

**VAASAN YLIOPISTO**  
**KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA**  
**MARKKINOINNIN LAITOS**

Katri Rutanen

**HYVÄ, PAHA NETTIPOKERI**

Laadullinen analyysi nettipokerin kokemuksellisesta kulutuksesta

Markkinoinnin  
pro gradu – tutkielma

**VAASA 2010**

<b>SISÄLLYSLUETTELO</b>	<b>sivu</b>
<b>KUVIOLUETTELO</b>	<b>5</b>
<b>TAULUKKOLUETTELO</b>	<b>5</b>
<b>TIIVISTELMÄ</b>	<b>7</b>
<b>1. JOHDANTO</b>	<b>9</b>
1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	11
1.2. Tutkimuksen näkökulma, rajaus ja rakenne	11
1.3. Tutkimusote	13
1.4. Nettipokeri tuotteena	14
1.5. Nettipokeripelien jaottelu kulutusluonteen mukaan	15
<b>2. KOKEMUKSELLINEN KULUTTAMINEN</b>	<b>17</b>
2.1. Kokemuksellisen kulutuksen määrittelyä	17
2.1.1. Hedonistinen ja utilitaristinen kulutuskäyttäytyminen	18
2.1.2. Kokonaisvaltainen kulutuskokemus	20
2.1.3. Holbrookin arvotyypit	23
2.2. Pelaaminen kokemuksellisena kulutusprosessina	28
2.2.1. Mitä pelaamisella tarkoitetaan?	29
2.2.2. Miten pelejä kulutetaan?	30
2.3. Motiivit pelien kulutuksessa	33
2.3.1. Pelaamisen saavutuksellisuuden motiivit	37
2.3.2. Pelaaminen sosiaalisena tapahtumana	38
2.3.3. Uppoutuminen peliin	39
2.3.4. Pelin riskit	43
2.3.5. Pelimotiivien kokeminen	44



<b>3. TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT</b>	<b>46</b>
3.1. Tutkimusmenetelmänä narratiivit	46
3.2. Aineiston hankinta	49
3.3. Aineiston analysointitapa	50
3.4. Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden arviointia	52
<b>4. NETTIPOKERIN KOKEMUKSELLISEN KULUTTAMISEN ULOTTUVUUDET</b>	<b>56</b>
4.1. Pelaajien tarinat	56
4.1.1. Päähenkilönä pelaaja	56
4.1.2. Tarinan näyttämö ja juoni	58
4.2. Nettipokerin hedonistiset ja utilitaristiset ulottuvuudet	60
4.2.1. Pelimerkkejä ja dollareita	62
4.2.2. Taidokasta valtapeliä	64
4.2.3. ”Se maailma vei mut mennessään”	70
4.2.4. ”Mä vaan tilttasin” – Tunteet pelissä	73
4.3. Nettipokerin kulutuksen elinkaari	77
4.3.1. ”Se oli niin kuin huumetta” – Ensikosketus nettipokeriin	78
4.3.2. Yksilöllisyys nettipokerin kulutuksessa	80
4.3.3. Nettipokeri ammattina	82
4.3.4. Game over!	84
<b>5. JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>86</b>
<b>LÄHDELUETTELO</b>	<b>90</b>
<b>LIITTEET</b>	<b>103</b>
Liite 1. Tarinoiden kertojat.	103
Liite 2. Pelipöytien visuaaliset ilmeet.	104
Liite 3. Pelipöytien näkymä ruudulla.	105
Liite 4. Tarinoissa esille tulleita täydennyskysymyksiä.	106



**KUVIOLUETTELO**

Kuvio 1: Kokonaisvaltaisen kulutuskokemuksen synty.	21
Kuvio 2: Pelin tasot privaattista julkiseen.	30
Kuvio 3: Csikszentmihalyin kokemuksen tyypittely haasteiden ja taidon mukaan.	42
Kuvio 4: Tarinan kulku.	47

**TAULUKKOLUETTELO**

Taulukko 1: Kokemuksen alueet.	23
Taulukko 2: Asiakasarvotyypit.	25
Taulukko 3: Pelaamisen motiiviluokittelun pää- ja alakomponentit.	36



---

**VAASAN YLIOPISTO****Kauppätieteellinen tiedekunta**

<b>Tekijä:</b>	Katri Rutanen
<b>Tutkielman nimi:</b>	Hyvä, paha nettipokeri – Laadullinen analyysi nettipokerin kokemuksellisesta kulutuksesta
<b>Ohjaaja:</b>	Pirjo Laaksonen
<b>Tutkinto:</b>	Kauppätieteiden maisteri
<b>Laitos:</b>	Markkinoinnin laitos
<b>Oppiaine:</b>	Markkinointi
<b>Linja:</b>	Yritysviestinnän painopistealue
<b>Aloitusvuosi:</b>	2007
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2010

Sivumäärä: 107

---

**TIIVISTELMÄ**

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on selvittää, mikä saa kuluttajan pelaamaan nettipokeria. Fenomenologis-hermeneuttiselle tieteenfilosofialle ominaisella tavalla pyritään tulkinnan kautta lisäämään ymmärrystä nettipokerin kuluttamisen syistä. Tutkielmaa ohjaa kuluttajan kokemuksellisen kuluttamisen näkökulma.

Tutkielma lähestyy aihetta rakentamalla esiymmärrystä kokemuksellisesta kulutuksesta. Kokemuksellisessa kuluttamisessa esille nousee kuluttamisen kokonaisvaltaisuus ja kulutuksesta saatavat arvot sekä motiivit, jotka ohjaavat kulutusta. Nettipokeripeli liitetään osaksi laajempaa pelaamisen kontekstia, jolloin teoreettisessa viitekehyksessä yhdistetään sekä pelitutkimuksen että kokemuksellisen kulutuksen tutkimuskentän aineksia.

Tutkimusaineisto koostuu narratiiveista, joiden päähenkilöinä nettipokerin pelaajat itse esiintyvät. Kertomuksia tarkastellaan sisällönanalyysin viitoittamana. Aineistosta pyritään kokemusten ääripäiden kautta löytämään syitä nettipokerin kulutukseen. Narratiivit paljastavat nettipokerin kokemusten subjektiivisuuden ja arvojen ristiriitaisuuden. Tutkimus osoittaa nettipokerin kulutuskokemuksesta saatavan niin hedonistisia arvoja kuin utilitaristisia hyötyjä. Pelaamisen elinkaaren aikana pelaajan motiivit pelata nettipokeria muuttuvat. Tutkimus lisää ymmärrystä nettipokerin kulutuksen elinkaaren kehityksestä – sen aloittamisesta viimeiseen pelikertaan.

---

**AVAINSANAT:** kokemuksellisuus, Holbrook, arvotyypit, motiivit, pelaaminen, nettipokeri





## 1. JOHDANTO

Jokainen on joskus elämänsä aikana pelannut tai leikkinyt. Leikkiminen on lapsen kehityksen kannalta tärkeä osa aikuiseksi kasvamista. Pelaamista ja leikkimistä ei pidetä kuitenkaan vain lasten etuoikeutena, vaan pelaamisesta ja pelillisyydestä on tullut merkittävä osa kulttuuriamme, joka jatkuu nuoruudesta aikuisikään saakka. Kuten pelitutkija Markku Eskelinen on sanonut (2005: 3), pelit eivät ole vain ajanvietettä, vaan ne ovat entistä suurempana osana elinympäristöämme. Pelaaminen ja pelillisuus liittyvät erottamattomasti viihde- ja elektroniikkateollisuuden kehitykseen, viestintään ja oppimiseen. Etenkin tietokone- ja videopelit ovat nousseet ”reuna-alueelta” yhdeksi viihdeteollisuuden taloudellisesti merkittävimmäksi osa-alueeksi (Kangas 1999). Yhdeksi maailmanlaajuisesti suosituimmaksi tietokonepeliksi on nimetty nettipokeri. Kyseessä on interaktiivinen pokeripeli, jota voidaan pelata Internetissä ilmaiseksi tai rahasta muita pelaajia vastaan (Stakes 2007 a).

Nettipokerin suosio näkyy kaikkialla. Ulkomaiset rahapeliyhtiöt ulottavat palvelujensa markkinoinnin lehdistön ja television kautta Suomeen. Televisiossa erilaisten pelisivustojen mainoksia tahdittaa Lady Gagan "Pokerface", uusille innokkaille pelaajille tarjotaan kauppojen hyllyillä erilaisia aloittelevien pelaajien opaskirjoja ja ammattilaislehdissä kerrotaan, miten pokerista voi luoda itselleen ammatin. Suomalainen menestyjä Patrik Antonius on kääriyt pokeriurallaan turnauksista lähemmäs kolme miljoonaa dollaria (voitot lasketaan dollareissa ulkomaisten pelitilien takia). Pelit hän aloitti muun muun tapaan opiskelujen ohella muutamalla sadalla yhdysvaltain dollarilla, josta kasvoi muutamassa kuukaudessa 20 000 dollarin potti. (Antonius 2009.)

Markkinointiviestinä on; kuka tahansa voi olla pokeriammattilainen, jolloin aloittelijakin saadaan haaveilemaan kuuluisuudesta ja siihen liittyvästä makeasta elämästä; ”Kun hän pystyi siihen, miksi en minäkin?”. Kaiken kaikkiaan pelistä on muokattu hyvin mediaseksikäs. Toisin sanoen netissä pelaavaa ihmistä ei voida enää luokitella takapajuiseksi nörtiksi, joka sulkeutuu muun maailman ulkopuolelle. Pelillisyyden nähdäänkin kiinnittyneet sekä eliitin intresseihin, kuluttajien arkeen, työhön ja vapaa-aikaan, vallitsevaan teknologiaan ja sen edistysaskeliin että viihdeteollisuuden ja populaarikulttuurin trendejä luovaan keskiöön (Eskelinen 2005: 84).

Suomessa, vuonna 2007 Stakesin tutkimuksen mukaan, nettipokeria pelasi noin 125 000 ihmistä ja rahapelejä on joskus elämänsä aikana pelannut jopa 87 % suomalaisista (Sta-

kes 2007 a). Luvun oletetaan jopa kaksinkertaistuvan muutamassa vuodessa. Tarkkoja arvioita suomalaisten ulkomaisiin nettipeleihin käyttämistä summista ei kuitenkaan toistaiseksi ole, mutta RAY, eli Suomen Raha-automaattiyhdistys, arvioi ulkomaisille pelisivustoille valuvan yli 150 miljoonaa euroa vuodessa (Talouselämä 2005). Kyseessä on ajankohtainen ja keskustelua herättävä ilmiö, johon syydetään valtavasti rahaa eikä saatavista voitoista makseta edes veroja. Sekä Suomen valtion että RAY:n kiinnostus nettipokeria kohtaan on kasvanut, sillä pelaajasegmentti on laaja eikä pelaajia nähdä enää marginaalisena ryhmänä.

RAY toivookin saavansa nettipokerin vuoden 2009 aikana monopolin valtaan (Helsingin Sanomat 2009). Nettipokeria ammatikseen pelaavat ovat julkisesti syyttäneet RAY:tä kaksinaismoralismista ja yksimielisesti ilmoittaneet kiertävänsä verot ulkomaiden tilien avulla tai muuttavansa kokonaan pois Suomesta, mikäli monopoliehdotus hyväksytään. Peliin voidaankin suhtautua äärimmäisellä vakavuudella tai se voidaan toisaalta nimetä harrastukseksi (Sutton-Smith 1997: 7). Mielipiteet rahapeleihin kuluttamisesta jakautuvat kahtia. Tämä on yleisesti nähtävissä kaikessa raha- tai uhkapelaamiseen (gambling) suhtautumisessa. Jaottelu koskettaa myös pelin järjestäjiä ja pelihaittojen kanssa työskenteleviä. Pelin järjestäjät ja siitä tuloja saavat, pitävät toimintaa harmittomana ajanvietteenä, kun taas toisella puolella hoidon ja pelihaittojen kanssa toimivat näkevät toiminnan ihmisten toiveiden hyväksikäyttönä (Reith 2003).

Mikä saa pelaajan kuluttamaan opintolainansa kymmenessä minuutissa nettipokeriin? Millaisia kokemuksia nettipokerin kulutus pelaajilleen tarjoaa? Pelaaminen saa aikaan kuluttajassa erilaisia kokemuksia, jotka häikäisevät aisteja, koskettavat sydämiä ja stimuloivat mieliä. Kuitenkin tutkimuksia, joissa etsitään syitä pelin kulutukseen, tuntuu olevan rajallisesti. Tämä johtunee pelin uutuudesta Suomessa. Mutta, miten voimme ymmärtää pelin seurauksia, jos emme tutki, mitä pelin taustalla tapahtuu – mitkä tekijät motivoivat pelaamaan ja millaisia kokemuksia se pelaajassa herättää? Nettipokeria voidaan tarkastella niin pelinä, rahapelinä kuin laajempaan kulttuurisena ilmiönä. Jotta pelin vetovoimatekijöitä ymmärrettäisiin paremmin, on tarkastelutaso ulotettava itse pelin määritelmästä laajempaan pelaamisen kontekstiin. Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitetään nettipokerin kulutuksellisuuden syitä kokemusten valossa.

### 1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, *mikä saa kuluttajan pelaamaan nettipokeria*. Tähän tarkoitukseen pyritään löytämään vastaus kolmen tavoitteen avulla. Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena *muodostetaan teorettinen viitekehysmalli nettipokerista kulutuskokemuksena*. Tässä tavoitteessa luodaan esiymmärrys kokemuksellisesta kulutuksesta. Mitä on nettipokerin kokemuksellinen kuluttaminen? Mitä motiiveja kulutuskokemus sisältää? Kokemuksellisen kuluttamisen näkökulma antaa aineiston tulkinnalle kehyyksen.

Tutkimuksen toisena tavoitteena pyritään *pelaajien tarinoiden kautta identifioimaan nettipokerin kulutuksen kokemukselliset ulottuvuudet*. Tämän tavoitteen avulla haetaan ymmärrystä nettipokerin kulutuskokemuksista pelaajalle. Vastausta haetaan kysymyksiin, mitä pelistä saadaan ja miksi nettipokeriin kulutetaan. Mitkä tekijät saavat kuluttajan pelaamaan nettipokeria? Pääpaino on viitekehyyksen mukaisesti kokemuksellisten ulottuvuuksien täsmentämisessä ja spesifioinnissa. Työn kvalitatiivista aineistoa analysoidaan horisontaalisesti. Työn kolmantena tavoitteena on selvittää, *miten pelaamisen elinkaari kehittyy*. Tähän tavoitteeseen pyritään empiirisen tutkimuksen kautta tulkitsemalla nettipokerinpelaajien narratiivisia kertomuksia pelaamisesta. Näistä tarinoista pyritään tunnistamaan nettipokerin kehityskaaren vaiheet.

Ensimmäinen tavoite antaa teorettiset välineet ymmärtää ja tutkia nettipokerin kokemuksellista kulutusta. Lähdemateriaalin pääpaino on elämyksellisen ja kokemuksellisen kulutuksen aineistossa. Toinen ja kolmas tavoite pohjautuvat kvalitatiiviseen narratiivista koostuvaan aineistoon. Toisessa tavoitteessa nettipokerin kulutusta tarkastellaan yleisemmällä tasolla, kun taas kolmannessa tavoitteessa syvennetään ymmärrystä nettipokerin kuluttamisesta yksilötasolla. Nettipokeri ymmärretään näissä tavoitteissa tuotteeksi, jonka kulutus pohjautuu pelikokemukseen. Tavoitteet yhdessä antavat vastauksen kysymykseen, mikä saa kuluttajan pelaamaan nettipokeria.

### 1.2. Tutkimuksen näkökulma, rajaus ja rakenne

Tutkimus toteutetaan kuluttajakokemuksen näkökulmasta. Tutkimukset kokemuksellisesta kulutuksesta korostavat kuluttajien kokemuksia heidän ostaessaan, omistaessaan ja kuluttaessaan tuotteita ja palveluita. Kulutuksen suuntaajina toimivat tällöin aistinau-

tinnot, mielikuvitus, tunteet ja kokemukset (Laaksonen 2003). Rajaan työni syventymällä nimenomaan pelien kokemukselliseen kulutukseen.

Nettipokeripeli on tuote, jota kulutetaan interaktiivisesti Internetissä. Pelaaminen tapahtuu yksin tai muiden pelaajien kanssa. Luokittelen pelit kolmeen ryhmään: rahapeleihin, turnauksiin ja ilmaispeleihin. Tutkimuksessa huomioidaan kaikki edellä mainitut pelimuodot. Tässä tutkimuksessa kuluttajina pidetään nettipokeripelaajia, jotka ovat pelanneet peliä vähintään kerran. Rajaus vastaa tutkimuksen tarkoitusta, kun haetaan ymmärrystä sille, mikä saa kuluttajan käyttämään nettipokeria. Tutkiessa ensikertalaisen syitä kulutuskohteen valinnassa, puhutaan houkuttelevuudesta. Silloin tutkimuksen pääpaino on tuotteen valinnassa, eikä kokemuksellisessa kulutuksessa. Tämä työ painottuu kokemukselliseen kulutukseen.

Pelaaminen on kulutustapahtuma, johon ei edellytetä käytettävän rahaa. Rajaus kohdistuu nimenomaan virtuaaliympäristössä tapahtuvaan pelaamiseen, jossa pelaajat esiintyvät pääosin nimimerkeillä, valitsemallaan kuvalla tai mahdollisilla animoituina ”avatar”-hahmoina. Esimerkiksi live-turnaukset nähdään tutkimuskohteena olevan erilaisempia mm. niiden vahvemman sosiaalisen kanssakäymisen johdosta ja tietokoneen puuttumisena pelivälineenä. Face-to-face, eli kasvokkain tapahtuvassa pelaamisessa mielikuvitukselle jää vähemmän sijaa, kun kulutus siirtyy reaali maailmaan; käsin kosketeltavat pelimerkit ja pelikortit, fyysisesti olemassa olevat vastustajat, heidän ilmeet ja eleet, ympäristön aistittavuus, tuoksut, lämpötila, valaistus jne.

