani
- Kalajoki
- Kangasala
- Kangasniemi
- Kankaanpää
- Kannonkoski
- Kannus
- Karijoki
- Karkkila
- Karstula
- Karvia
- Kaskinen
- Kauhajoki
- Kauhava
- Kauniainen
- Kaustinen

- Keitele
- Kemi
- Kemijärvi
- Keminmaa
- Kemiönsaari
- Kempele
- Kerava
- Keuruu
- Kihniö
- Kinnula
- Kirkkonummi
- Kitee
- Kittilä
- Kiuruvesi
- Kivijärvi
- Kokemäki
- Kokkola
- Kolari
- Konnevesi
- Kontiolahti
- Korsnäs
- Koski Tl
- Kotka
- Kouvola
- Kristiinankaupunki
- Kruunupyy
- Kuhmo
- Kuhmoinen

- Kumlinge
- Kuopio
- Kuortane
- Kurikka
- Kustavi
- Kuusamo
- Kyyjärvi
- Kärkölä
- Kärsämäki
- Kökar
- Lahti
- Laihia
- Laitila
- Lapinjärvi
- Lapinlahti
- Lappajärvi
- Lappeenranta
- Lapua
- Laukaa
- Lemi
- Lemland
- Lempäälä
- Leppävirta
- Lestijärvi
- Lieksa
- Lieto
- Liminka
- Liperi

- Lohja
- Loimaa
- Loppi
- Loviisa
- Luhanka
- Lumijoki
- Lumparland
- Luoto
- Luumäki
- Maalahti
- Maarianhamina
- Marttila
- Masku
- Merijärvi
- Merikarvia
- Miehikkälä
- Mikkeli
- Muhos
- Multia
- Muonio
- Mustasaari
- Muurame
- Mynämäki
- Myrskylä
- Mäntsälä
- Mänttä-Vilppula
- Mäntyharju
- Naantali

- Nakkila
- Nivala
- Nokia
- Nousiainen
- Nurmes
- Nurmijärvi
- Närpiö
- Orimattila
- Oripää
- Orivesi
- Oulainen
- Oulu
- Outokumpu
- Padasjoki
- Paimio
- Paltamo
- Parainen
- Parikkala
- Parkano
- Pedersören kunta
- Pelkosenniemi
- Pello
- Perho
- Pertunmaa
- Petäjävesi
- Pieksämäki
- Pielavesi
- Pietarsaari

- Pihtipudas
- Pirkkala
- Polvijärvi
- Pomarkku
- Pori
- Pornainen
- Porvoo
- Posio
- Pudasjärvi
- Pukkila
- Punkalaidun
- Puolanka
- Puumala
- Pyhtää
- Pyhäjoki
- Pyhäjärvi
- Pyhäntä
- Pyhäranta
- Pälkäne
- Pöytyä
- Raahе
- Raasepori
- Raisio
- Rantasalmi
- Ranua
- Rauma
- Rautalampi
- Rautavaara

- Rautjärvi
- Reisjärvi
- Riihimäki
- Ristijärvi
- Rovaniemi
- Ruokolahti
- Ruovesi
- Rusko
- Rääkkylä
- Saarijärvi
- Salla
- Salo
- Saltvik
- Sastamala
- Sauvo
- Savitaipale
- Savonlinna
- Savukoski
- Seinäjoki
- Sievi
- Siikainen
- Siikajoki
- Siikalatva
- Siilinjärvi
- Simo
- Sipoo
- Siuntio
- Sodankylä



- Soini
- Somero
- Sonkajärvi
- Sotkamo
- Sottunga
- Sulkava
- Sund
- Suomussalmi
- Suonenjoki
- Sysmä
- Säkylä
- Taipalsaari
- Taivalkoski
- Taivassalo
- Tammela
- Tampere
- Tervo
- Tervola
- Teuva
- Tohmajärvi
- Toholampi
- Toivakka
- Tornio
- Turku
- Tuusniemi
- Tuusula
- Tyrnävä
- Ulvila