Tutkimuksen rakenne muodostuu työlle asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Ensimmäisen johdanto luvun jälkeen siirrytään työn varsinaiseen teoriaosuuteen, lukuun 2. Luvussa kaksi siirrytään tarkastelemaan nettipokerin kokemuksellista kuluttamista työlle asetetun ensimmäisen tavoitteen mukaisesti. Luvussa pyritään rakentamaan esiymmärrys kulutusmotiiveista pelaamisen kulutuskokemuksellisen ilmiön avulla. Luku muodostaa työn teoreettisen viitekehyksen, jonka tarkoitus on ohjata empiirisen aineiston analysointia. Teorian tarkoituksena on ohjata analyysin tekoa eräänlaisena ideakehyksenä (Anttila 1996 a: 291).

Luvussa kolme kuvataan tutkimuksen metodologiaa. Luvun tarkoituksena on toimia siltana teorian ja empirian välillä. Luvussa kerrotaan työn tutkimusmenetelmästä, aineiston valinnasta ja hankinnasta sekä pohditaan tutkimuksen laadukkuutta. Luvussa neljä siirrytään empiirisen aineiston kuvaamiseen ja analysointiin. Empiirisen aineiston analysoinnin kautta pyritään vastaamaan työn toiseen ja kolmanteen tavoitteeseen pal-

jastaen kuluttajien kokemuksista nousevia arvoja ja motiiveja sekä tulkitsemaan pelaajan kehityskaaren vaiheita. Kehityskaaren vaiheiden tulkitsemisessa aineistoa analysoidaan ideografisesti pitkillä. Viimeisessä luvussa esitetään tutkimuksen johtopäätökset sekä tuodaan ilmi mahdollisia jatkotutkimusideoita työn aihepiiristä.

### 1.3. Tutkimusote

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen. Kvalitatiivisen tutkimuksen keskeisin tekijä on ymmärrys tutkittavasta kohteesta, kohdentaen tutkimuksen inhimilliseen toimintaan. Ymmärtämiseen sisältyy psykologinen vivahdus, jota 1800-luvun positivismiin vastustajat korostivat. Ymmärtäminen ihmistä tutkivien tieteiden metodina on eräänlaista eläytymistä tutkimuskohteisiin liittyvään henkiseen ilmapiiriin, ajatuksiin, tunteisiin ja motiiveihin (Tuomi & Sarajärvi 2002: 27). Kvalitatiivisen tutkimuksen päämääränä on ymmärtää paremmin käyttäytymistä ja kokemuksia ja näin lisätä tietoa tutkittavasta ilmiöstä eikä toimia tuomarina tutkittavana olevan ilmiön suhteen (Soininen 1995: 35). Kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksia on lähes mahdotonta yleistää, sillä kvalitatiivinen aineisto on vain pala tutkittavaa maailmaa. Se edustaa pientä näytettä tutkimuksen kohteena olevasta kielestä ja kulttuurista eikä puhtaita faktoja ole olemassa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan kuvata olevan paljon aspekteja, mutta vähän tutkittavia tapauksia (Alasuutari 1999: 78, 88). Näin ollen rajatumpi tutkimusjoukko mahdollistaa aiheen tapauskohtaisuuden ja ilmiön syvällisemmän ymmärtämisen.

Tutkimusote on hermeneuttis-fenomenologinen, sillä työssä pyritään ymmärtämään ja tulkitsemaan kuluttajien käyttäytymistä laadullisesti. Niin fenomenologisessa kuin hermeneuttisessa ihmiskäsityksessä tutkimuksen tekemisen kannalta keskeisiä käsitteitä ovat kokemus, merkitys ja yhteisöllisyys (Tuomi & Sarajärvi 2002: 34). Hermeneuttis-fenomenologinen tutkimusote pohjautuu hermeneuttiseen tieteenfilosofiaan, joka kohdistaa huomionsa tutkittavan ilmiön ymmärtämiseen ja inhimillisten elämänilmausten, kuten toisen ihmisen puheen tulkitsemiseen. Husserl (1989) otaksui, että kaikki tieto perustuu kokemukseen, joten todellista maailmaa on tutkittava kokemuksen kautta. Fenomenologiselle tutkimusotteelle on ominaista tarkastella ihmisen kokemuksia niin, kuin subjekti ne kokee ja ymmärtää (Saarinen 1986: 120–129).

Hermeneuttinen tieteenfilosofia korostaa ilmiöiden sitomista muihin ilmiöihin ja tapah-tumiin, myös ajallisesti samanaikaisiin, niin leveys- kuin pituussuunnassakin. Hermeneutiikka, eksistentialismi ja fenomenologia korostavat kaikki ymmärtämisen ja tul-

kinnan välttämättömyyttä tutkimuksessa (Metsämuronen 2000: 14–15; Anttila 1996 b: 25–26). Hermeneuttisen lähestymistavan luonteeseen kuuluu tutkijan oma esiymmärrys ja tutkijan ymmärryksen lisääntyminen tutkimuksen edetessä. Laineen mukaan fenomenologisella ja hermeneuttisella tutkimuksella on kaksitasoinen rakenne: perustason muodostaa tutkittavan koettu elämä esiymmärryksineen ja toisella tasolla tapahtuu itse tutkimus, joka kohdistuu ensimmäiseen tasoon. Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa tavoitteena on tehdä tietoiseksi ja näkyväksi ilmiö, jonka tottumus on summentanut huomaamattomaksi itsestänselvyudeksi (Laine 2001: 26–29).

Työssä kuullaan nettipokerin pelaajia ja uppoudutaan kuuntelemaan heidän kokemusmaailmaansa. Näin pyritään tuomaan näkyväksi se, miksi ihminen pelaa nettipokeria ja mikä pelissä kiehtoo. Työssä raotetaan verhoa nettipokerimaailmaan, johon myös tuomitsevalla otteella ollaan yhteiskunnassamme suhtauduttu. Narratiivisella tutkimusmenetelmällä päästään nettipokeri-ilmiöön sisälle yksilöiden tarinoiden avulla. Tutkijan ei pidä tulkita ihmisten kertomia tarinoita omasta perspektiivistä tai viitekehyksestä käsin, vaan haastateltavien omista (Hudson & Ozanne 1988: 510). Tutkija kuitenkin analysoi ja pyrkii ymmärtämään ilmiötä ja tapahtumaa omien kokemustensa kautta. Tutkimuksessa saattaa näkyä tutkijan tietoisuuden jakautuminen aiheesta siten, että tutummat aiheet korostuvat ja vieraammat jäävät vähemmälle huomiolle. Ainoa keino tasapainoilla täydellisesti tutun ja vieraan asian välillä on löytää vieraasta tuttu, jolloin vieras katoaa (Anttila 1996 b: 26, 180).

#### 1.4. Nettipokeri tuotteena

Nettipokeripeli on osana suurempaa tietokonepelien kulutuskenttää ja se luokitellaan mm. taitopeliksi, uhkapeliksi tai rahapeliksi. Nettipokeri on Internetissä pelattava interaktiivinen pokeripeli, jota pelataan (yleensä) muita pelaajia tai konetta vastaan. Peliprosessi lähtee liikkeelle pelaajan eli kuluttajan valitsemasta nettipokerisivustosta, jossa halutaan pelata ja jonne mahdollisesti halutaan avata pelitili. Pelitilille kirjaututaan henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella ja salasanalla. Halutessaan pelaaja voi valita itselleen myös pelihahmon – avattaren.

Pelitilin valuuttana on pääsääntöisesti dollari. Pelitililtä pystyy siirtämään normaalin ulkomaalaisen tilin tapaan rahaa myös Suomeen omalle käyttötililleen. Ulkomaalaiselle pelitilille voidaan siirtää rahaa luottokorteilla, Visa Electronilla, pankkisiirroilla, nettipankkien välityksellä, Wester Union Bankin kautta sekä ostettavilla lahjakorteilla.

Amerikan UIGEA (Unlawful Internet Gambling Enforcement Actin) lakiuudistuksen myötä nettipokeri luokiteltiin taitopelistä uhkapeliksi, jolloin hallitus kielsi Amerikkalaisten pankkien rahasiirrot uhkapelisivustoille, mutta lahjakorttien ostaminen ja myyminen eivät sivustoilla ole kiellettyjä (PokerStrategy 2006).

Suosituimmat pelisivustot ovat pelaajien määrän ja rahan liikkuvuuden mukaan Pokers-tars, Full Tilt Poker ja PartyPoker (Pokerisivustot 2009). Pelisivustot ovat toistaiseksi vielä ulkomaalaiset, sillä Suomen rahapeliyhdistys ei tarjoa pokeria netissä pelattavaksi. Ray:n suunnitelmissa on avata nettipokerisivusto kesällä 2010 (Pokerisivut 2010). Pelisivustolta valitaan pokeripeli, jota halutaan pelata. Vaihtoehtoja on useita, mutta useat peliäänestykset alan artikkeleissa paljastavat pelatuimmiksi peleiksi Texas hold' emin (No Limit ja Limit) ja Omahan (Vrt. Parhaat-nettikasinot 2009; PokerListings 2009). Pelin valittua tulee tietää, millaisia panoksia aikoo pelissä käyttää ja millaisen pelimuodon valitsee.

Nettipokerin säännöt ovat samat kuin "normaalissakin" pokerissa, mutta panokset asetetaan virtuaalisesti pelitililtä ja kone hoitaa jakajan työn. Yleinen sääntö on, että suurimmalla korttikädellä voitetaan potti, mutta joissakin pokeripeleissä myös pienimmällä kädellä voi voittaa. Jokaisesta kädestä asetetaan haluttu rahasumma – kuitenkin vähintään minimi, joka pelin alussa on sovittu – osaksi pottia. Jokainen pelaaja tekee saman. Summa kasataan yhdeksi ja voittaja saa, poikkeuksia huomioimatta, koko summan itselleen. Voittosumma voi siten olla alkupanokseen nähden moni kymmenkertainen. Häviöjä ei luonnollisesti saa osuutta potista, vaan menettää asettamansa rahapanoksen.

### 1.5. Nettipokeripelien jaottelu kulutusluonteen mukaan

Yksittäisten nettipokeripelien sääntöjen tai pelitaktiikoiden auki selitys ei tämän tutkimuksen kannalta ole relevanttia. Yksittäisten peliluonteiden sijaan teen jaon pelien kulutusluonteen mukaan; käteis-, turnaus- ja ilmaispelien kesken. Jaottelu voidaan yleistää nettipokeripelien määrittelyssä. Oletuksena on, että pelaajat ovat pelanneet jotakin tai kaikkia näitä pelivaihtoehtoja. Pelin kulutuksellisuuden takia on tärkeää selkeyttää lukijalle, miten pelit eroavat kulutusluonteeltaan toisistaan.

**Käteispelin** lähtökohdaksi tarvitaan riittävä pelikassa. Käteispeleissä erillistä osallistumismaksua ei yleensä peritä, mutta pelin aikana jokaiseen jakoon mukaan pääsy edellyttää tietyn summan rahaa. Pelin aikana tapahtuu jatkuvasti korotuksia, jotka syövät pelaajan henkilökohtaista pelitilin saldoa. Pelaaja päättää itse, minkä suuruisen



pelaajan henkilökohtaista pelitilin saldoa. Pelaaja päättää itse, minkä suuruisen pelipöydän valitsee. Pöydän suuruus jakautuu mm. jakopanosten perusteella. Suuremmissa käteisleleissä pelaaja voi menettää sadoista dollareista jopa tuhansiin dollareihin yhden korttijaon aikana. Pelaaja voi pysytellä kuitenkin niin kauan mukana, kun parhaakseen näkee. Pelistä voi poistua koska haluaa ja siten itse määrätä, miten paljon peliin kuluttaa. Käteispelit ovat kuitenkin riskialttiita pitkässä juoksussa, jos riskinotto-kyky on korkeampi kuin pelaajan taitotaso.

**Turnauspelin** kulutusluonne ei ole yhtä riskialtis, kuin käteispelin. Turnauksen luonne määrää sen, että valittuun turnaukseen ei voi mennä enempää rahaa, kuin mukaan ilmoittautuessa, toisin kuin käteisleleissä. Pieni osa ilmoittautumissummasta menee järjestäjille ja loput palkintosummaan. Turnauksessa, samoin kuin muissakin pelimuodoissa, tärkeintä on löytää taktiikka, jolla pelaaja pysyy mahdollisimman kauan pelissä mukana. Turnaus jatkuu niin kauan, kunnes yhdellä pelaajalla on kaikki merkit, joten turnaukset kestävätkin yleensä muutaman päivän. Pokeriammattilaisen, Negreanun mukaan (2006) turnauspelaaminen vaatii aggressiivisempaa otetta sen pitkäjänteisen pelityylin johdosta. Pokeriturnaukset jakautuvat neljään pelivaiheeseen: Alkuvaihe, keskivaihe, loppuvaihe ja finaali-pöytä. Jokaisessa vaiheessa pelin tyyli ja pelin taktiikka vaihtelee. Kulutuksen kannalta pelitaktiikalla ei ole merkitystä, sillä pelin aloitusmaksu (joka ei muutu pelin aikana) määrää sen, kuinka paljon yksittäiseen peliin kulutetaan.

**Ilmaispeleiksi** lasketaan nettipokeripelit, jotka eivät maksa käyttäjälleen mitään. Ilmaispelejä voivat olla sekä käteispelit että turnaukset. Summat ovat kuvitteellisia ja rahan vaihdossa käytetään virtuaalista leikkirahaa. Vaikkei kuluttaja maksa peliin osallistumisesta dollariakaan, voi hän kuitenkin voittaa oikeaa rahaa pelin voittaessaan. Ilmaispelejä ovat yleensä käteispelit niiden nopeampitempoisuuden vuoksi. Useat nettipokerisivustot tarjoavat maksullisten pelien lisäksi ilmaispelejä, joilla kuluttaja houkutteellaan pelaamaan pelisivuston muitakin, maksullisia pelejä. Ilmaispeleissä voi piillä se riski, että pelaajat eivät pelaa tosissaan, jolloin käsitys omasta pelitaidosta voi olla väärin.

## 2. KOKEMUKSELLINEN KULUTTAMINEN

Tämän luvun tarkoituksena on vastata työn ensimmäiseen tavoitteeseen eli perehtyä nettipokerin kokemukselliseen kulutukseen. Jotta voitaisiin puhua nettipokerin kokemuksellisesta kuluttamisesta on kokemuksellista kuluttamista tarkasteltava ensin yleisemmällä tasolla. Yleisessä tarkastelussa nettipokeri sidotaan pelaamiseen ja pelillisyyteen. Tällöin haetaan ymmärrystä sille, mitä pelaamisella ylipäätään tarkoitetaan ja miten sitä kulutetaan. Miten pelikokemus syntyy? Tässä luvussa ymmärrystä nettipokerin kulutuksesta rakennetaan tarkastelemalla pelaamista kokemuksellisena kulutustapahtumana sekä kulutukseen liittyviä arvoja ja motiiveja. Kuluttajan kokemuksellisuutta tullaan havainnollistamaan Morris B. Holbrookin kulutuskokemusta luokittelevan teorian avulla.

Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään hedonistista ja utilitaristista kulutuskäyttäytymistä. Luku selvittää, miksi tutkimuksessa käytetään termiä kokemuksellinen kuluttaminen, eikä elämyksellinen kuluttaminen. Kulutuskäyttäytymisen jakoa syvennetään Holbrookin arvotyypittelyllä, joka täydentää kokonaisvaltaisen kulutuskokemuksen ymmärtämisen. Tämän jälkeen luodaan käsitys siitä, miten pelaaminen voidaan nähdä kokemuksellisena kulutustapahtumana. Mitä pelaamisella oikeastaan tarkoitetaan ja miten pelaaminen sitoutuu elämän eri osa-alueisiin? Toisessa alaluvussa selvitetään, miten pelaaminen ja kokemuksellinen kuluttaminen kietoutuvat toisiinsa. Pelimotiivit saavat oman alalukunsa, jossa heijastetaan pelitutkijoiden havaitsemia motiiviteorioita pelien kokemukselliseen kulutukseen. Toinen luku kokonaisuudessaan muodostaa työn teoreettisen viitekehyksen.

### 2.1. Kokemuksellisen kulutuksen määrittelyä

Ensin oli maanviljelyä, sitten tulivat tuotteet ja lopuksi palvelu. Näillä sanoilla Pine & Gilmore (1998: 97) kuvaavat elämysten mukaantuloa markkinoille. Elämystalouden edelläkävijänä voidaan nähdä Walt Disney Company, joka loi kokonaisen elämysvaltakunnan. Yritys loi fantasiamaailman, jonka tarkoituksena oli tuottaa asiakkailleen unohtumattomia sekä psyykkisiä että fyysisiä kokemuksia niin elokuvien kuin erilaisten huvipuistojen, teematapahtumien, teattereiden, karnevaalien jne. välityksellä. Asiakkaalle tarjottiin sellaisia kokemuksia, että hän halusi palata takaisin. Kaikkia aisteja stimuloimalla saadaan ihminen kokemaan ainutkertainen elämys, jota hän ei tule koskaan unohtamaan (Pine & Gilmore 1998: 97–105).

Pari vuosikymmentä sitten alettiin kiinnittämään yhä enemmän huomiota kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja siihen, mitkä tekijät vaikuttivat asiakkaiden ostopäätöksiin. Lopulta tutkijat määrittelivät kulutuksessa olevan kyse asiakkaiden fantasioiden, tunteiden ja viihtyvyyden tyydyttämisestä. Asiakkaan näkökulmasta kulutustapahtumassa on kyse muustakin, kuin tuotteen hankinnasta ja kuluttamisesta. Kulutustapahtuma antaa kuluttajalleen elämyksiä ja kokemuksia. (Holbrook 1995: 108, 139.) Schmittin mukaan kuluttajan kokemukset ovat yksityisiä tapahtumia, jotka ilmenevät vastauksena johonkin stimulaatioon. Kokemukset ovat usein seurausta tapahtumien tarkkailusta tai tapahtumiin osallistumisesta, olivatpa nämä kokemukset sitten todellisia, unenomaisia tai virtuaalisia. (Schmitt 1999a: 60.) Kokemuksellinen kuluttaminen on subjektiivisesti koettu, ainutlaatuinen, prosessinomainen tapahtuma, joka syntyy silloin, kun kuluttaja kokee jotain tavallista poikkeavaa. Kuluttajan kokemus on kokonaisvaltainen tuntemus, joka perustuu suurelta osin tunteisiin ja aistimuksiin. Sama ärsyke voi tuottaa eri ihmisille erilaisen reaktion. (Schmitt 1999b: 57–60.)

Suomen kielessä käytetyt sanat elämyksellinen ja kokemuksellinen kulutus ovat merkityksiltään lähellä toisiaan. Englanniksi käytetään vain yhtä termiä ”experiental consumption”. Tutkijat eivät ole kovin yksimielisiä siitä, kumpaa termiä suomen kielessä tulisi milloinkin käyttää. Elämys ymmärretään usein voimakkaasti vaikuttavana positiivisena kokemuksena, kun taas kokemus voi olla myös negatiivista. Joissakin tapauksissa sanoja käytetään toistensa synonyymeina. Elämyksellinen kuluttaminen rinnastetaan hedonistiseen kuluttamiseen, joka nähdään utilitaristisen kuluttamisen vastapuolena. Kokemuksellisen kuluttamisen puolestaan käsitetään sisältävän nämä molemmat kuluttamisen aspektit, sekä elämyksellisen että utilitaristisen kuluttamisena. (Holbrook 2000: 178–192.)

### 2.1.1. Hedonistinen ja utilitaristinen kulutuskäyttäytyminen

Holbrookin ja Hirschmanin (1982) mukaan utilitaristisuus on käytännön hyötyjen tietoisesta etsimistä. He määrittelevät utilitaristiset motiivit objektiivisiksi, taloudellisiksi ja rationaalisiksi. Utilitaristiset hyödyt viittaavat instrumentaalisiin funktionaalisiin ja kognitiivisiin hyötyihin, jotka usein liittyvät tuotteen tai palvelun mitattaviin ominaisuuksiin. Ne eivät itsessään tuota arvoa asiakkaille, vaan arvo muodostuu niiden toimimisesta keinona johonkin päämäärään. Utilitaristista hyötyä voi myös muodostua, vaikka tuotetta ei ostettaisi. Informaation hankinta tuottaa asiakkaalle viitteitä tuotteista ja hinnoista tulevaisuudessa tehtäviä hankintoja varten ja näin ollen myös utilitaristista

hyötyä. Utilitaristiset hyödyt viittaavat asiakkaan kokemaan arvoon, hyödyllisyyteen ja viisauteen sekä niiden kykyyn tyydyttää jokin kulutustarve. (Srinivasan 1987: 97.)

Hedonistiset hyödyt ovat subjektiivisia, emotionaalisia ja ei-rationaalisia. Hedonistisen kulutuksen voidaan määritellä liittyvän kulutuksen aistillisiin ja kokemuksellisiin ominaisuuksiin. Kulutuksen seuraukset ilmenevä tuotteesta tai palvelusta saatavana hauskuutena ja nautintona sekä kulutuksen herättämänä mielihyvän tunteena. Hedonistiseen kulutukseen liittyy useita symbolisia merkityksiä. Useisiin tuotteisiin tai palveluihin liittyy myös lukuisia sanattomia vihjeitä, jotka täytyy nähdä, kuulla, maistaa, tuntea tai haistaa. Tällaisissa kulutustapahtumissa, kuten veneillessä tai katsottaessa elokuvaa, useat aistikanavat toimivat samaan aikaan. (Holbrook & Hirschman 1982: 132–134.) Srinivasan (1987: 97) mukaan hedonistiset hyödyt voivat olla hedonistisia, kuten onnellisuus ja yllätys sekä symbolisia, kuten itseilmaisuus ja itsetutkiskelu. Hedonisen kulutuksen yhteydessä asiakas nauttii tuotteen eduista ostamatta välttämättä tuotetta, sillä kulutusaktiviteeteista saatava nautinto on itsessään arvokasta. Hedonistisilla kulutusmotiiveilla pyritään tyydyttämään jokin hedonistinen tarve, kuten kokemaan hauskuutta, fantasioiden täyttymistä tai pakoa arjesta (Babin, Darden & Griffin 1994: 646). Hedonistisia hyötyjä kokenut asiakas suhtautuu yritykseen myönteisesti, jolloin hän useimmiten kuluttaa enemmän ja hänestä voi tulla yrityksen puolestapuhuja (Kuusela & Rintamäki 2004: 61–62).

Elämyksiä tavoittelevat hedonistit ja taloudellista hyötyä havittelevat utilitaristit nähdään joskus jopa toistensa ääripäinä. Hedonistinen ja utilitaristinen kulutuskäyttäytyminen eroavat toisistaan vaikuttimiensa suhteen. Utilitaristisen kulutuskäyttäytymisen taustalla on tarve ja sen tavoitteena on tarpeen tyydytys. Tähän Holbrook (2006) viittaa ulkoisella arvotyypillä. Ulkoiset arvotyypit pitävät kulutuskokemusta vain välillisenä etappina päämäärän saavuttamiseksi. Hedonistisen kulutuskäyttäytymisen liikkeelle paneva voima on halu ja sen tavoitteena mielihyvän saavuttaminen. Tästä Holbrook esittää sisäisen arvotyyppi käsitteensä. Sisäiset arvotyypit selittävät kulutuskokemusta itse tarkoituksena. Jäsentely tuo ymmärrystä siihen, mitä kuluttaja arvostaa kuluttaessaan tuotetta. (Holbrook 2006.)

Käytännössä utilitaristista ja hedonistista kulutuskäyttäytymistä on vaikea erottaa toisistaan, mutta joskus toisen ominaisuuden korostuessa toinen jää taka-alalle. Kulutuskokemus voi olla myös yhtä aikaa sekä hedonistinen että utilitaristinen (Mäki & Boedeker 1997: 11–12). Esimerkiksi tenniksen pelaaminen voi tarjota kuluttajalleen sekä nautinnollisia että taloudellisia arvoja. Kuluttaja voi pelata pelkästään viihteellisyyden

vuoksia, jolloin voidaan kokea tärkeäksi kavereiden tapaaminen ja ulkona oleminen. Taloudellisia arvoja tenniksen pelaaminen luo silloin, kun pelaaja pelaa amatikseen.

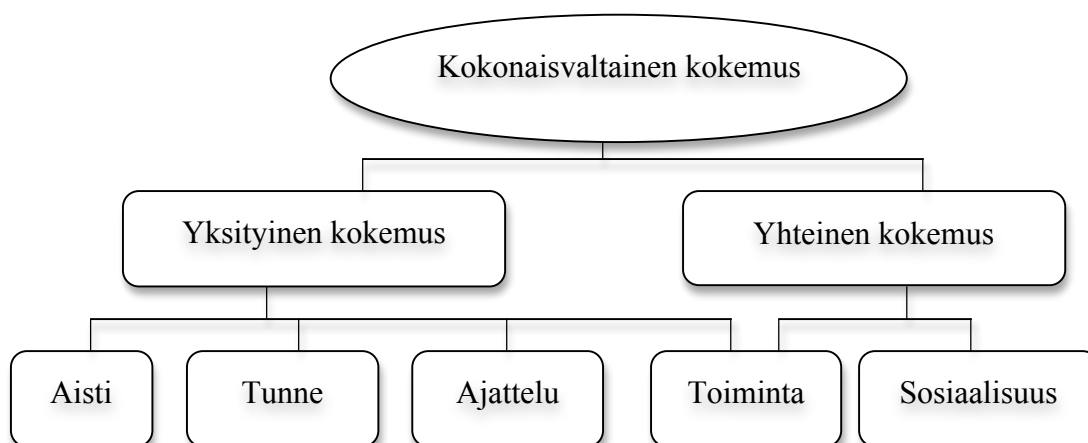
Utilitaristisia arvoja tavoitteleva kuluttaja toivoo voittavansa pelin ja saavansa näin taloudellisia hyötyjä, kun taas pelaamista nautintona pitävä kuluttaja pitää hedonisia arvoja utilitaristisiin arvoihin nähden tärkeämpinä. Kuitenkin jokainen kulutustapahtuma tuottaa kuluttajalleen kokemuksen ainakin jossakin muodossa ja jokainen kokemus herättää tunteita kuluttajissaan (Holbrook 2000: 180). Edellisten valossa puhunkin tässä tutkimuksessa kokemuksellisesta kuluttamisesta. Ei ole realistista ajatella, että pelaaja, joka häviää nettipokeria pelaamalla kymmeniä tuhansia dollareita, kokisi positiivisen elämyksen, päinvastoin kokemus on todennäköisesti erittäin negatiivinen.

### 2.1.2. Kokonaisvaltainen kulutuskokemus

Kulutuskokemus on subjektiivista ja siihen vaikuttavat yksilön henkilökohtaiset arvot. Arvot syntyvät itse kulutustilanteesta ja tuotteesta saatavista ominaisuuksista. Tämä luku ohjaa lukijaa ymmärtämään, mitä kokonaisvaltainen kulutuskokemus on. Schmitt esittää kokonaisvaltaisen kokemuksen sisältävän sekä yksityisiä että yhteisiä kokemuksia. Joissa yhdistyvät aisti, tunne, ajattelu, toiminta ja sosiaalisuus. Schmittin (1999b: 60) viisi elementtiä voidaan rinnastaa Holbrookin ja Hirschmanin (1982) kolmen elementin; fantasian, tunteen ja hauskuuden käsitteellistämiseen (Ks. Kuvio 1). Schmittin mukaan kuluttaminen tulisi nähdä holistisena kokemuksena, joka pitää sisällään sekä funktionaalisia että symbolisia ominaisuuksia. Schmittin näkökulma kokemukselliseen kulutukseen on liikkeenjohdon, johon tässä tutkimuksessa ei paneuduta. Schmittin teoriaan paneudutaan lyhyesti kuluttajan näkökulmasta, jolloin se yhdistetään Holbrookin ja Hirschmanin kokemuksellisen kulutuksen jäsentelyyn.

Schmittin mukaan kuluttajat toimivat yhtäläillä sekä emotionaalisista että rationaalisista lähtökohdista käsin ja ovat samanaikaisesti sekä järkipäisiä että tunteellisia olentoja. (Schmitt 1999a: 29). Holbrookin ja Hirschmanin 'fantasia' sisältyy Schmittin aisteihin ja kognitioon (sense ja think). Fantasian keskeiseksi motiiviksi muodostuu illusorinen hedonismi, jossa kaikkein tärkeintä on haaveiden ja mielikuvituksen kulutus (Campbell 1987: 77, 86). Tunteita (feelings, feel) molemmat ovat käsitelleet erikseen. Hauskuus (fun) viittasi alun perin erilaisiin leikkeihin tai vapaa-aikaan suuntautuneisiin käyttäytymisen aspekteihin, kun taas Schmittillä toiminta (act) pitää sisällään myös laajemmat elämäntyyllilliset aktiviteetit. Schmittin viides elementti (relate), sosiaalisuus, korostaa elementtien keskinäistä interaktiivisuutta, joista yhdessä syntyy holistinen kulutusko-

kemus. (Holbrook 2000: 182–183.)



**Kuvio 1.** Kokonaisvaltaisen kulutuskokemuksen synty (Schmitt 1999b: 194).

Kokonaisvaltainen kokemus voi siis olla joko yksityistä tai yhteistä sekä molempia. Yksityisessä kokemuksessa merkitystä saavat erilaiset aistikokemukset, tunteet sekä henkilökohtainen mietiskely ja pohdinta. Toiminta voi olla sekä yksityistä, että yhteistä. Yhteisenä kokemuksena tuodaan esille ihmisten sosiaalinen tarve. Tarve kuulua tiettyyn viiteryhmään ja tulla hyväksytyksi muiden kuluttajien joukossa. Ihminen on yksilö, joka toimii sosiaalisessa kontekstissa. (Schmitt 1999:194–196.)

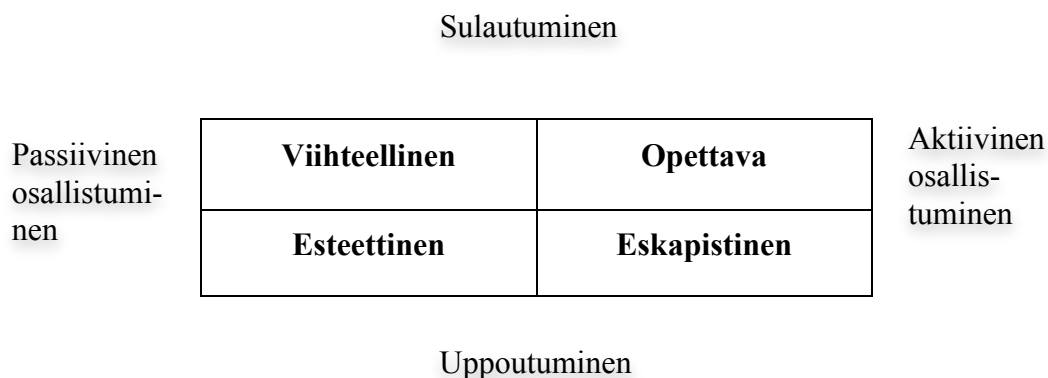
Aistikokemukset voivat olla joko näkö-, kuulo-, haju-, maku- tai tuntoaistimuksia. Aistikokemukset voivat tuottaa esteettistä nautintoa, jännitystä, kauneutta ja tyytyväisyyttä (Schmitt 1999b: 60, 63–64, 99). Tunnekokemukset voivat vaihdella voimakkuudeltaan miedosti positiivisesta vahvoihin emootioihin. Mielialat eivät ole spesifejä tunnetiloja. Mielialat voivat olla tietyn ärsykkeen aiheuttamia, mutta yleensä kuluttajat eivät ole tietoisia tästä. Emootiot sitä vastoin ovat syviä ja voimakkaita tunnetiloja, jotka ovat aina tietyn ärsykkeen aiheuttamia. Ärsykkeinä voivat olla esimerkiksi ihmisten, tapahtumien, yritysten, tuotteiden tai kommunikaation

tumien, yritysten, tuotteiden tai kommunikaation aiheuttamia. Kulutustilanne luo kuluttajalle voimakkaimmillaan tunteita hänen ostaessaan tai käyttäessään tuotetta verrattuna esimerkiksi mainonnan synnyttämiin tuntemuksiin. (Schmitt 1999b: 121–126.)

Ajattelukokemukset voidaan jakaa divergenttiin ja konvergenttiin ajattelutyyppeihin. Luovat ajatusprosessit sisältävät näitä kumpaakin. Konvergentti ajattelu on ongelmanratkaisukeskeinen, jolloin tarkoituksena on ratkoa joku tarkasti määritelty rationaalinen ongelma. Divergentissä ajattelussa ajatukset eivät ole rajoittuneita tiettyyn seikkaan vaan ajatus ns. lentää. Divergenttiä ajattelua on kyky luoda epätavallisia ideoita ja vaihtaa katsontakantaa. (Schmitt 1999b: 138, 144–145.) Kuluttajan toimintakokemukset liittyvät fyysisiin ominaisuuksiin, pidemmän ajan käyttäytymismalleihin ja elämäntyyliin sekä kokemuksiin, jotka ovat seurausta vuorovaikutuksesta toisten ihmisten kanssa. Toimintakokemuksiin liittyy kuluttajan minäkäsityksen ja arvojen ilmaiseminen. Sosiaaliset kokemukset käsittävät aisti-, tunne-, ajattelu- ja toimintakokemuksia, jotka liittyvät kuluttajan ideaali-minään, muihin ihmisiin tai laajempaan sosiaaliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. (Schmitt 1999b: 68, 154, 169–171.)

Schmitt, Pine ja Gilmore korostavat ihmisten yksilöllisyyttä. Kahdella ihmisellä ei voi olla samanlaista kulutuskokemusta, koska elämys juontaa juurensa esille tarjotun tapahtuman ja yksilön mielen vuorovaikutuksesta. (Schmitt 1999b; Pine & Gilmore 1998: 99.) Nämä kolme tutkijaa ovat sitä mieltä, että kuluttaminen on aina joko aktiivista tai passiivista. Pine ja Gilmore (1998) ovat tehneet jaon mentaalisen ja toiminnallisen ulottuvuuden välille. Ulottuvuuden jaottuvat neljään kokemusluokkaan: viihteelliseen, opettavaan, esteettiseen ja eskapistiseen. Toiminnallinen ulottuvuus voi olla aktiivista tai passiivista.

Passiivisesta osallistumisesta on kyse silloin, kun esimerkiksi nettipokerin pelaaja ainoastaan seuraa muiden pelaamista, kun taas aktiivisesti osallistuva ottaa osaa pelaamiseen. Passiivisesti osallistumalla voidaan nauttia muiden seurasta ja kokea kuuluvansa joukkoon. Aktiivinen osallistuminen tarkoittaa, että kuluttaja itse ottaa osaa ja vaikuttaa kulutustapahtuman kulkuun. Esimerkiksi oppimisen yhteydessä ihmiseltä odotetaan sisäistä motivoitumista. Mentaalinen ulottuvuus kuvastaa kulutustapahtuman ja kuluttajan välistä suhdetta. Kulutustapahtuma voi sulautua kuluttajaan, kuten esimerkiksi elokuvateatterissa, tai kuluttaja voi uppoutua kokemukseen niin, että ympärillä oleva maailma katoaa. Näin voi käydä esimerkiksi videopelejä pelattaessa. Kulutuskokemuksessa on yleensä mukana useita ulottuvuuksia. (Pine & Gilmore 1998: 101–102.)

**Taulukko 1.** Kokemuksen alueet (Pine & Gilmore 1998: 1999).

### 2.1.3. Holbrookin arvotyypit

Holbrook on kolmiosaisessa artikkelissaan luonut kattavan katsauksen hedonistiseen kulutukseen, siitä syntyviin arvoihin ja kokonaisvaltaisen kulutuksen syntymiseen. Jotta voitaisiin ymmärtää, mitä kulutuksesta saadaan täytyy ymmärtää, miksi ihminen ylipäätään kuluttaa ja mitkä tekijät vaikuttavat kokonaisvaltaisen kokemuksen syntyyn. Holbrook tarkastelee kuluttajan näkökulmasta olennaisinta seikkaa – arvoa – kulutuksen kokemuksellisuuden lähtökohtana. Tässä luvussa tarkastellaan Holbrookin luokittelemia arvotyyppisiä, jotka ohjaavat lukijaa kokonaisvaltaisen kulutuskokemuksen ymmärtämiseen.