- Urjala
- Utajärvi
- Utsjoki
- Uurainen
- Uusikaarlepyy
- Uusikaupunki
- Vaala
- Vaasa
- Valkeakoski
- Valtimo
- Vantaa
- Varkaus
- Vehmaa
- Vesanto
- Vesilahti
- Veteli
- Vieremä
- Vihti
- Viitasaari
- Vimpeli
- Virolahti
- Virrat
- Vårdö
- Vöyri
- Ylitornio
- Ylivieska
- Ylöjärvi
- Ypäjä

- Ähtäri
- Äänekoski
- Muu

**4. Mitä opiskelet? \***

- Ammatillinen perustutkinto
- Kaksoistutkinto
- Muu
- \_\_\_\_\_

**5. Missä koulussa opiskelet?**

- Ammattiopisto Lappia
- Etelä-Kymenlaakson ammattiopisto
- Forssan ammatti-instituutti
- Harjun oppimiskeskus
- Ingmanedu Kulttuurialan ammattiopisto
- Jyväskylän ammattiopisto
- Jämsän ammattiopisto
- Järvisseudun ammatti-instituutti
- Kalajoen ammattiopisto
- Kauppiaitten Kauppaoppilaitos
- Kelloseppäkoulu
- Koulutuskeskus Salpaus
- Kouvolan seudun ammattiopisto
- KSAO Aikuisopisto
- Nivalan ammattiopisto
- Oulun seudun ammattiopisto, OSAO



**8. Millaiseksi koet ruotsin opiskelun? \***

- Erittäin hyödylliseksi
- Melko hyödylliseksi
- Jotain siltä väliltä
- Melko hyödyttömäksi
- Erittäin hyödyttömäksi

**9. Koetko ruotsin kielen helpoksi vai haastavaksi? \***

- Haastava
- Melko haastava
- Jotain siltä väliltä
- Melko helppo
- Helppo

**10. Millaiseksi koet oman ruotsin kielen taitosi? \***

En osaa sanoa   Välttävä   Tyydyttävä   Hyvä   Kiitettävä   Erinomainen

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kirjallinen osaaminen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suullinen osaaminen   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**11. Jos koet ruotsin kielen haastavaksi, mitkä asiat sinusta ovat haastavia?**

Voi valita monta eri vaihtoehtoa

- Kielioppi
- Sanasto
- Suullinen
- Muu
- 

---

**12. Mikä motivoi sinua oppimaan ruotsia?**

- Halu oppia
- Parantaa työmahdollisuuksia
- Mikään ei motivoi

Muu

---

- En osaa sanoa

**13. Harrastatko pelaamista?**

- Konsolipelit
- Mobiilipelit
- Tietokonepelit

Muu

---

- En pelaa

**14. Oletko aiemmin pelannut oppimispelejä?**

Oppimispeleillä tarkoitetaan pelejä, joilla opetellaan esim. kieliä pelaamisen avulla.

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

**15. Valitse sopiva vastaus väittämään \***

	Vahvasti samaa mieltä	Melko sama mieltä	Jotain siltä väliltä	Melko eri mieltä	Vahvasti eri mieltä	En osaa sanoa	En ole pelannut
Oppimispelit ovat hyödyllisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppimispelit motivoivat oppimaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppimispelit mataloittavat kynnystä oppia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppimisleillä on hyvä kerrata opittuja asioita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppimispelit ovat mukavaa ajanvietettä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**16. Kerro millainen olisi mielestäsi hyvä oppimispeli?**

---

---

---

2000 merkkiä jäljellä

**17. Mitkä asiat sinua kiinnostavat?**

Voi valita useita vaihtoehtoja

 Urheilu Metsästys ja kalastus

Kauneus ja terveys

Historia

Poliittika

Perhe

Pelaaminen

Musiikki

Fitness

Elokuvat

Muu

---

**18. Mitä sosiaalisia medioita käytät ja kuinka usein? \***

Päivittäin Viikottain Kuukausittain Harvemmin En ollenkaan En osaa sanoa

Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snabchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Google+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19. Mitä medioita käytät ja kuinka usein?**

Päivittäin Viikottain Kuukausittaan En ollenkaan En osaa sanoa



Tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paperinen lehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E- lehdet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**20. Käytätkö jotain suoratoistopalvelua ja kuinka usein? \***

	Päivittäin	Viikottain	Kuukausittain	En käytä	En osaa sanoa
Netflix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viaplay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
HBO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CMore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruutu+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katsomo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yle Areena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**21. Millä laitteella käytät internetiä eniten? \***

- Televisio
- Kännykkä
- Tietokone
- Tabletti
- Jokin muu

**22. Kun lataat puhelimeen / tablettiin uusia sovelluksia, mistä saat tiedon niistä ja kuinka tärkeä perustelu on sinulle?**

Tärkeää En osaa sanoa Ei tärkeää

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AppStore / Google play top listat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mainos *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvostelu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaveri suositteli *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu syy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**23.** Jos haluat osallistua arvontaan, jätä yhteystiedot. Vastauksia ei yhdistetä henkilötietoihin.

Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Etunimi \_\_\_\_\_

Sukunimi \_\_\_\_\_

Matkapuhelin \_\_\_\_\_

Sähköposti \_\_\_\_\_



- nnnnnnnnnn
- emt
- emt
- no älä saatana semmosta tee ko niistä ole mitää hyötyä
- joku joka ei olisi niin lapsellinen
- no älä semmosta tee ko niistä ole mitää hyötyä
- sellanen jossa jää mieleen jotain kun on lopettanut peli pelaamisen.
- 
- Sellainen peli jossas kyselläisiin sanoja ja sinun pitäisi vastata niihin.
- semmonen jossa puhutaan ruotsia tai englantia
- En osaa sanoa
- emt
- en tiedä
- Sellainen missä on monipuolisesti erilaisia tehtäviä
- En osaa sanoa
- en.
- Moottoritulassa tulisi tarkistaa nesteiden määrä säännöllisesti. Tärkeimpiä ovat moottoriöljyn taso, jäähdytysnesteen taso ja jarrunesteen taso. Myös ohjaustehostimen hydraulioöljyn ja tuulilasin pesunesteen (pissapoika) määrä pitää tarkistaa, mutta niillä ei ole auton toimivuuden kannalta yhtä suurta vaikutusta kuin muilla. Joissakin autoissa nestesäiliöt ovat vaaleaa, läpinäkyvää muovia, joista nesteen tason voi nähdä avaamalla säiliön kantta. Tällaisten säiliöiden kanssa tulisi noudattaa tiettyä varautumista, sillä joskus neste voi jättää säiliön seinään rajan ja vähentyä sen jälkeen, jolloin ulospäin näyttäisi kaikki olevan kunnossa. Kannattaa ainakin heiluttaa säiliötä hieman, jolloin nesteen todellisen tason näkee.

Jos autossa on liian vähän moottoriöljyä, jäähdytysnestettä tai jarrunestettä, sillä ei ehdottomasti voi ajaa, ennen kuin nesteitä on lisätty!

Talvella on syytä pitää huolta, että jäähdytysnesteen ja tuulilasin pesunesteen pakkasenkesto on riittävä luokkaa, myös öljyt voivat olla talvikäytössä ohuempia joissakin autoissa. Ohjaustehostimen hydraulioöljyn tulee olla myös talvikäyttöön sopivaa.

Renkaiden paineet kannattaa tarkistaa ainakin kerran kuukaudessa. Väärät paineet voivat nostaa kulu- tusta, kuluttaa renkaita epätasaisesti ja muuttaa auton ohjattavuutta, joka on turvallisuusriski. Jos au- tossa käytetään kesällä alumiinivanteita on syytä huomioida, että vararenkaaseen on sopivat pultit/mut- terit autossa mukana.

- Oppimispelit ovat turhia, pidetään oppimiset oppimisena ja pelit peleinä.
- en osaa sanoa
- En tiedä ?
- Monipuolinen
- Hyvä oppimispeli olisi semmoinen, jossa tehtävät vaihtelisivat. Ettei tulisi tylsää.
- peli jossa on jonkinlainen tarina joka motivoi pelaajaa pelaamaan lisää
- Pulmanratkonta peli, jossa kieltä tarvitaan selvittämään erilaisia pulmia. Peli täytyy olla mekaanisesti toimiva ja pulmien pitäisi olla sopivan haastavia. Escape Room tapainen.
- Jäättee on tavallisesti lasista juotavaa kylmää teetä. Se saatetaan maustaa mintulla ja sitruunalla sekä makeuttaa sokerilla. Tavallisesti jäättee valmistetaan Ceylonin teestä.
- jonkin sortin tasohyppelypeli
- -----
- ?
- Semmonen joka ei ole tylsä
- efqerfqrqr
- sellainen joka ei ole liian lapsellinen
- Kaikki tietokonepelit missä on eri kieliä
- en tiedä
- Semmoinen millä oppii
- Joku hyvä peli missä olisi erilaisia ulkomaankielisiä sanoja/ulkomaan kielinen
- siinä oppisi
- CS
- en osaa sanoa