'Customer value' eli suomennettuna 'arvo', kuvaa lähinnä kuluttajan mielipidettä tuotteen kulutuskokemuksesta – siitä, mitä on odotettu ja mitä on saatu (Zeithaml 1990; Pine & Gilmore 1998: 78). Kuten todettu, sama ärsyke voi merkitä hyvin eri asioita eri ihmisille. Myös arvostuksen kohteet ovat hyvin subjektiivisia. Arvo käsitteenä ei ole yksiselitteinen, mutta tässä työssä se ymmärretään kokonaisvaltaisen kulutuksen kannalta yhtenä kokemuksen merkittävyyden luomisen osana – arvo ohjaa motivoitumista. Holbrookin arvotyypittely sitoo yhteen motivaatiokäsitteen, jonka mukaan jokin ulkoinen tai sisäinen voima ohjaa kuluttajaa käyttäytymään. Arvot määrittävät motivaation. Siten kuluttaja on motivoitunut saavuttamaan arvon. (Holbrook 1993: 21.) Tämä alalu-



ku johdattaa myöhemmin esille tulevien pelimotiivien ymmärtämiseen.

Ihminen kuluttaa siihen, minkä kokee itselleen arvokkaaksi. Holbrook (2006) toteaa, että kulutus- ja kuluttaja-arvot syntyvät kuluttajan odotusten täyttymisen arvioinneista kulutettavaa tuotetta tai palvelua kohtaan. Arvo syntyy kahden elementin; subjektin ja objektin välisestä vuorovaikutuksesta (Woodruff & Gardial 1996: 54). Tämä näkemys arvon syntymisestä edellyttää fyysisen tai psyykkisen objektin olemassaoloa ja lisäksi subjektin vahvaa kiinnostusta sekä arvostusta objektia kohtaan (Fronzizi 1971: 146). Mikäli kaupan hyllyllä on uusi upea Chanellin hajuvesi, se ei saa merkitystä ilman kuluttajaa, joka osaa arvostaa tätä tuotetta. Usein arvokäsitys yhdistetäänkin brändiin ja bränditutkimuksiin. Tämän työn kannalta ei kuitenkaan ole olennaista tutkia brändeistä syntyviä arvoja. Arvo määrittyy käyttäjän omien mielipiteiden ja päämäärien, tuotteen tai palvelun ominaisuuksien ja kyseessä olevan tilanteen mukaan (Woodruff & Gardial 1996: 60).

Vuorovaikutuksen lisäksi Holbrook kuvaa arvon olevan suhteellista. Arvo on siten vertailukelpoista, henkilökohtaista ja tilannesidonnaista (Holbrook 1999: 6 –7). Kolmanneksi arvo viittaa ulosantiin ja esiintymiseen. Tällaisia arvoja voidaan luokitella sanoin: asenne (positiivinen/negatiivinen), vaikutus (mieluisa/ei-mieluisa), valenssi (positiivinen/negatiivinen), arvostelu (hyvä/huono), mielipide (positiivinen/negatiivinen), tyytyväisyys (korkea/matala) ja valinta (valita/hylkiä). Neljäs arvoluokka kuvaa kulutus- tai käyttökokemusta. Kaikki arvotyypit ovat jaoteltu kolmeen tasoon: ulkoinen/sisäinen, itseorientoitunut/muihin orientoitunut, aktiivinen/reaktiivinen (Ks. Taulukko 2). (Holbrook 2006: 213–216.)

**Taulukko 2.** Asiakasarvotyypit (Holbrook 2006: 214).

		<b>Ulkoinen</b>	<b>Sisäinen</b>
<b>Itseorientoitunut</b>	Aktiivinen	Tehokkuus	Pelillisuus
	Reaktiivinen	Erinomaisuus (laadukkuus)	Estetiikka (kauneus)
<b>Muihin orientoitunut</b>	Aktiivinen	Status/ Asema	Etiikka (oikeus, hyveellisyys, moraalit)
	Reaktiivinen	Kunnioitus/ Arvostus (materialismi)	Hengellisyys (hurmio, ekstaasi)

Ulkoisia arvotyyppijä ovat tehokkuus (efficiency), erinomaisuus (excellence), status/ asema ja arvostus (esteem). Kulutus on tällöin arvioitavissa mm. toimivuuden, hyödyllisyyden tai välineiden mukaan joiden avulla päämäärä saavutetaan (Holbrook 2006: 214). Oivallisena esimerkkinä voisi pitää pölynimuria. Tämä tuote ei itsessään luo arvoa, vaan tuotteella saavutettava lopputulos luo asiakkaalleen arvoa. Imurin avulla saadaan siisti ja puhdas koti. Pölynimuri on siten vain väline, jolla saavutetaan haluttu tai toivottu lopputulos.

Tehokkuusarvosta on kyse silloin, kun omistamallaan tuotteella kuluttaja voi tehostaa toimintaansa. Tämän tuotteen arvon muodostukseen vaaditaan kuluttajan omaa aktiivista toimintaa. Arvo ei synny tuotteesta vaan siitä, mitä tuotteen avulla saavutetaan. Esimerkiksi, jos amatööri soittaa pianoa, hän saa todennäköisesti tyydytystä oman musiikin tuottamisesta, mutta jos suuren luokan pianisti soittaa suurelle yleisölle satoja kertoja, saattaa hän tehdä sen pelkästään siksi, että saa siitä palkan eikä nautinnollisen koke-

muksen johdosta. Joskus kuulee muusikoiden puhuvan siitä, miten rakkaasta harrastuksesta on tullut työtä, eikä soittamisesta enää nauti. Tällöin ei voida puhua soittamisesta enää sisäisenä arvona, vaan tällöin arvo löytyy pikemminkin ulkoisista tekijöistä. (Grayson 1999: 107–120.)

Erinomaisuus eli laadukkuus- arvo on reaktiivista, sillä tuote luo arvoa itsessään ilman aktiivista toimintaa. Kuluttajalleen tuotteen ominaisuudessa merkittävintä on tuotteen laatu. Status arvona on muihin orientoitunutta. Status pyrkii osoittamaan kuluttajan menestystä välineellisesti kuluttamisen avulla. Statuksessa on kyse mielikuvien luomisesta, jolloin asiointikokemus on väline symbolisten merkitysten luomiseen. Status ilmenee ylpeytenä tehdyistä ostoista tai haluna kertoa niistä muille. Se voi liittyä myös asiointikokemukseen, jolloin kuluttaja kokee antavansa itsestään nykyaikaisen mielikuvan käyttäessään tiettyä palvelua (Kuusela & Rintamäki 2004: 116–118). Esimerkiksi kalliin auton omistaja toivoo ostamansa tuotteen kiinnittävän huomiota muihin autoilijoihin ja sitä kautta saavan arvostusta myös itselleen. Viimeiseen ulkoiseen arvoon, eli kunnioitukseen päästään muiden kuluttajien avulla. Kyseessä on reaktiivinen, muihin orientoitunut arvo. Ilman yleisöä ei voi saavuttaa myöskään kunnioitusta. (Holbrook 1999: 30–34.)

Sisäisestä arvotyypistä puhutaan silloin, kun itse kulutuskokemus on kuluttamisen päämäärä (Bond 1983: 98–108; Holbrook 2006: 215). Csikszentmihalyi (1991) määrittelee toiminnan olevan autotelistä, mikäli tapahtuman päämääränä ei ole jonkin tavoitteen saavuttaminen, vaan itse tekeminen koetaan palkitsevaksi. Sisäisiä arvoja ovat pelillisuus (play), estetiikka (aesthetics), etiikka (ethics) ja hengellisyys (spirituality). Päivä rannalla tarjoaa kuluttajalleen nautinnon, johon hän kuluttaa. Myös esim. koripallon pelaaminen tarjoaa kuluttajalleen sellaista viihdykettä, joka voidaan nähdä olevan kulutuksen itseisarvo. Autotelisessä toiminnassa pelaaminen itsessään on päämäärä (Csikszentmihalyi 1991: 67). Siten sellaisissa tapauksissa, missä tuotteen kulutus nähdään päämääräksi itsessään, luokitellaan sisäiseksi arvotyypiksi.

Estetiikka luo kuluttajalleen arvoa ulkoisilla ominaisuuksilla, kuten kauneudella ja harmonisuudellaan. Tällaisten arvojen luojina on esim. muoti ja taide. Kuten sanottu, kauneus on katsojan silmässä, jolloin jokainen määrittelee itse oman estetiikka-arvonsa. Arvo on reaktiivista, koska kuluttaja ei joudu itse tekemään suuria ponnisteluja saavuttaakseen tuon arvon. Eettiset arvot koostuvat hyveellisyydestä, oikeudenmukaisuudesta ja moraalista. Etiikka on aktiivinen, toiseen kohdistuva ja sisäinen arvo. Kuluttaja kokee eettistä arvoa, kun hän tekee jotakin toisen hyväksi. Mikäli kuluttaja lahjoittaa rahaa

muiden hyväksynnän saamiseksi, ei kyseessä ole tällöin enää eettinen arvo. (Holbrook 1999, 22.)

Hengellisyys tai henkisyys arvona sisältää usein mystisyyden ja uskomuksen korkeimpiin voimiin. Motivaatio syntyy sisäisestä orientoitumisesta. Henkisyys ilmenee ”toiseuden” palvomisena, jolloin raja itsen ja toisen välillä katoaa. Maanläheisempänä merkityksenä voidaan pitää erityisen merkityksellistä tapahtumaa. Kuluttaminen voi olla erityisen vahva kokemus, joka ilmenee paremmin palveluiden kulutuksessa. (Brown 1999: 167–176; Holbrook 1999: 37–40.)

Arvo on itseorientoitunut silloin, kun kulutuskokemusta mitataan ja arvioidaan yksilön omien henkilökohtaisten näkemysten sekä mielipiteiden mukaan. Tällöin kyse on siitä, mitä itse arvostaa (Holbrook 1999: 10). Kuluttaja voi antaa arvoa ostamalleen talvitakille, koska se pitää hänet lämpimänä. Myös uuden matkapuhelimen arvo voi olla itseorientoitunutta, koska se antaa mahdollisuuksia pitää entistä helpommin yhteyttä ystäviin. Mutta, jos matkapuhelin ostetaan siksi, että se on kallis ja hienempi, kun kaverilla, voidaan puhua muihin orientoituneista arvoista. Tällöin tuotteen arvo on siinä, että se huomataan julkisesti. Arvo ei ole vain itsensä tiedossa vaan myös muut osaavat nähdä tuotteen arvon, jolloin arvo syntyy muiden ihmisten avulla (Holbrook 1999: 11). Esimerkiksi luksustuotteita käytetään siksi, että niiden arvo tunnetaan globaalisti, jolloin ihminen voi tuotteen avulla hakea arvostusta myös itseään kohtaan.

Pelaaminen ja pelillisuus on jaettu sisäisiin arvotyyppeihin, jonka arvo on itseorientoitunutta. Tällöin pelaaminen ja pelillisuus arvioidaan omien kokemusten ja mielipiteiden valossa. Kokemus on siten hyvin subjektiivista. Arvostettu pelitutkija Brian Sutton-Smith (1997) on kiinnittänyt huomiota nimenomaan pelaamisen itseisarvoon. Hänen mukaansa pelaamisesta itsestään saatavat arvot liittyvät hauskuuteen, kokemuksellisuuteen, psykologiaan sekä sisäiseen motivaatioon. (Sutton-Smith 1997: 188–189.) Pelaamista ei nähdä tässä luokituksessa fyysisenä pelin pelaamisena vaan psyykkisenä prosessina. Pelaaminen arvona tarkoittaa sisäistä motivoitumista, itseorientoitumista ja aktiivisuutta. Esimerkiksi luvun alussa esille tuodusta Walt Disneyn huvipuistosta saadut kokemukset saavuttavat parhaimmillaan kaikki edellä mainitut pelaamisen arvot. Pelillisuus tuo arvoa silloin, jos kuluttaja haluaa itse aktiivisesti vaikuttaa kulutuskokemukseensa. (Holbrook 1999: 106–107; 2005.)

Saman näkemyksen on esittänyt myös Douglas Holt (1995), joka määrittelee pelaamisen olevan omista sisäisistä tarpeista lähtöisin olevaa itsenäistä toimintaa. Kulutuksen

tarkastelu leikkinä vaatii miltei aina myös materiaalisen kulutusobjektin läsnäoloa. Kulutus (rooli)leikkinä on mahdollista yksinkin, mutta kulutuksen näkeminen sosiaalisena (joukkue)pelinä vaatii kulutusta ohjaavien normien ja sääntöjen tuntemista (Vrt. Holt 1995: 9; Holbrook 1999: 107–109; Gronow 2004: 257). Leikki on nimenomaan kuluttamista kuluttamisen vuoksi, ja asiakkaan tarkoituksena on huvittelu. Riippuu myös hyvin pitkälti kuluttamisen kontekstista, onko se loppujen lopuksi leikkiä vai työtä. (Holbrook 1999: 18–19, Kuusela & Rintamäki 1999, 106). Leikki on arvo, jota tavoitellaan kulutuksella usein sen vuoksi, että leikki koetaan hauskana. Hauskuus taas on asia, jota ihmiset yleensä haluavat elämäänsä (Grayson 1999: 106).

Asiakkaan arvot ovat siis lähinnä päämääriä ja haluttuja lopputuloksia, joihin asiakas pyrkii, kun taas asiakkaan kokema arvo koostuu useasta eri osatekijästä. Toisaalta asiakkaan kokema arvo on konkreettisempaa, koska siihen liittyvät lisäksi tuotteen ominaisuudet, mutta se sisältää myös asiakkaan henkilökohtaisia arvoja ja päämääriä. Asiakkaan kokema arvo syntyy kulutustilanteessa, kun vastaavasti asiakkaan arvot ovat yleisluontoisempia ja ne ohjaavat asiakkaan elämää laajemminkin. Asiakkaan henkilökohtaiset arvot toimivat siis eräänlaisina kriteereinä asiakkaan kokemalle arvolle. (Payne & Holt 2001: 163.) Kulutus nähdään (uudenlaisen) arvon ja merkityksen luomisena ja niiden siirtämisenä. Kulutuksella on sosiaalisia, rituaalisia ja funktionaalisia tarkoituksia (Firat & Dholakia 1998).

## 2.2. Pelaaminen kokemuksellisena kulutusprosessina

IT-kuplan puhkeamiselle immuuniksi osoittautunut peliteollisuus on lamakausia uhmaten kasvanut jo viimeiset 20 vuotta. Peliteollisuus on vastikään noussut viihdeteollisuuden suurimmaksi osa-alueeksi (Eskelinen 2005: 8–9). Mika Panzar toteaa, että pelit ja leikit eivät tuhoa käyttäjiänsä vaan ne viitoittavat tietä tulevaisuudelle. Riski eurooppalaisessa älyllisesti suuntautuneessa ja hierarkkisessa tietoyhteiskunnassa on se, että tietotekniikkaa ei vakavasti edes kehitetä viihteen ja hauskanpidon tarpeisiin (Panzar: 1996).

Sonja Kangas (2009) kuvaa etenkin video- ja tietokonepelien kehittävän nuorten ja lasten visuaalista hahmottamista. Muotojen hahmottuminen paranee ja ongelmanratkaisu tehostuu. Tietokonepelien kulttuurisen, sosiaalisen, taloudellisen ja esteettisen merkityksen ja statuksen kasvu heijastuu myös niiden käytössä muuhun kuin vain itseisarvoiseen pelaamiseen ja viihtymiseen. Pelejä tullaan käyttämään yhä enemmän koulutuk-

nessa, oppimisessa, viestinnässä, markkinoinnissa ja poliittisessa vaikuttamisessa, mikä puolestaan voi huomattavasti nostaa pelien tällä hetkellä varsin alhaista kulttuurista ja sosiaalista statusta (Eskelinen 2005: 19).

### 2.2.1. Mitä pelaamisella tarkoitetaan?

Tarkoituksena ei ole tutkia, mitä peli on, vaan mitä peli pelaajalleen aiheuttaa. Kulutuksen päämääränä on pelaaminen, josta syntyy kulutuskokemuksia. Siksi on tärkeää tarkastella, mitä pelaamisella tarkoitetaan. Ermi ja Mäyrä (2005) toteavat, että ymmärtääksemme peliä, tulee ensin ymmärtää, mistä pelaamisessa on kyse. Toiseksi ymmärtää pelaajaa ja kolmanneksi pelin pelaamisen kokemuksellisuutta.

Pelaamisen määrittely ei ole selkeää ja yksiselitteistä. Pelaamiseen liittyy monia vivah-teita sekä termi voidaan ymmärtää monella eri tavalla kontekstista riippuen. Edes kaikki pelitutkijat eivät osaa tyhjentävästi kertoa, mitä pelaaminen on. Peliarvosteluissa saate-taan sanoa, että onnistunut peli on pelattavuudeltaan hyvä. Mitä on pelattavuus? Pelitut-kija Aki Järvinen kertoo, että pelattavuus ei ole kovin kaukana käytettävyydestä (2002). Järvisen näkökulmasta tutkimusta pelattavuudesta tarvitaan, jotta osataan arvioida ja suunnitella esimerkiksi tiedonhaun sijasta aistimuksellisuutta, elämyksellisyyttä ja no-peatempoista viestintää painottavia sovelluksia ja tuotteita (Järvinen 2002).

Käsitteiden määrittelemisessä täytyy lähteä liikkeelle siitä, mistä pelaaminen alkaa, mi-hin se loppuu ja mistä siinä välillä kehkeytyvä pelikokemus koostuu. Englanninkielinen termi 'gameplay' viittaa tähän kaikkeen. Gameplay on pelin ydin: se tekee yksittäisestä pelistä sellaisen kuin se on. Suomennettakoon termi 'pelinomaisuudeksi'. Pelinomai-suudessa on kyse pelaajan ja pelin vuorovaikutuksesta ja pelattavuudessa (engl. 'playability') tämän erityisen vuorovaikutuksen laadusta. Pelinomaisuus rajautuu aikaväliin, jona pelin säännöt ovat käytössä eli pelaajat pelaavat niiden sallimissa ra-joissa. Pelinomaisuuden rakenne syntyy sääntöjen ja pelaajien vuorovaikutuksesta. (Järvinen 2002.)