- 
- 
- Paras tapa on laittaa kieli ruotsiksi johonkin oikeaan peliin
- en tiedä
- En tiedä, en ole ennen pelannut.
- ei mitään hajua
- Missä lentää veri ja suolenpätkät, samalla kun ruotsalaislapset huutavat henkensä puolesta, mutta siitä ei ole hyötyä kun vedät esiin liekinheittimen...
- Mahdollisimman realistinen
- esimerkiksi WordDive oli itsellä käytössä ylioppilaskirjoituksissa joten näkisin sen myös hyvänä vaihtoehtona ruotsin opiskelussa. Pelin tulisi olla motivoiva ja tavoitteiden selkeitä sekä realistisia.
- Selkeä sanasto jako. Monipuolisia harjoituksia esim. kirjoitus ja kuuntelu tehtäviä. Saa omalle äidinkielelle.
- Kiva
- paskatpelit
- Omalla kohdalla ainakin (tässä tapauksessa kylläkin englanninkieli) perus seikkailupelit, pulmanratkontapelit ja muut, joissa eri kieliä käytetään pelissä itsessään. Esimerkiksi jos peli on englanniksi, siitä oppii helposti peliin liittyvää uutta sanastoa. Hyvänä esimerkkinä toimii myös Assassin's Creed -toiminta-seikkailupelisarja, jonka avulla oppinut historiasta ja muiden maiden kaupungeista ja nähtävyyksistä jne. Eli lyhyesti: kiinnostavaan peliin sulautetaan tietoa (kieliä, historiaa, fysiikkaa jne.), joka esimerkiksi auttaa pelissä eteenpäin. Tämä kannattaa myös tehdä niin, että tieto jää mieleen (tekemällä tästä osasta peliä tunteita herättävän, esimerkiksi vihaa tai surua).
- Perehtyisi perusasioihin
- En tiiä
- Jossa käydään paljon sanastoa ja harjoitellaan suullista puolta esimerkiksi. " Äänittämällä puheensa ja peli korjaa väärät kohdat ja antaa palautetta.
- Omaan ammattiin liittyvä
- Tasohyppelypeli
- en tiiä
- Visuaalisesti miellyttävä, helppo käyttää, käytännönläheinen, hauska
- Sellainen, missä on vähän haastetta, ja siinä tulisi ajatella enemmän kuin perus "valitse oikea vastaus näistä kolmesta vaihtoehdosta", koska sanat ovat joko liian samanlaisia kirjoitusasultaan, tai ne ovat liian todennäköisiä erottaa toisistaan. Itse en ole kokenut keräilypelejä hyödyllisiksi, koska keskityn enemmän keräämään timantteja kuin oppimaan sanoja tai lauseita.
- Joka sopii aiheeseen
- entiedä
- Ei ole.
- Joka on hyvä ja ei mikään 10-Vuotiaille tarkotettu
- mikä vitun oppimispeli
- Ei ole
- sellainen mitä olisi kiva pelata
- Ei tule mieleen.
- semmone missä oppii jotaki
- mofos.com
- semmone jossa oppii kunnolla
- kahoot it
- .....
- hyvä
- semmone missä voi tappaa toisia. ja ampua pyssyllä. ja pääsee leveleitä
- En oikein osaa sanoa tähän mitään, mutta sellainen missä olisi hyvin yksinkertainen käyttö ja jossa olisi aika ja oikeita vastauksia jotka pitäisi yhdistää kysymyksen tai sanan kohdalle.
- kynäri
- call of duty modern warfare tai NHL 18.
- emt
- ei ole ruotsi on paskaa...
- Hyvää oppimispeliä on mahdotonta tehdä. Kaikilla on omat tavat, miten oppia, joten tämä tällainen "oppimispeli" ei tulisi kattamaan kaikkia tapoja, jolla eri ihmiset oppivat.
- Itse olen käyttänyt puhelimella mm. Memrise-appia. Memrisellä periaatteessa opetellaan hyvin pienissä osissa uusi kieliä pienten "muistipelien" muodossa. Sanaston kartuttamisessa (ja venäjän kielessä kyrillisten aakkosten opettelussa) sovellus oli kätevä ja palkitsevakin.

- Puhelin olisi mielestäni paras alusta muillekin oppimispelille. Vapaa-ajalla voi helposti viettää päivittäin pari minuuttia asioiden kertaamiseen, vaikka bussissa tai välitunnilla.
- Sellainen josta jää asiat hyvin muistiin.
  - Jolla on hyvä kerrata ja oppia uusia asioita, ja oppis muistamaan ne hyvin.
  - en tiää
  - cs go
  - entiiä
  - en tiää
  - en tiedä
  - en osaa sanoa
  - sanapeli
  - ...
  - en osaa sanoa
  - entiiä
  - Hyödyllisiä sanoja
  - yhdistämis peli
  - En osaa sanoa.
  - -
  - Peli joka olisi tehty myös viihdyttämään, eikä tyrkyttämään täyttä oppimäärää naamalle kokoajan. Sunnittelijoita mukaan myös pelialalta eikä ainoastaan pedagogiikan virkaintoisia kääpiöitä.
  - En tiedä
  - en tiää
  - Yksinkertainen
  - en osaa sanoa :)
  - humoristinen ja koukuttava.
  - Mielenkiintoinen, juonellinen?
  - en tiää
  - Sellane misä oppii ja ei oo täynnä turhaa kakkaa
  - Semmoset jotka ie ole tylsiä
  - Sellainen joka on hyvä muutenkin kuin vain oppimisen kannalta
  - Sellainen missä ei stressaannu.
  - Toimintapeli joka olisi vaikka ruottiksi
  - Pelin vaikeusaste vaihtelee sen ukaan mitä oikeasti osaa.
  - Kielioppi asiat
  - Memrise
  - Opettavainen
  - Muistipelin tapainen
  - jaa-a
  - Semmoinen missä saisi itse päättää kuinka peli menee
  - sellanen hyvä
  - avoin mieli uusille asioille
  - ei pahaa
  - Oppimispeli jossa on paljon kielioppia, sanoja, ta tekemistä
  - ei mikään
  - jag har ingen öning
  - Riittävän monipuolinen ja visuaalisesti houkutteleva
  - Hyvät grafiikat, useita erilaisia tehtäviä.
  - -
  - -
  - quizlet
  - Paljon sanastoa, arkipäiväisiä tilantita, joihin opetellaan esim reagoimaan. Motivointia ja kannustusta, kun pelissä etenee.
  - Sellainen jossa ruotsinkieli kehittyisi ja oppisi puhuman ruotsia sujuvasti.
  - Joku sanojen yhdistely peli?
  - Vaikea sanoa, joku mielenkiintoinen ja "koukuttava".
  - Ristikot
  - Inspiroiva