Digitaalisten pelien suunnittelija Chris Crawford (1982) mukaan pelinomaisuus on pe-laajien ja sääntöjen vuorovaikutusta. Vaikka pelaamisen ja pelillisyyden määrittelyssä ollaan kiistelty, ollaan yhtenevää mieltä kuitenkin siitä, että pelaaminen ja pelinomai-suus tarkoittaa jonkinlaista vuorovaikutussuhdetta. Pelinomaisuus sijoittuu erikoislaa-tuiselle hämärän rajamaalle, jossa kohtaavat muodolliset, pelin säännöistä kehkeytyvät (ns. emergentit) ominaisuudet ja vähemmän muodolliset sekä hyvin inhimilliset pelaajat,

jotka – kumma kyllä – nauttivat siitä, mitä ovat tekemässä. Karkeasti sanottuna, pelit ovat muodollisia systeemejä jotka tuottavat epämuodollisia kokemuksia (Juul 2002).

### 2.2.2. Miten pelejä kulutetaan?

Pelaamista ei tule nähdä suppeana käsitteenä, vaan pelaaminen ulottuu useille elämän toimialoille. Elämässä on monia sääntöjä, jonka puitteissa ”pelataan”. Pelaaminen ei näin ollen rajoitu vain ”Aliakseen” ja ”Tetriksen”. Pelaaminen voidaan yhdistää mm. turismiin, matkustamiseen, televisio-ohjelmiin ja jopa juoruihin. Lista aktiviteeteista on loputon. Tyypillisiä pelaamisia kuvaavia toimia nimitetään viihteeksi, virkistykseksi, huviksi tai harrastukseksi. Toiminnot, joissa voidaan olettaa olevan tiettyjä sääntöjä - sanomattomia tai sanottuja - luovat pelikentän, jonka puitteissa pelataan.



**Kuvio 2.** Pelin tasot privaatista julkiseen (Sutton-Smith 1997).

Toiminnan kuvauksen rajaus on usein häilyvä, joten Brian Sutton-Smith (1997) jäsentää pelaamisen privaattista toiminnasta julkiseksi käyttäytymiseksi (ks. Kuvio 2). Siirryttäessä yksityisestä pelaamisesta julkiseksi pelaamiseksi sääntöjen rooli kasvaa. Pelaamista ovat mielikuvituspelit, solidaariset pelit, epäviralliset sosiaaliset pelit, yleisöä varten tuotetut pelit, esityspelit, juhlat ja festivaalit, kilpailulliset pelit sekä riski- ja erikoispelit. Pelien taso on jaoteltu hyvin intiimistä julkiseen pelaamiseen. Intiimiä pelaamista on mielikuvissa tapahtuvaa leikkelyä ja unelmointia. Tämän tason pelaaminen on hyvin subjektiivista eikä se näy muille. Tämän tason pelaamiseen ei tarvita ulkoisia sääntöjä vaan säännöt voivat vaihdella tai niitä voi kehittää itselleen sopivaksi. Sääntöjen rooli on parhaimmillaan olematon. Toisessa ääripäässä julkiset pelit edellyttävät fyysisiä ponnisteluja, joihin sisältyy myös erilaisia fyysisiä riskejä. Riski kasvaa sitä mukaan, mitä julkisemmaksi pelaaminen luokitellaan. Brian Sutton-Smith (1997) esimerkillistää pelaamisen laaja-alaisena toimintana, jolloin jokaiseen toimintaan liittyy pelin aloitus, lopetus ja pelikokemus.

Nettipokerin pelaaminen voitaisiin Sutton-Smithin (1997) luokittelun mukaan yhdistää pääosin kilpailullisiin peleihin, joihin liittyy mm. pelaaminen rahasta. Jaottelun mukaan nettipokerin pelaamisen taso on julkista. Muita kilpailullisiin peleihin luokiteltuja ovat mm. rahapelit, verkkopelit, uhkapelit, taitopelit ja tietokonepelit. Kuten Sutton-Smithin (1997) luokittelussa nähdään, nettipokeria ei luokitella riski- ja erikoispeleihin. Tämä johtuu siitä, ettei itse pelitilanteessa ihminen riskeeraa terveyttään tai elämäänsä. Pelkkä nettipokeripeli ei voi aiheuttaa fyysistä riskiä, mutta menetettyään rahansa ihminen saattaa menettää myös terveytensä. Sutton-Smithin luokittelua kuvaa itse pelaamisen hyvin horisontaalisti. Toiminta nähdään yhdensuuntaisena toimintana, jonka vaikutuksia pelaajaan ei huomioida. Kuvio on kuitenkin esimerkillinen tuodessaan esille sitä, mitä kaikkea pelaaminen voikaan olla.

Ranskalainen filosofi Roger Caillois (2001: 12–13) on jakanut pelaamisen ja pelikäsitteen neljään perustavasti toisistaan eroavaan ryhmään, joiden jokaisen ”pelillisuus” on luonteeltaan omanlaatuistaan ja erityistä. ”Agon”-pelit Cailloisin jaottelussa perustuvat kilpailulle ja konflikteille, kun ”mimikry”-pelit puolestaan ovat perustaltaan jäljittelyä ja eläytymistä. Kolmas pelityyppi ”ilinx” sisältää pelit, joiden mielihyvä liittyy huimaukseen tai fyysisiin elämyksiin, kuten erilaisissa pelillisissä huvipuistolaitteissa. Viimeinen pelityyppi ”alea” perustuu sattumaan tai onneen; tyypillisiä esimerkkejä ovat noppapelit ja lotto. Lisäksi Caillois tekee vielä perustavamman asteen erottelun tiukoista säännöistä vapaan leikin (paidia) ja tiiviimmin sääntöihin pohjautuvan pelillisyyden (ludus) välille. (Caillois 2001.)



Esimerkiksi tietokonepelit voidaan Cailloisin (2001) mukaan luokitella sekä agon-, mimikry- että alea peleihin. Huimausten ja fyysisten elämysten määrä jää oletettavasti tietokonepeleissä hyvin minimaaliseksi. Tosin tekniikan kehittyessä, yhä vahvemmin myös fyysiset ominaisuudet liitetään tietokone- tai videopelaamiseen, esimerkiksi 3D-tekniikan avulla. Agon pelinä tietokonepelien tavoitteena on voittaminen ja kilpailu muita pelaajia vastaan, mimikry pelinä eläydytään ja uppoudutaan peliin niin syvälle, että ympärillä oleva maailma katoaa ja alea pelinä tietokonepeli pohjautuu onneen ja sattumaan. Cailloisin näkökulmasta itse voitto voi olla myös päämäärä, eikä pelaamiskokemus asetu niin suureen rooliin. Pelikokemus ei tuota aina nautintoa pelaajalleen. Tavoitteena ei ole viihtyminen pelaamistilanteessa, vaan minimaalisin kokemuksiin pääseminen voittoon. Tällöin voittaminen on usein sidoksissa rahaan. (Caillois 2001.)

Sutton-Smithin ja Cailloisin luokittelussa on paljon yhtäläisyyksiä. Kumpikin ovat sitä mieltä, että pelaaminen liittyy elämän eri osa-alueisiin ja pelaaminen voidaan nähdä sekä fyysisenä että psyykkisenä kokemuksena. Pelin ja leikin raja on häilyvä, eikä jyrkkää teoreettista tapaa näiden kahden toiminnan erottamiseen tahdo löytyä. Sopivampaa onkin puhua siten aikaisemmin mainitusta ”pelillisyydestä” ja ”leikinomaisuudesta”. Eroavaisuudet näiden kahden tutkijan tulosten välillä näkyvät pelaamisen ja leikkimisen käsitteiden jaottelussa. Caillois huomioi sääntöjen roolin pelaamisessa selkeämmin kuin Sutton-Smith. (Vrt. Caillois 2001; Sutton-Smith 1997.)

Cailloisin (2001) mukaan leikissä sääntöjen rooli on pienempi kuin pelaamisessa, jolloin jako pelaamisen ja leikkimisen välillä selkeytyy. Pelaamisessa on kyse sosiaalisten sääntöjen seuraamisesta. Sääntöjen seuraaminen edellyttää sisäistä motivoitumista. Motivaatio syntyy nautinnosta saada käyttää tai olla osana interaktiivista toimintaa. Kuluttaja nauttii tilanteesta sellaisena kun se on. Nauttiiko kuluttaja sitten myös häviämisestä? Todennäköisesti ei. Kuluttaja kuitenkin nielee häviönsä, koska tietää, että häviäminen on osa kulutuskokonaisuutta. Pelaaminen voidaan siten nähdä enemmän systemaattisempana toimintana, kuin leikkiminen. Sutton-Smith tekee jaottelun leikin ja pelaamisen välillä sen subjektiivisuuden mukaan. Myös Millar (1968: 36–37, 242) toteaa, että leikki on usein pelkän fantasian ja mielikuvituksen tuotosta, johon on vaikea liittää motiiveja. Leikistä seuraa jännityksen ja ilon tunne sekä tietoisuus jostakin, mikä on toista kuin tavallinen elämä (Huizinga 1984: 93; Meier 1986, 271–272).

### 2.3. Motiivit pelien kulutuksessa

Tässä luvussa perehdytään siihen, miten pelaamisesta saatava arvo motivoi kuluttajia. Arvot ja motiivit ovat hyvin läheisessä suhteessa toisiinsa. Arvot ovat sitä, minkä toteuttamista varten jokin viime kädessä on tai tapahtuu. Asenteet liittyvät puolestaan läheisesti arvoihin. Asenteet ja arvot eroavat toisistaan siten, että arvot ovat ikään kuin kohteiden ja tilanteiden yläpuolella. Asenteet puolestaan viittaavat tiettyihin objekteihin ja tilanteisiin liittyen uskomuksiin. Arvot voivat olla toiminnan perusmotiiveja, jotka määräävät tahtomista. Arvot ja normit luovat pohjan motiivien kehittymiselle. (Entonen & Lyytinen 1979.)

Pelaamisessa on kyse tekemisestä, ajattelusta ja päätöksenteosta. Pelikokemus koostuu osista, jotka jakautuvat psyykkisiin ja mentaaliin kokemusalueisiin. Erilaiset pelit motivoivat eri tavalla. Nopeutta vaativat ammuskelupelit vaativat sorminäppäryyttä ja nopeaa havainnointia, kun taas nettipokerin tapaisissa ”ajattelupeleissä” vaaditaan optimointia ja taktikointia. Jokainen pelikokemus syntyy sen asettamien sääntöjen puitteissa, pelaajien omista kyvyistä sekä pelin vaikeustasosta. Voidaankin sanoa, että pelaaminen kokemuksena motivoi kuluttamaan. Kokonaisvaltainen kulutuskokemus selittää pelimotiivien luokittelua.

Kuten pelaamisen motiiviluokittelussa (*saavuttaminen, sosiaalisuus ja immersio*) myös kulutuskokemuksissa nähdään päällekkäisiä piirteitä. Pelaamisesta aiheutuneista kokemuksista syntyy motiiveja, jotka jaetaan hedonistisiin ja utilitaristisiin motiiveihin, joista kerrottiin luvun alussa. Prensky (2002) vastaa kysymykseen, ”Kuinka pelaaminen kokemuksena synnyttää motivaation?”, hyvin yksinkertaistaen: ”Pitämällä pelaaja sitottuna peliin joka hetkessä. Pelin on jokaisella sekunnilla (joskus jopa nanosekunnilla) haastettava pelaajansa – psyykkisesti, älyllisesti ja emotionaalisesti. Jatkuva haaste, tiettyssä kontekstissa ja kuluttajalle sopivassa tieto-taito tasossa, luo motivaation”. (Prensky 2002.)

Reichwald ja Piller (2006) ovat eritelleet motivaatiotekijät ulkoisiin, sisäisiin ja sosiaalisiin tekijöihin. Ulkoisiin tekijöihin lukeutuvat taloudelliset tai rahan rinnastettavat palkinnot, tuotetyytyväisyys ja epäsuorat hyödyt, kuten itse brändäys tai markkinointi. Sisäisiin tekijöihin kuuluvat tyytyväisyyden tunne ja virtauksen (flow) kokemus, epävarmuuden vähentyminen sekä ylpeys tekijyydestä. Sosiaalisissa tekijöissä altruismi toimii motivaation perusajurina. Lisäksi vertaisryhmien huomio, sosiaalinen arviointi ja

tuki sekä yhteistyöltä saatava tunnustus tuottavat arvoa pelaajalle. (Reichwald & Piller 2006.)

Kuluttamista ohjaavia tekijöitä ovat: halu, tarve, jännite tai tyytymättömyyden tunne nykyisessä tilassa. (Chisnall 1994: 23–58.) Tutkijat ovat yhtenevää mieltä siitä, että kuluttajakäyttäytymistä selittävinä ja ohjaavina tekijöinä voidaan pitää motiiveja (Hawkins, Best & Coney 1986; Engell & Blackwell 1982). Motivaatiolla tarkoitetaan tilaa, jonka motiivit saavat aikaan. Jotta yleismotivaatio aktivoituisi, tarvitaan tilannekohtaista virittymistä. Eri tilanteissa ja olosuhteissa tapahtuneiden toimintojen avulla saavutetut kokemukset määräävät yksilön emotionaalisen vaikutuksen. Motivaatio on käyttäytymisen syy ja motiivi edustaa näkymätöntä sisäistä voimaa, joka stimuloi ja pakottaa yksilön vastaamaan käyttäytymisellään (Hawkins, Best & Coney 1986: 380). Ongelman tunnistusvaiheeseen liittyy nykyisen olotilan ja halutun olotilan tunnistaminen ja eron tasoittaminen motiiviin liittyvän energian avulla (Engell & Blackwell 1982: 303–304). Tämä saa käyttäytymisen tavoitehakuiseksi ja yksilö alkaa työskennellä ongelman ratkaisemiseksi (Engel & Blackwell 1982: 301; vrt Hansen 1972: 120–122; Wärneryd 1986: 206–215).

Motiivit vaikuttavat päätöksentekoprosessiin ja ne pyrkivät vastaamaan kysymykseen, miksi jotakin tehdään (Rice 1993: 167–168). Miksi nettipokeriin kulutetaan? Toiminnan syyt eivät aina kuitenkaan ole selviä. Pelaaja ei välttämättä tiedä, mikä saa hänet pelaamaan tai mitkä ovat ne todelliset tekijät, jotka vaikuttavat siihen, että pelaaja valitsee juuri nettipokerin kulutuksen kohteekseen. Motiivit voivatkin olla tiedostettuja tai tiedostamattomia. Erään käsityksen mukaan motiivien tiedostaminen on toissijainen ilmiö, joka syntyy vasta persoonallisuuden kehityksen myötä (Hansen 1972: 117–120; Silvennoinen 1987: 9). Wärneryd (1986) määrittelee motiivin jonkin asteiseksi sisäiseksi, jokaisen yksilön voimaksi, joka ohjaa käyttäytymistä. Hänen mukaansa motiivin oletetaan aloittavan ja ohjaavan käyttäytymistä kohti päämäärää. Päämäärä puolestaan on tila, jossa tämä käyttäytymisen alkuun pannut voima tyydyttyy. Tällöin motiivi heikkenee tai lakkaa kokonaan. Tiivistäen Wärneryd kuvaa motiivin olevan odotusta tarpeen tyydyttymisestä tietyn päämäärän saavuttamisen avulla. Motivaation hän määrittelee niiden motiivien summaksi, jotka yksilöllä liittyvät tiettyyn päämäärään. (Wärneryd 1986: 203–206.)

Itse motiivitekijä voi kuitenkin olla sekä psyykkinen, että fyysinen. Fyysisiksi motiivitekijöiksi lasketaan kaikki ihmisen biologiaan liitetyt tarpeet kuten happi, vesi, ruoka, kivun lievitys, itsensä suojeleminen jne. Biologisiin tekijöihin voidaan osittain löytää vaikut-

teita myös sosiaalisista ja kulttuurillisista vaikutteista. Esimerkiksi ruoka sisältää kaloreita, joita voidaan laskea samalla, kun tyydytetään nälän tunnetta. Suojellessamme itseämme kylmältä, pukeudumme kulttuurin ja sosiaalisten tekijöiden, kuten normien vaikutuksen alaisena. Psykkiset motiivit johtuvat yksilön sosiaalisen ympäristön luomista tarpeista. Psykkiset tarpeet saavat alkunsa jo lapsen kehitysvaiheessa, kun lapsi ymmärtää tarpeen olla vanhempiansa kanssa vuorovaikutuksessa tarvitessaan lohtua, turvallisuutta ja ruokaa. Ympäröivä sosiaalinen instituutio vaatii kasvavalta lapselta tiettyjä arvoja ja käyttäytymismalleja. (Robertson 1970: 32–37.)

Useat ludologit, eli pelitutkijat (Eskelinen 2005; Lazzaro 2004; Prensky 2002; Sutton-Smith 1997; Yee 2008) ovat tutkineet syitä pelaamiseen motiivien avulla. Yhtenevää mieltä ollaan siitä, että motiivit ohjaavat kulutustoimintaa myös pelien suhteen. Sekä kulutuskäyttäytymistä että pelitutkimusta tehneet tutkijat toteavat, että motiiveja on hankala tutkia ja niiden vertailu on joskus jopa mahdotonta. Yee (2008) toteaa, että ei ole olemassa toisistaan suositumpia, populaarimpia motiiveja, jotka toimisivat pelaamista selittävinä tekijöinä. Useimmissa tapauksissa motiivit voidaan pelitutkijoiden mukaan ryhmitellä pelin luonteen mukaan (Eskelinen 2005; Lazzaro 2004; Prensky 2002; Sutton-Smith 1997; Yee 2008). Tietyn pelin pelaajia yhdistää samankaltaiset halut ja tarpeet pelata peliä. Näin ollen motiivien luokittelu antaa suuntaa sille, miksi ihminen pelaa juuri kyseistä peliä.

Pelaamista selittävät motiivit ovat aina subjektiivisia, jokaisen ihmisen sisäisiä tunteuksia, jotka aikaansaavat reaktion. Pelin luonne vaikuttaa siihen, mikä motivoi ihmistä kuluttamaan pelaamiseen. Verratessa nettipokeria lautapeliin saadaan varmasti erilaisia näkemyksiä siitä, mikä pelissä motivoi. Miksi juuri kyseistä peliä pelataan? Voidaan olettaa, että lautapelissä koetaan tärkeäksi pelin sosiaaliset tekijät, hauskuus ja leikki-mielisyys. Kun taas esim. videopeleissä arvostetaan taitoa pelata peliä ja peliin uppoutumista siten, että muu maailma katoaa ympäriltä. Siksi motiiviluokittelut tuleekin nähdä vain suuntaa antavina, eikä yksistään pelin kulutusta selittävinä tekijöinä. Ludologit tutkivatkin pelimotiiveja useimmiten vain tietyn pelin näkökulmasta. Yleispäteviä motiiviluokitteluja kaikkiiin maailman peleihin ei ole olemassa. Tähän tutkimukseen on koottu vahvimmat motiivitekijät video- ja virtuaalipeleihin, jotka vaikuttavat yleisesti pelin kulutukseen ja tästä näkökulmasta haetaan sopivia motiiveja selittämään myös nettipokerin kulutusta.

Nick Yee (2008) tutkii MMORPG:n (Massive Multiplayer Online Role-playing Game) tyyllisiä interaktiivisia roolipelejä, joista hän erottaa selkeitä motiivitekijöitä erilaisten

pelaajaryhmien luokitteluun. Hän huomioi tutkimuksissa erityisesti demografisia tekijöitä, kuten ikää ja sukupuolta. Luokittelussa hän kiinnittää huomiota myös pelaajien erilaisiin käyttäytymismalleihin ja rooleihin verrattuna muihin pelaajiin. Erityisesti häntä kiinnostaa pelaajan käyttäytyminen pelin aikana ja sen pohjalta kokemusten subjektiivinen määrittely motiiveiksi. Käytöksen tutkiminen selvittää kuluttajan sisäisiä kokemuksia pelistä (Yee 2008; Prensky 2002; Ermi & Mäyrä 2005; Lazzaro 2004).

**Taulukko 3.** Pelaamisen motiiviluokittelun pää- ja alakomponentit (Yee 2008).

<b>Saavutuksellisuus</b>	<b>Sosiaalisuus</b>	<b>Immersio</b>
<p><b>Eteneminen:</b> Prosessi, valta, akkumulaatio, status</p> <p><b>Tekniikka:</b> Numerot, kaavat, optimointi, kaaviointi, analysointi</p> <p><b>Kilpailu:</b> Muiden haastaminen, Provosointi, dominointi</p>	<p><b>Seurustelu:</b> ”Small-talk”, muiden auttaminen, ystäväystyminen</p> <p><b>Suhteet:</b> Henkilökohtaiset suhteet, tunteiden paljastaminen, tuen etsintä ja jakaminen</p> <p><b>Tiimityöskentely:</b> Yhteistyö, ryhmät, ryhmän tuloksellisuus</p>	<p><b>Löytäminen:</b> Tutkiminen, taustatietojen hankinta, ”kätettyjen” asioiden etsiminen</p> <p><b>Roolipelit:</b> Juonet, fantasia, henkilöhaahmot</p> <p><b>Kustomointi:</b> Värit, assessorit, tyyli</p> <p><b>Eskapismi:</b> Rentoutuminen, pakeneminen, välttely</p>

Yee (2008) mainitsee kolme motiiviryhmää, jotka selittävät pelaamista. Motiiviryhmät ovat jäsentyneet Yeen tehdessä tutkimusta, jossa hän pyysi haastateltavia osoittamaan motiivilistasta tärkeimmät ja voimakkaimmat motiivit, jotka koettiin henkilökohtaisesti tärkeäksi. Haastateltavilla oli jo aikaisempaa kokemusta MMORPG:n pelaamisesta (Yee 2008). Motiivit pelaamisessa ovat: saavutuksellisuus, sosiaalisuus ja immersio. Yee uskoo, että pelaajatyyppit voidaan luokitella pelimotiivien avulla, vaikka pelissä ko-

ettaisiinkin erilaisia motiiveja eri ryhmistä. Tämä onnistuu tutkimalla yksittäisten motiivien vahvuuksia, jolloin vahvimiksi koettu motiivi määrää pelaajatyypin. Jokaisessa motiiviryhmässä on alaryhmiä, jotka täsmentävät motiivien avulla pelaajaluonteen. (Yee 2008.)

### 2.3.1. Pelaamisen saavutuksellisuuden motiivit

Saavutuksellisuuden ryhmään kuuluvat motiivit sisältävät elementtejä etenemisestä, tekniikasta ja kilpailullisuudesta. Yeen (2008) saavutuksellisuuden motiivia voidaan verrata Holbrookin (2006) tehokkuusarvoon. Pelaajat voidaan jakaa kolmeen ryhmään näiden elementtien valossa. Taidokas, etenemään pyrkivä pelaaja kokee olevansa pelin avulla tai pelissä voimakas ja suorastaan kaikkivoipa. Tällaisia motiivitekijöitä herää kuluttajilla, jotka nauttivat voittamisesta ja huomaavat olevan pelissä parempia kuin muut. Itse pelin voittaminen ei yksistään ole tärkeää vaan se, että muut huomaavat pelaajan olevan parempi kuin muut. Varsin narsistisia piirteitä omaavaa pelaajaa motivoi pelaaminen prosessina, jossa kerta toisensa jälkeen onnistuu alistamaan vastustajansa. Pelaamisesta nousee usein esille myös statuksen hakemista ja taloudellista etua. (Vrt. Holbrook 2006; Yee 2008.)

Teknisiä pelaajia motivoivat numeraaliset todennäköisyydet, pelin laskelmallinen optimointi, erilaiset kaavailut ja oman sekä vastustajan pelin analysointi (Yee 2008). Tällaisia pelaajia motivoi pelin taustatutkiminen. Tietämys pelistä motivoi kuluttamaan. Pelaajat, jotka kuuluvat tähän ryhmään, kuluttavat todennäköisesti myös erilaisiin julkaisuihin, kuten alan lehtiin, opaskirjoihin, opetusohjelmiin ja kursseihin, joissa opetetaan pelaamisen ”saloja”. Tekniset pelaajat nauttivat omien osaamistensa esittelystä. Yhtenä taitona voidaan nettipokerissa pitää kanssapelaajien ”bluffaamista”. ”Bluffaamisella”, eli huijaamisella saadaan vastustaja uskomaan omalla pelikäytöksellään, kuten korkeiden panoksien asettamisella, että pelaaja on korkeimmilla korteilla voittamassa vastustajan, vaikka todellisuudessa kortit olisivat pienemmät kuin vastustajalla. Näin pelissä käytettävää valtaa voidaan käyttää myös teknisesti harhauttaakseen vastustajaa.

Kilpailullisuudessa päämäärä on usein pelin voittaminen ja rahan saavuttaminen. Pelaaja pelaa tosissaan, useimmiten ammatikseen. Ammattipelaajalla tarkoitetaan sellaista kuluttajaa, joka taidoillaan saavuttaa kuluttamalla pelaamiseen sellaisia rahaetuja, jotka mahdollistavat elämään pelkästään tai pääosin taloudellisesti pelin varassa. Muiden haastaminen, provosointi ja dominointi motivoivat pelaajaa viemään kulutusprosessin

päämäärään – voittoon – saakka. (Yee 2008.) Saavutus-motiivit viittaavat selkeään päämäärään, jossa pelaaja saa kokemuksista sellaisia arvoja, jotka tukevat yksilön statuksen, kunnioituksen, tehokkuuden ja erinomaisuuden tavoittelua (Holbrook 2008). Yeen (2008) saavutuksen motiivit ovatkin verrattavissa Holbrookin (2006) ulkoisiin arvotyyppeihin.

### 2.3.2. Pelaaminen sosiaalisena tapahtumana

Pelaajan sosiaaliset komponentit voidaan jakaa seurusteluun, suhteisiin ja tiimityöskentelyyn. Pelaaja, joka nauttii muiden pelaajien kanssa seurustelusta, hakeutuu sellaisten pelien pariin, jossa voi olla kontaktissa ihmisiin. Sosiaalisuus on arvo, joka pelistä saadaan. Tällaista pelaajaa motivoi muiden pelaajien auttaminen ja neuvominen sekä etenkin uusien pelaajien ohjaaminen. Tällaiset pelaajat ovat usein ystävällisiä muita pelaajia kohtaan. Seurustelevaa pelaajatyyppejä motivoi muiden pelaajaluonteiden kohtaaminen, jolloin itse peli ei ole niin tärkeässä roolissa. (Yee 2008.) Pelaaja voi olla sen verran taidokas, että häneltä kysytään myös neuvoja. Tällaisessa roolissa olevaa kuluttajaa kutsutaan mielipidejohtajaksi (Dubois 2000: 145). Mielipidejohtaja voi vaikuttaa muiden pelaajien kulutustapaan. Esimerkiksi uhkapeleissä mielipidejohtaja voi vaikuttaa toisen pelaajan rahapanosten suuruuden asettamiseen.

Suhteita tavoittelevat pelaajat pitävät itse peliä mahdollisuutena löytää uusia suhteita. Suhteet voivat olla virtuaalisia tai todellisia. Tällaisia pelaajia motivoivat erilaisten suhdeverkostojen luonti, jossa annetaan muille pelaajille tukea ja haetaan myös omaan pelaamiseen tukea. Tärkeässä roolissa on myös suhdetriisien ja ongelmien selvittäminen. Muut pelaajat ovat myös tärkeitä informaation jakajia. Muilta saadaan merkittävää tietoa, joka mahdollisesti edesauttaa omaa kuluttamistaan (Dubois 2000: 145). Tiimipelejä motivoi yhdessä toimiminen ja pelaaminen. Pelikokemus halutaan jakaa yhdessä, jolloin pelin sosiaalisuus näkyy yhteenkuuluvuuden tunteena eikä vain yksilöllisenä saavutuksena. Yksin pelaavat kokoontuvatkin ryhmään ainoastaan pakon edessä. (Yee 2008.)

Sosiaalinen kulutusmuoto voi olla päämäärä itsessään tai vaihtoehto muunlaiselle kulutukselle. Shoppailu voidaan nähdä sosiaalisena kulutusmuotona päivittäisten tapahtumien rinnalla, sosiaalisesta kontekstista irtautumista ja yksinoloa tai ajan jakamista muiden kanssa. (Dubois 2000: 146.) Sosiaalinen muoto tekee kulutuksesta merkillisen ja siihen liittyy vahvasti rituaalin ominaisia piirteitä. Rituaalit ovat tärkeitä tarkastellessamme itseämme tai sosiaalista ympäristöä, jossa toimimme. Jotta toiminnasta sosiaali-

sessä ympäristössä tulisi aktiivista, tulisi kanssakäymisen olla jaettua. Juuri kokemus sosiaalisesta peliympäristöstä, jossa kokemuksia jaetaan yhdessä, johdattaa pelaajan immersioon. (Dubois 2000: 152.)

### 2.3.3. Uppoutuminen peliin

On todettu, että ihminen on onnellisimmillaan silloin, kun hän on uppoutunut tekemäänsä tehtävään niin, että muu maailma katoaa ympäriltä (Csikszentmihalyi 1997). Matopelikisaan osallistunut Inka Pantzar (2002) kuvasi kokemustaan näin: *”Matopeliä pelatessani tuntui siltä kuin matkustaisin toiseen maailmaan. Ihmiset ympäriltäni hävisivät ja paikalla tuntui olevan vain minä ja kännykkäni sekä tietenkin mato. Mitä pidemmäksi mato ehti kasvaa sitä kurjempi olo oli madon lopulta kuollessa.”* Kokemus kuvaa virtuaalitodellisuuteen uppoutumista.

Yhdeksi koukuttavimmaksi motiivitekijäksi Yee (2008) nimeää immersion. Immersio motivoi pelaajia, joille itse pelaaminen kulutusprosessina luo arvoa. Immersio tarkoittaa tilaa, jossa henkilö uppoutuu tekemäänsä toimintaan niin, että kaikki muu ympäriltä unohtuu ja ajantaju voi kadota. Se tarkoittaa voimakasta psykologista eläytymistä ja median käyttäjän tuntemusta siitä, että hän sulautuu mediaan ja ”uppoaa” virtuaaliseen mediamaailmaan (Mediaopas 2009). Uuden median parissa immersio on vakiintunut merkitsemään ihmisessä keinotekoisien aistiärsykkeiden synnyttämää vaikutelmaa läsnäolosta ja toimimisesta virtuaalisessa tilassa. Peleistä puhuttaessa immersiollla viitataan usein pelaajan toiminnallisen kokemuksen uskottavuuteen pelimaailmassa.

Mediataitelija Heidi Tikka tuo esille myös Immersion toisen ulottuvuuden – immersio altistumisen. Tämä altistuminen on ymmärrettävä yhtäältä eräänlaisena haavoittuvuutena ja toisaalta katsojan, käyttäjän tai kokijan vastuullisuutena vuorovaikutustilassa. (Tikka 2001.) Immersiosta puhutaan myös koukuttavuutena. Koukuttavuutta voidaan verrata immersioon, sillä immersion on todettu aiheuttavan voimakasta eläytymistä peliin ja sitä kautta mielihyvää haetaan yhä uudestaan ja uudestaan samasta tai samankaltaisista peleistä. Koukuttavuus saattaa kuitenkin heikentää muiden motiivien tiedostamista tai esille tuloa. (Prensky 2002: 2–3.)

Tietokonepelien virrassa surffailemisen ja niiden rytmien löytämisen tuottama mielihyvä selittää pelien suosion vain osittain. Pelaamisen pakkomielle, joka ei ole sama asia kuin voittamisen pakko, on monilla pelaajilla lähes sairaaloinen. Aika kiittää ohi ja velvoitteet unohtuvat tietokonepelien täyttäessä pelaajan mielikuvituksen pelien suo-



mien palkintojen mitättömyydestä ja juonen niukkuudesta huolimatta. (Huhtamo & Kangas 2002: 221.) Immersio jakautuu neljään vaikuttajaryhmään: löytämiseen tai havaitsemiseen, roolipeleihin, kustomointiin ja eskapismiin. Ryhmien motiivit liittyvät vahvasti immersion kokemiseen. Peli saattaa innostaa etsimiseen ja löytämiseen. Kuluttaja, joka nauttii pelin seikkailullisuudesta ja uusien haasteiden saamisesta motivoituu pelin monipuolisuudesta ja elämyksellisyydestä. Pelistä haetaan toista ”todellisuutta”, joka tarjoaa kuluttajalle löytämisen iloa. Tällainen pelaaja pelaa todennäköisesti pelejä, joissa rakennetaan virtuaalista maailmaa ja jossa koetaan paljon erilaisia visuaalisia vi rikkeitä. (Yee 2008.)

Roolipelit motivoivat kuluttajia jotka nauttivat siitä, että saavat esittää jotakin muuta, mitä ovat tai muodostaa omaa identiteettiään roolihahmon kautta. Roolihahmoon liitty usein kuvitteellinen tarina tai ulkomuoto, joka miellyttää itseään. Internetin välityksellä ihminen voi esittää juuri sellaista, mitä haluaa. Nettipokerissa rooli voidaan valita esitettävällä kuvalla tai animoituna avatar- hahmona. Kuvat symboloivat eri käyttäjille eri asioita, mutta kuvilla on aina jokin viestinnällinen merkitys (de Saussure 1966: 68). Pelaajat joiden on tutkittu motivoituvan muuntelukyvystä haluavat erottautua muista pelaajista hyvin yksilöllisellä ja persoonallisella tyylillään. He saattavat muokata pelihahmoaan mieleisekseen tai koko pelityyliä. Kustomointi vaatii etenkin ajallisia resursseja. (Yee 2008.)

Ympäristö, pelaajat, jakaja, pelipöytä, nimimerkit, raha ja jopa pelitili voivat tuntua surrealistisilta. Ihminen haluaa tietyn virtuaalisen ympäristön johon uppoutua, ja jossa kohtalo ohjaa häntä. Eskapismi, eli ”pakeneminen” viittaa kuluttajan haluun paeta todellisuutta peliin. Peli vie kuluttajan sellaiselle tasolle, jossa ympärillä oleva maailma tuntuu hyvin surrealistiselta ja peli todelliselta. Muuttuva ympäristö koetaan hyvin rentouttavana ja siinä toimiminen miellyttävänä. Arjen stressi ei seuraa pelaajaa mukaan peliin ja tämän tyylinen pelaaja kuluttaa sellaisiin peleihin, joissa ei vaadita suuria kognitiivisia ponnistuksia. Suppeasti voidaan todeta, että kuluttaja haluaa pelin avulla niin sanotusti laittaa ”aivot narikkaan”. (Lazzaro 2004; Sutton-Smith 1994).

Yee (2008) toteaa ihmisen pakenevan usein sosiaalisten suhteiden aiheuttamia huolia peliin. Tämä näkökulma tulee esille etenkin roolipelejä pelatessa, jossa kuvitteellinen maailma tarjoaa virtuaalisia suhteita, jolloin ”oikeita” suhteita ei tarvita. Etenkin sosiaali- ja terveysalalla juuri tämän kaltaisten motiivien pelätään aiheuttavan yksinäisyyttä ja eristäytymistä todellisesta maailmasta. Kuvitteellinen maailma saattaa upottaa pelaajan niin syvälle peliin, että koko psyykinen olemus pitää virtuaalista maailmaa todellisena.

Kulutuskokemuksen kannalta immersio on progressiivisempaa kuin pelkästään toiminnan välittömässä läheisyydessä olemista.