- Sellainen jota voi halutessaan pelata joko nopeasti vähän kerrallaan tai halutessaan tahkoa pidempään.
- dunno
- sellainen joka saa pidettyä mielenkiintoa yllä enemmän kuin pari päivää. Tarpeeksi lyhyitä harjoituksia ettei tarvi silmät ristissä tuijottaa puhelinta kun sitä tulee nykypäivänä tehtyä jo ihan tarpeeksi.
- En osaa sanoa.
- en muista sen nimeä mutta ala-asteella oli joku oppimispeli
- Peli, joka opettaa tehokkaasti uutta HYÖDYLLISTÄ sanastoa.
- Sellainen josta oppisi.
- sanasto peli
- Minecraft
- En osaa nyt näin äkkiseltään sanoa, mutta sellainen jossa eteneminen vaatii kielen osaamista.
- Emmä oikee tiiä.
- Ne o useinmite iha turhia
- entiiä
- Sen pitää olla meilen kiintoine ei sellainen, joka on tehty kahdessa päivässä.
- Aika ikävää kysellä näin hurjia kysymyksiä
- Sellainen joka on opettava mutta huumorinen.
- koulu kiusaamis simalaattori
- WordDive-erinomainen. Tosin olen opetellut sen avulla vasta englantia. Aion hyödyntää myös ruot-sissa.
- Sotapeli
- entiiä!
- entii
- en tiiä
- en osaa kyllä sanoa
- en tiedä mitään oppimispeliä.
- Ei mitään tietoo
- En osaa sanoa
- Hyvä juoni ja kiinnostavat hahmot, jotka pitää mielenkiinnon yllä. Esim. tarinapohjainen peli, jonka pelataksseen läpi täytyy tehdä erilaisia sanasto- tai kielioppitehtäviä. Ongelmana on mielenkiinnon pitäminen yllä, ilman että pelaaja kokee tehtävät turhauttaviksi.
- Hyvin tehty ja rakennettu peli.
- helppo ja hauska :)
- sellainen jolla oppii
- Miksi pitää pelata? Miksi ruotsi on pakollista? Ei kaikki tarvi ruotsi tulevaisuuteen. Parempi kun kielet olisi vapaavalintaisia niin voisi valita kielen mitä oikeasti tarvisi.
- Kahoot
- Sellainen hyvä oppimispeli, jossa saa valita vähintään kolme minua kiinnostavia oppiaineita. Ja sitä voi pelata missä tahansa, milloin tahansa, ja millä laitteilla tahansa.
- ilmainen
- kahoot
- En osaa sanoa...
- Valita toisesta kielestä suomen kielistä sanaa vastaava sana
- csgo ja lol
- semmonen hyvä
  
- emt
- Yksinkertainen
- yksinkertainen
- Mielenkiintoinen peli, jossa ei edes huomaisi opettelevansa kieltä
- EN TIEDÄ
- En tiedä.
- Duolingo
- semmoinen jossa käydään kirjassa käyneet jutut ja jossa voi harjoitella kokeeseen lukemista.
- Sellainen missä oppii helposti ja vaivattomasti
- Entiiä
- Missä opetetaan hyödyllisiä asiojta
- Semmone missä oppii
- Kynäri

- Cs
- Joo
- Alias
- Joku sanapeli
- Vaihtelevuutta. Sopivasti haastetta. Toistoja. Selkeä grafiikka.
- Jota voisi hyödyntää t6yöelämässä
- Kannustava
- sanakortit
- Sellainen missä opetellaan sanastoa koska jos osaa paljon sanoja niin on helpompi muodostaa lausetta.
  
- ihan hyvää
- Semmoinen että siinä on tasoja jotkut helppoja ja sitten vaikeitakin.
- en osaa sanoa
- Selkeä
- Opettavainen ja selkeä
- entierä
- Parempi on jos pelaa peliä joka on asetettu toiselle kielelle. Itse opettelin Englantia tällä tavoin lapsena (Silloin kaikki omistamani pelit olivat englanniksi) ja myöhemmin Venäjän tunteja käydessäni lukiossa (Jonka jätin kesken) opettelin Venäjän kieltä vaihtamalla tietokoneeni asetukset sekä pelien (Yleensä pelien joita en ollut pelannut aikaisemmin) tekstit Venäjäksi.
  
- Jos ihan kokonaan uudesta pelistä puhutaan jonka tarkoitus on oppia uutta, se voi olla hankalaa tiettyjen asioiden takia. Itse olen kyllä oppinut maantieteestä, biologiasta, kemiasta, fysiikasta ja historiasta todella paljon pelatessa, mutta se varmaan johtuu siitä että olen erittäin kova nörtti ja kiinnostun näistä asioista jos näen niiden toimivan jotenkin jossain pelissä, elokuvassa, sarjassa, kirjassa, yms.
- Entiedä
- Joku, jossa joutuu kertaamaan oppimiaan asioita ammatilliseen koulutukseensa liittyvässä tilanteessa, esim. merkonomeilla asiakaspalvelutilanne, yms.
- En tiedä.
- en tiedä.
- jaa-a....
- En osaa sanoa.
- emt
- joku simppele
  
-