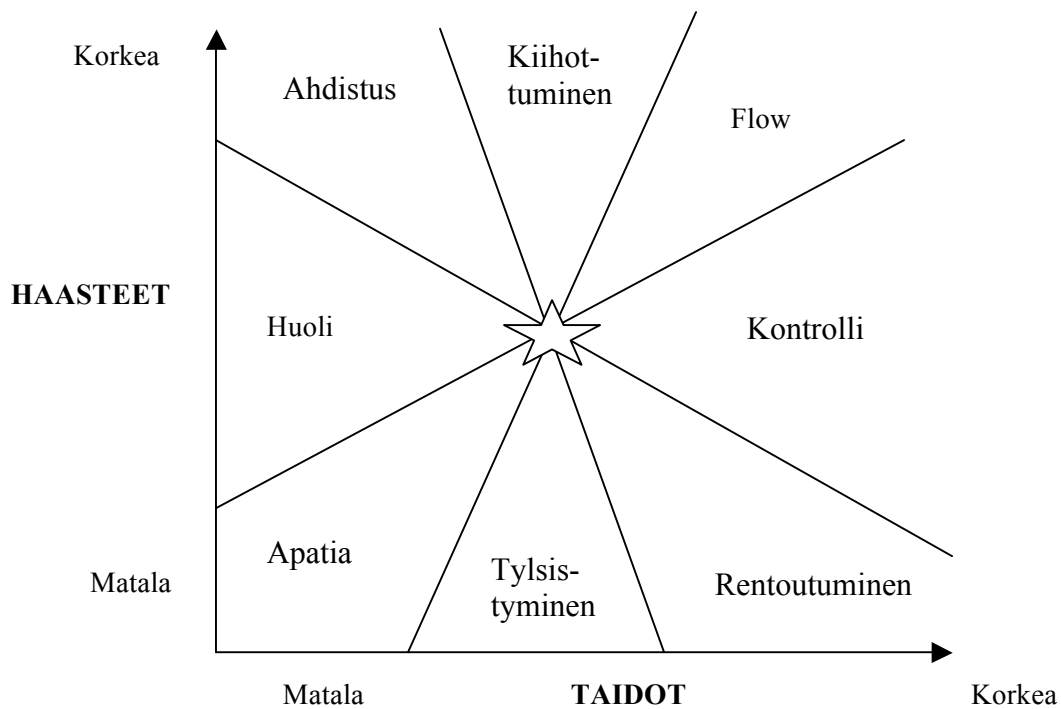
Eskapismiin liittyy vahvasti mystisyys, epärealistisuus tai hengellisyys. Ihmiset ovat kautta aikojen selittäneet tapahtumia kohtalolla tai uskonsa avulla. Kohtaloon liittämät illuusiot voivat olla vahvoja toimintoja ohjaavia motiiveja (Sutton-Smith 1997: 54). Kohtaloon liitetään usein myös uskonnollisia piirteitä. Olli Alhon (1981) mukaan uhkapelin ja uskonnon yhteys on helppo havaita. Kulttuuriantropologian näkökulmasta uhkapelien juuret näyttävät jo divinaatiossa, primitiivisessä ennustamisessa ja arpoimisessa. Divinaatiossa ei ole kyse uhkapelistä, koska kysymyksessä ei ole vetoaminen sattumaan tai onneen, pikemminkin se on yksi magian muoto, jonka puitteissa ihmiset uskovat supranormaalin tahdon tulevan pakotetuksi tai houkutelluksi esiin. (Alho 1981: 111.) Uhkapeli käytännöllisenä toimintana tuo mieleen uskonnollisia käytänteitä ja tapoja. Alhon (1981) kuvaus pokerin yhteydestä uskontoon on osuva:

*”Voidaan sanoa, että pokerinpelaajien usein monimutkaiset käsitykset pelikäyttäytymisen vaikutuksesta onneen, persoonallisuuden suhde tiettyihin kortteihin, kuten jokeriin, ja yleisesti ottaen rituaalinen käyttäytyminen muodostavat sellaisenaan eräänlaisen vaatimattoman maagis-uskonnollisen systeemin, jonka juma-luutena on jossakin määrin persoonalliseksi käsitetty ”onni”.”* (Alho 1981: 114.)

Uppoutumisesta puhutaan myös Flow- käsitteen yhteydessä. Flow tila on mahdollista saavuttaa, kun tekeillä olevan asian haastavuus ja tekijän kyvyt ovat ihanteellisessa suhteessa. Pelin tulee olla tasapainossa pelaajan kykyihin ja sen tulee olla tarpeeksi virikkeellinen, jotta pelaaja voi saavuttaa Flow- kokemuksen pelistä. Csikszentmihaly (1997) esittää kokemussympyrän, joka jakaa kokemuksen ja kokemuksen tyyppeihin (ks. Kuvio 3). Kuluttajan taidot vaikuttavat siihen, miten haasteet koetaan ja samoin toisinpäin.

Mikäli taidot ovat vähäiset ja haasteet korkealla, kuluttaja saattaa ensin huolestua ja lopulta ahdistua. Tämä saattaa aiheuttaa toiminnasta luopumista. Tällöin haasteellisuutta on laskettava tai taitojen kohennuttava. Esimerkiksi uudessa työpaikassa uudet tehtävät voivat tuntua aluksi liian haasteellisilta, mutta omien taitojen karttuessa, työstään voi oppia nauttimaan. Mikäli haasteita on vähän ja taitotaso korkealla, kuluttaja voi rentoutua. Kuluttaja kokee tylsistymistä, mikäli taitoja olisi, mutta ei haasteita, missä niitä hyödyntää. Sekä taitojen että haasteiden vähäisyys aiheuttaa kuluttajalleen apaattisuutta, kun taas korkea taito- ja haastetaso saavat parhaimmillaan aikaiseksi Flow-tilan. Esimerkiksi tutkimustyötä tekevä opiskelija saattaa kohdata flow- tunteen löytäessään työ-

hönsä sopivan materiaalin ja oivaltaessaan uutta. Flow itsessään on nautinnollinen ja palkitseva. (Csikszentmihalyi 1997: 14.)



**Kuvio 3.** Csikszentmihalyin kokemuksen tyypittely haasteiden ja taidon mukaan (1997).

Ihminen pystyy kontrolloimaan tilannetta, kun hänellä on riittävästi taitoa tekemiseen ja haasteita on sopivasti. Ihminen on tällöin tyytyväinen ja kokee onnistumisen tunteita. Kontrollin pysyessä vahvana myös riski pienenee. Kontrolliin liittyykin vahvat tiedolliset ja taidolliset ominaisuudet, jolloin kuluttaja tekee ostopäätöksensä saatavilla olevan informaation perusteella. (Csikszentmihalyi 1997: 14–20.)

#### 2.3.4. Pelin riskit

Vaikka kokemukseen liittyvää tietotaitoa olisikin, on kulutuksen yhtenä osa-alueena pelko epäonnistumisesta eli riskistä. Riskin tasoon vaikuttaa se, miten vahvasti kuluttaja sitouttaa itsensä kulutustapahtumaan (Solomon & Marshal ja Stuart 2008: 142). Flow-tila edellyttää kuluttajalta tietynlaista antautumista kulutustapahtumaan, jolloin kuluttaja joutuu tuotevalinnallaan altistumaan myös tietyn tasoisille riskeille. Kulutuksessa riskit voivat olla taloudellisia, fyysisiä tai sosiaalisia (Solomon & Marshal, Stuart 2008: 143). Dubois (2000: 231–232) määrittelee edellisten lisäksi näkemyksensä myös toiminnallisista ja psykologisista riskeistä.

Stone ja Gronhaug (1993) määrittelevät koetun riskin subjektiiviseksi odotukseksi menetyksistä, joita subjekteille koituu objektien hankinnasta, omistamisesta ja hävittämisestä. Varsinainen riskiteoria on tämän tutkielman tarkoitukseen liian laaja. Nettipokeri kuitenkin luokitellaan tuotteena mm. riskipeliksi pääosin sen taloudellisista riskeistä johtuen. Niinpä onkin hyödyllistä tarkastella pelaamista riskiteorian osakokonaisuudessa vain taloudellisten riskien valossa täydentäen tutkielmani teoriaa. Taloudellisilla riskeillä viitataan rahallisiin menetyksiin tai rahan epähyödylliseen käyttämiseen (Dubois 2000: 231). Taloudellista riskiä voi kokea sekä yksityinen henkilö että yritys. Taloutta uhkaavia riskejä ja niiden hallintaa koskevissa tutkimuksissa on tullut esille, että kuluttajat eivät aina joko tunnista talouttaan uhkaavia riskejä, eivät usko riskien koskevan itseään tai eivät muutoin katso olevan mitään tarvetta varautua riskeihin (Peura-Kapanen & Järvinen 2006).

Yleisen käsityksen mukaan riski on seikka, jota tulisi välttää. Se on negatiivista ja epäsuotuisaa kokijalleen. Miksi sitten koulutetut, järkevät ihmiset lähtevät vuorikiipeilemään tai hyppäämään laskuvarjolla? Riskihän on ilmeinen. Motiivi syntyy jännityksestä, johon liittyy riski. Jännitys on itsessään arvo, jota kulutuksesta haetaan. Taitojen karttuessa kulutustilanteen kontrolli kuitenkin minimoii negatiivisten, hallitsemattomien riskien kehittymisen (Csikszentmihaly 1997). Esimerkiksi lasten leikkikenttien monotonisuuden ja tylsyyden on havaittu ajavan lapset leikkimään muualle, mielenkiintoisempien ja usein vaarallisempien pelien pariin. Pelistä saatava arvo on siten niin rajallinen, että sitä täydennetään riskeillä. (Hedeltine 1995: 72.) Tämä vertaus on esimerkkinä aikuisten motiiveista riskipeleihin.

### 2.3.5. Pelimotiivien kokeminen

Kuten edellä kävi ilmi, Yee:n mukaan (2008) saavutuksellisuus, sosiaalisuus ja immersio ovat motiiviluokkia, jotka selittävät, miksi kuluttaja haluaa kuluttaa pelaamiseen. Xiang Fang ja John C. Mowen (2009) ovat täsmentäneet omassa tutkimuksessaan myös uhka- ja riskipelaamisen motiiveja, joita he löysivät viisi: raha, sosiaalinen kanssakäyminen, ongelmien pakeneminen, itsetunnon kohotus ja jännitys. Heidän motiiviluokituksensa täsmentää tässä tutkielmassa Yeen (2008) esille tuomia motiiveja, joita pelikokemuksesta syntyy.

Pelaaminen saa aikaan moniulotteisen ja subjektiivisen kokemuksen eikä pelaamisen syyt ole välttämättä selvillä edes pelaajalle. Pelaajat saattavatkin kokea pelin erilaisiksi eri tilanteissa, eivätkä siksi itsekään osaa sanoa selkeitä motiiveja pelaamiselle. Pelimotiivit voivat vaihdella myös pelaamisen elinkaaren aikana. Yee (2009) nimesi pelaamisen elinkaaren aikana olevan *viisi* eri vaihetta. Pelin aloittaessa (*starting*) kuluttajalle kaikki on uutta ja mielenkiintoista. Pelaajan oppiessa pelin säännöt ja kokeiltuaan peliä pelaajan omat tavoitteet alkavat selkeytyä. Yee puhuu tästä termillä ”*ramping up*”, eli pelaaminen suuntautuu eteenpäin. Kolmannessa – *mastery* vaiheessa pelaaja alkaa voittamaan pelejä tai pelaa turvallisuusalueellaan hahmottaen oman paikkansa pelissä. Neljäs vaihe (Burn Out) kuvaa pelaajan kaikkivoipuuden katoamista ja jopa loppuun palamista. Ensimmäiset turhautumisen tunteet tulevat esille ja pelaaja saattaa ihmetellä, minne aikaisempi pelaamisen hauskuus katosi. Viimeisessä vaiheessa (*Casual/Recovery*) pelaaja keksii keinon, miten pelissä ei kuluta voimavarojaan loppuun. Tämä näyttäytyy oikean tasoisten ja itselleen mieluisien pelien valitsemisessa. (Yee 2009.)

Pelimotiivit voidaankin nähdä suuntaa antavina olettamuksina pelaamiselle, vastaten yleisesti ottaen siihen, miksi peliä pelataan. Fang ja Mowen (2009) tutkivat neljän eri pelilajin (peliautomaattien, korttipelien, urheiluvetojen, mainospelien) pelaajia. Pelaajia oli yhteensä 1158. Fang & Mowen (2009) tekivät havainnon, että motiivit voidaan jakaa ääripäihin, jolloin tietyt motiivit asettuvat vahvemiksi, kuin toiset. Yeen (2008) sekä Fang & Mowenin (2009) osoittamat motiivit saavat yhtäläisyyksiä Pinen & Gilmoren (1998: 191–102) elämyksen alueista (ks. luku 2.1.2.). Viihteellisyys, opettavaisuus, esteettisyys ja eskapismi kuvaavat kokemuksesta syntyviä arvoja, jota se kuluttajalleen tarjoaa. Kokemus voi tarjota kaikkia näitä arvoja jopa samanaikaisesti, mutta kuluttaja kokee jonkun arvoista yleensä tärkeämmäksi kuin toisen. Kuluttaja voi osallistua kulutustapahtumaan joko aktiivisesti tai passiivisesti, eikä se merkittävästi vaikuta kokemuksen vahvuuteen. Kuluttaja saattaa uppoutua kokemukseensa yhtä vahvasti oli hän

sitten osallisena pelissä tai vain sivusta seuraajana. Pine & Gilmore (1998) puhuvat immersioista uppoutumisena ja sulautumisena.

Edellä mainituille tutkijoille yhteistä on se, että he yhdistävät motiivit kulutuskokemukseen. Motiivien tunnistaminen voi olla hankalaa, sillä ne kietoutuvat vahvasti arvoihin luoden yhdessä kulutuskokemuksen (Ks. Luku 2.1.2). Kuluttaja saattaakin mieluummin puhua siitä, mikä pelaamisessa on kivaa enemmän kuin, mitkä tekijät milloinkin motivoivat pelaamaan. Siksi kokemusta tuleekin tarkastella ehjänä tapahtumana, jossa kaikki vaikuttavat kaikkeen. Pine & Gilmoren (1998) kokemuksen elementit voidaan kuitenkin motiivien tavoin erotella niiden vahvuksiensa mukaan. Esimerkiksi passiivinen pelin seuraaminen voi olla vain tapa viihtyä porukassa ja tuntee kuuluvansa joukkoon. Peliä ei välttämättä seurata niin aktiivisesti ja katse saattaakin harhailla pelin kannalta epäolennaisiin seikkoihin, kuten korttien tai avattarien visuaaliseen ilmeeseen. Tämän kaltaiset mentaaliset toiminnot voivat kuitenkin motivoida kuluttajaa ilman, että hänen täytyy itse aktiivisesti toimia kulutustilanteessa. Tällöin vahvemmaksi motiiviksi nousee yhdessä olo ja sosiaalisuus, kun aktiivinen peliin osallistuminen.

Lähtökohtaisesti pelaajilla on tarpeita, joita he voivat pelaamalla tyydyttää. Tässä työssä tärkeintä on tarkastella yksilön kokemuksia nettipokerin pelaamisesta. Kuluttajan arvon mittaaminen on aina yksilöllistä, vertailevaa ja tilannesidonnaista. Holbrook (1999) toteaa hedonistisen kulutuskokemuksen olevan subjektiivista, yksilöllistä introspektiota. Tällä hän viittaa itsetarkkailuun ja -havaintoon, jonka tulkitseminen muille voi olla hankalaa. Tutkimus voi kuitenkin suuntaa-antavasti paljastaa millaisia kokemuksia kuluttaja kokee nettipokerin pelaamisen aikana ja mitkä tekijät motivoivat pelaajaa kuluttamaan peliin. Tässä työssä pyritäänkin tuomaan esille nettipokerista saatuja kokemuksia ja analysoimaan erilaisia syitä pelaamiseen, vastaten tutkimuksen tarkoitukseen ”Mikä saa kuluttajan pelaamaan nettipokeria?”.

### 3. TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT

Kolmas luku toimii siltana teorian ja empirian välillä, jonka avulla ohjataan lukijan katse kohti tulevaa empiriaa. Luvussa kuvataan aineistonhankintaa ja analysointia. Tämän lisäksi pohditaan tutkimuksen luotettavuutta. Tämä luku kokonaisuutena toimii ikään kuin alustuksena työn empiiriseen osuuteen, jossa kuluttajan kokemuksista pyritään tunnistamaan ne tekijät, jotka pelaamisessa kiehtovat.

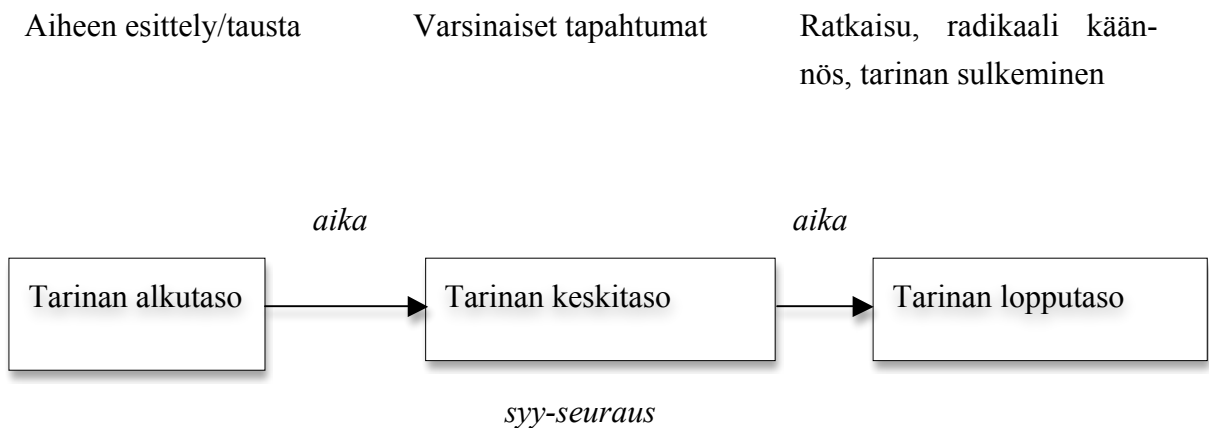
Tutkimuksen teoriaosuudessa löydettyjä havaintoja ilmiöstä heijastetaan empiriassa todellisuuteen; kuinka ihmiset ajattelevat ja toimivat todellisuudessa tai tarkemmin heidän omassa todellisuudessaan. Tarkastellessa nettipokerin pelaajan todellisuutta voidaan ilmiötä ymmärtää paremmin. Empiiristä aineistoa analysoidaan peilaten teoriaan, jolloin voidaan puhua vuoropuhelun omaisen tarkastelun vuoksi abduktiivisesta lähestymistavasta. Abduktiivinen päättely perustuu induktiiviseen päättelyyn, mutta käyttää hyväksi myös deduktiivista päättelytapaa (Cohen & Manion 1991: 3). Abduktiivinen päättely on teoreettisen pohjan ja empiirisen aineiston vuorottelua, jolloin tieteelliset löydöt ja teorianmuodostus ovat mahdollisia vain, kun havaintojen tekemiseen liittyy jokin johtajatus, eli esimerkiksi tutkimuksen teoreettisen osan pohjalta rakennettu viitekehys, joka ohjaa havaintojen tekemistä. (Grönfors 1985: 33).

#### 3.1. Tutkimusmenetelmänä narratiivit

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ihmisiä ei käsitellä objekteina, joiden käyttäytymistä määritellään tilastollisesti tai matemaattisesti, vaan tutkittavaa ilmiötä pyritään ymmärtämään ihmisten omien kertomustensa avulla. Narratiivista tutkimusta on käytetty etenkin henkilön elämänkerran tutkimuksissa (Flick 2006: 83). Elämäkertatutkimuksissa pyritään tutkimaan usein tiettyjä kehitysreittejä eli yksilökohtaista ajallista kehitystä (Syrjälä 2001: 213; Alasuutari 1994: 107). Tässä työssä selvitetään nettipokerin pelaamisen kehityskaarta, alkaen kuluttajan ensimmäisestä pelaamiskokemuksesta mahdolliseen viimeiseen pelikertaan. Näin ollen puheenvuoro annetaan nettipokerin pelaajille. Kun ihminen kertoo tarinaansa, hän samalla elää sitä. (MacIntyre 1981; Mishler 1986; Poirier & Ayres 1997.) Nettipokerin pelaajat muodostavat narratiiveja, joiden avulla saavutetaan tutkimuksen toinen ja kolmas tavoite. Vastaukset muodostuvat tarinoiksi, joissa on alku, keskikohta ja loppu (ks. Kuvio 4). Narratiivin kannalta keskeisintä on

lukijan tai kokijan näkökulma, aika, tapahtumat, kokemukset ja muisti. Jokainen haastateltava kertoo omasta pelaamisestaan tarinamuodossa.

Hyvä narratiivi on juonellisesti koherentti eli eheä. Koheesiota narratiiviin luovat muun muassa pronominit ja looginen kappalejako. Keskeistä kertomukselle on se, että tapahtumat järjestyvät temporaalisesti eli ajallisesti peräkkäin. Tapahtumien järjestyksen ei kuitenkaan tarvitse olla kronologinen. Hyvä narratiivi on myöskin ymmärrettävä. Narratiivin kertominen on kognitiivinen eli tiedollinen, viestinnällinen ja lingvistinen eli kielellinen tehtävä. (Cortazzi 1993: 85.)



**Kuvio 4.** Tarinan kulku (mukailtu Cortazzi 1993: 85).

Kertomukset sopivat empiirisen hermeneuttis-fenomenologisen tutkimuksen aineistoksi, sillä yksilö nähdään jäsentävän maailmaansa, luovan ymmärrystensä sekä rakentavan identiteettiä juuri kertomusten kautta. Kertomus on tietämisen muoto, joka on kenties ihmisen tärkein väline ajallisuuden ymmärtämisessä. Kertomukset jäsentävät eettistä paikkaamme maailmassa ja se on myös vuorovaikutuksen väline. (Hyvärinen & Löytty-niemi 2005: 189.) Tutkijana pyrin nostamaan tarinoista esiin pelaajalle merkityksellisiä arvoja ja motiiveja sekä kulutusellisia piirteitä. Asioita, joiden avulla voidaan tehdä ymmärrettäväksi nettipokerin pelaamisen tarve. Kuten tutkielman alussa kerrottiin, tutkimuksen luonne on kvalitatiivinen ja tutkimusote tulkitseva. Kvalitatiivinen tutkimus



ei ole aina tulkitsevaa, mutta tässä työssä tulkinta on välttämätöntä. Tulkinnalliselle ja hermeneuttiselle tutkimukselle on ominaista, että ymmärtäminen on kehämäinen prosessi, ei lopputulos (Kasanen, Lukka & Siitonen 1991: 313).

Koen suullisen kerronnan olevan sujuvampaa ja tähän kohderyhmään sopivampaa. Tarina pysyy tällöin vuolaampana ja kertojalle annetaan tilaa omille sanankänteille. Sana on vapaa, eikä kertojaa rajoiteta tarinassaan. Kertomus välittää aina kokemuksen ja perustelee siksi itse, miksi se kannatti kertoa (Chase 1995). Pelaaja ei välttämättä tiedosta itsekään, miksi hän kertoo sen, mitä kertoo. Kertominen auttaa ihmistä jäsentämään yksilöllistä, joskus jopa kaaosmaista kokemusta itselleen. (Poirier & Ayres 1997; Abma 2002.) Suullisesti tarinan kulkua on helpompi ohjata ja johdattaa kertojaa tuomaan esille juuri tätä tutkimusta varten keskeisimpiä teemoja. Haasteena on kuitenkin luottamuksen synnyttäminen kertojaan, joka paljastaa henkilökohtaisia kokemuksiaan tutkijalle. Etenkin traumaattisten kokemusten kohdalla ihminen saattaa olla haluton kertomaan siitä verbaalisesti tuntemattomalle henkilölle. Uhkana on tällöin, että tarina jää lyhyeksi eli alituotetuksi (Bauer & Jovhelovitch 2000: 68).

Narratiivisissa tutkimuksissa haastattelu voi koostua vain yhdestä kysymyksestä, jonka jälkeen haastateltava voi kertoa vapaasti tarinaansa. Haastattelun ensimmäinen avoin kysymys oli: *”Miten nettipokerin pelaaminen alkoi ja miten pelaaminen on kehittynyt tai muuttunut?”* Atkinsonin (2002) mukaan haastattelussa on lähdettävä liikkeelle avoimesta kysymyksestä ja annettava haastateltavan kertoa. Etuna on sellaisen informaation saaminen, jota ei välttämättä muuten olisi osannut kysyä. Vastaavasti huonona puolena on runsas materiaali, joka saattaa sisältää myös paljon turhaa tietoa (Stewart & Cash 1988). Haastattelijan rooli on auttaa tarinaa syntymään ohjaamalla kertoja sivupoiluilta takaisin olennaiseen ja auttamalla eteenpäin etukäteen mietityillä kysymyksillä. Haastattelussa ei esitetty välikysymyksiä kesken tarinan, vaan ainoastaan siinä tapauksessa, jos haastateltavien tarina tukahtui. Hiljaisuus on kultaa, joten haastateltavaa ei pitäisi keskeyttää (Huotelin 1992: 49). Haastattelijan tehtävänä on haastattelutilanteessa arvioida vastauksia ja tarpeen tullen kysyä uudelleen kysymyksiä, jos hän ei ymmärrä vastausta tai jollei vastaus ole tarpeeksi kattava.

Ihmisten tuottamista teksteistä – tarinoista – kumpuaa sosiaalisia ja kulttuurisia merkityksiä (Flick 2006: 73). Kielellisillä ilmaisuilla myös tuotetaan todellisuuden asiantiloja: kieli on sosiaalisen todellisuuden tuote samalla, kun se tuottaa tätä todellisuutta (Huotelin 1992: 67). Tekstejä voidaankin pitää sosiaalisen todellisuuden tulkinnan työkaluina. Tällöin keskeisiksi tekijöiksi nousevat ensinnäkin tutkimukseen osallistuvien henkilöi-

den kyky kääntää todellisuus teksteiksi ja toiseksi tutkijan kyky kääntää tekstit uudestaan todellisuudeksi. Tällöin voidaankin puhua niin sanotun uuden todellisuuden muodostumisesta. (Flick 2006: 83.) Kertomuksessa tulee olla vähintään kaksi tapahtumaa, jotta jokin ehtisi muuttumaan. Muutos, transformaatio ja prosessi ovat niitä asioita, jotka tekevät kertomuksen ja sen tutkimisen kiinnostavaksi. (Hyvärinen & Löyttyniemi 2005: 190.) Tässä tutkimuksessa tutkija kuuntelee, analysoi ja rakentaa kertomistapah- tumassa syntyviä sanallisia ja sanattomia kertomuksia ja tuo ne tämän tutkimuksen avulla yhteiseksi tiedoksi.

### 3.2. Aineiston hankinta

Tutkimusaineistona käytettävät narratiivit on hankittu harkinnanvaraisen otannan avulla. Harkinnanvaraisessa otannassa yksilöt on valittu harkiten sen perusteella, että yksilöiden uskotaan tietävän asiasta jotakin. (Kananen 2008.) Laadullisessa tutkimuksessa on suotavaa käyttää harkinnanvaraista otantaa, sillä tutkimuksessa otoskoko ei ole kovin suuri. Tutkimuksessa yritetään pyrkiä syvälliseen ymmärrykseen eikä laajaan yleistykseen. Kertomusten kertojat ovat kaikki nettipokerin pelaajia ja heidän löytämisekseen käytettiin apuna muiden ihmisten vihjeitä pelaavista kavereistaan ja tutuistaan. Näin tukena on käytetty lumipallo-otantaa (Tuomi & Sarajärvi 2002: 88). Valitut henkilöt ovat hyvin eritasoisia pelaajia. Eri tasoilla pelaavien vastauksista saatiin ymmärrystä siihen, miten pelaaminen voi muuttua ja miten eri motiivit ohjaavat pelaamista.

Tutkija oli yhteydessä pelaajiin puhelimitse ja tiedusteli heidän kiinnostustaan osallistua haastatteluun. Kaikki pelaajat suostuivat ja monet suorastaan innostuivat ideasta tulla kuulluksi. Heillä kaikilla oli pokerista vahvoja mielipiteitä ja intohimoa pelaamista kohtaan. Tarkoituksena oli saada pelaaja kertomaan avoimesti omasta pelaamisestaan ja päästä haastattelussa syvälliselle tasolle, jossa haastateltava kertoo, miksi hän pelaa nettipokeria. Pelaajat kertoivatkin mielellään omasta pelaamisestaan eikä heitä ollut vaikea saada puhumaan. Kaikki keskustelut nauhoitettiin ja informanteille kerrottiin tästä ennen haastattelua. Puolet pelaajista olivat täysin vieraita haastattelijalle, mutta tämä ei vaikuttanut haastateltavien puheliaisuuteen tai omien henkilökohtaisten kokemusten jakamiseen, keskustelut olivat hyvin syvällisellä tasolla. Tutkijan tehtävänä onkin tietoa kerätessä edistettävä näiden kokemusten esiin tuloa sellaisena, kuin tutkittava on ne elänyt (Nieminen & Åstedt-Kurki 1993).

Tarinoiden kertojat olivat iältään 19–34-vuotiaita, kotoisin Pohjanmaalta tai pääkaupunkiseudulta. Heistä yhdeksän oli miehiä ja naisia oli yksi henkilö. Tämä kuvastaa myös yleistä mies- ja naispelaajien suhdelukua Pohjoismaissa. Ruotsalaisen tutkimuksen mukaan miesten pelaaminen Ruotsissa on kymmenen kertaa yleisempää kuin naisten. Pelaajat ovat tutkimuksen mukaan suhteellisen nuoria, tavallisin pelaaja on 25-vuotias. Yli 40-vuotiaita on hyvin pieni osa pelaajista. (Stakes 2006.) Nämä suhdet luvut vahvistavat tämän tutkimuksen otannan osuvan hyvin keskeiseen pelaajasegmenttiin. Jokaista haastateltavaa yhdistää se, että he ovat pelanneet nettipokeria useiden kuukausien tai vuosien ajan, jolloin heillä arvioitiin olevan riittävästi kokemusta pelaamisesta. Joukossa on myös sellaisia pelaajia, jotka nimittävät itseään ammattilaispelaajiksi. Koska nimikkeelle ei ole varsinaista teoreettista määritelmää on nettipokerin ammattilaiseksi itseään tituleeraavan käytettävä omaa subjektiivista harkintaansa. Oletuksena voidaan pitää, että ammattilaispelaaja elättää itsensä nettipokeria pelaamalla.

Kaikki pelaajista eivät kuitenkaan pelaa säännöllisesti, mutta heille on kertynyt tarpeeksi kokemusta nettipokerin pelaamisesta, jotta heidän haastattelu on relevanttia tämän työn kannalta. Haastattelu tapahtui etukäteen sovittuna ajankohtana ja haastattelupaikka annettiin haastateltavan päätettäväksi, jotta ympäristö tuntuisi haastateltavalle mahdollisimman luonnolliselta. Haastattelupaikkana oli oma koti, työpaikka tai kahvila. Hälyn välttämiseksi pyrittiin ympäristöstä löytämään mahdollisimman rauhallinen ja intiimi paikka. Haastatteluympäristö on oleellinen osa haastattelua ja se voi vaikuttaa myös tuloksiin (Hirsjärvi & Hurme 2001). Laadullisessa tutkimuksessa on vaikea määrittellä etukäteen tutkittavien määrää, joten käytin tutkimuksessani kylläntymisen periaatetta, jolloin materiaalia on riittävästi silloin, kun tutkimuksen kannalta uutta relevanttia tietoa ei enää tule (Eskola & Suoranta 2000: 62).

Materiaalia tuli odotetusti paljon. Haastattelut kestivät keskimäärin puolisen tuntia. Haastattelun aikana tutkija oli äänessä ainoastaan esittäessään kysymyksiä. Tutkimuksen koko empiirinen aineisto litteroitiin ja narratiivien pituudeksi muodostui 1,5–2,5 sivua pitkiä tekstejä yhtä haastateltavaa kohti. Yhteensä litteroitua aineistoa oli noin 22 sivua, fontin ollessa Times New Roman ja fonttikoon 12.

### 3.3. Aineiston analysointitapa

Tutkimuksessa pohditaan ennen kaikkea syytä sille, mikä saa pelaajan kuluttamaan nettipokeria. Narratiivien analyysivälineenä käytettiin sisällönanalyysia, jonka avulla ai-

neistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. Sen avulla pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset ilmiön laajempaan kontekstiin ja aihetta koskeviin muihin tutkimustuloksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105.) Analyysin tavoitteena onkin rakentaa systemaattinen, kattava ja tiivistetty kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Analyysin lopputuloksena tuotetaan tutkittavaa ilmiötä kuvaavia kategorioita, käsitteitä, käsitejärjestelmiä ja malleja. (Kyngäs & Vanhanen 1999: 10–11.) Tutkija ei tyydy pelkästään kuvaamaan tutkimuskohdettaan, vaan haluaa lisäksi tulkita, selittää ja ymmärtää – tietää mitä ja miksi (Dey 1993).

Analyysin alkuvaiheessa aineiston yksiköt on numeroitu saapumisjärjestyksessä. Analyysi etenee tarinoiden litteroinnilla ja samankaltaisuuksien etsimisellä, jonka avulla saadaan selville tarinan temaattinen struktuuri. Tyypillisesti hermeneuttisesti ja tulkinnallisesti orientoituneet tutkimukset etenevät niin, että tekstuaalisen datan tulkinta etenee edestakaisina osa-kokonaisuus – sarjojen toistoina. Ymmärrys kehittyy toistojen aikana. Toisin sanoen menettely koostuu kahdesta luentatavasta. Ensimmäisellä kierroksella tekstit luetaan kokonaisuuksina, jotta saadaan yleiskuva kokonaisuudesta. Seuraava luentakerta on intertekstuaalisempi, jolloin eri teksteistä etsitään niistä nousevia yhteneväisyyksiä ja eroja. (Spiggle 1994: 492.)

Tarinoiden kertojat aloittavat kertomalla siitä, miten pelaaminen alkoi, miten se on ajan myötä muuttunut tai kehittynyt ja onko se mahdollisesti loppunut. Mikäli pelaaminen jatkuu, esitetään olettamuksia, mikä vaikuttaisi pelaamisen loppumiseen tai mihin haastateltava näkee pelaamisensa johtavan. Näin ollen tutkijalle oli yksinkertaisempaa jakaa tarina alku-, keski- ja lopputasoon. Analysoinnin tekee haasteelliseksi ihmisten kielellisten ilmausten tulkitseminen. Esimerkiksi elämäkertomuksissa ongelmana on usein eletyn kokemuksen rikkaus ja kielen köyhyys tätä rikkauden moninaisuutta ilmaisemaan (Cicourel 1972: 97). Kertomuksen rakennetta analysoidessa ei tule unohtaa sitä, että kahdella kertomuksella voi olla ulkoisesti samanlainen rakenne, mutta täysin erilainen merkitys (Alasuutari 1986: 20). Haastateltavien ikä, sukupuoli, koulutus ja maantieteellinen sijainti voivat myös vaikuttaa siihen, miten asioita ilmaistaan ja miten avoimesti henkilökohtaisista asioista kerrotaan. Tietysti myös kulttuurilliset erot vaikuttavat tarinoihin, mutta omassa tutkielmassani haastattelen vain suomalaisia, joten lähtökohtaisena oletuksena on, että kaikki elävät samankaltaisessa kulttuurisessa ympäristössä.

Tutkimustulokset esitetään niin selkeästi, että mahdollisimman laaja lukijakunta sen ymmärtää. Raportoinnissa tulen nojaamaan suoriin haastatteluotteisiin (lainauksiin) ja

omiin yhteenvedoihin sekä päätelmiin kaikista haastatteluista. Haastatteluotteet ovat olennainen osa empiriaa, sillä tutkittavilla on sitä kokemusta ja tietotaitoa nettipokerin kokemuksellisesta kuluttamisesta, mitä itselläni tai muilla lukijoilla ei välttämättä ole. Siksi on tärkeää pysytellä mahdollisimman neutraalina ja tuoda pelaajien kokema todellisuus ilmi sellaisenaan, kun se on kerrottu. Tutkittavien tarkka valinta edesauttaa tutkimukseni luotettavuutta ja sitä, että vastaukset kysymyksiini ovat syvällisiä ja täynnä merkityksiä. Haastattelun onnistuminen on riippuvainen kysymysten asettelusta. Tulosten laatu riippuu siitä, kuinka aineistoa analysoidaan – osasiko haastattelija poimia aineistosta oleelliset asiat ja tulkita ne oikein. (Hirsjärvi & Hurme 2001.)

### 3.4. Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden arviointia

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa käytettävistä käsitteistä ja luotettavuuden kriteereistä esitetään kirjallisuudessa erilaisia lähestymistapoja ja tekniikoita. Voidaan ajatella, että aineiston sisällön analyysin luotettavuus on yhteydessä aineiston keruun luotettavuuteen. Tynjälän (1991: 388) mukaan laadullisen tutkimuksen arviointikriteerit poikkeavat määrällisen tutkimuksen validiteetti- ja reliabiliteettikysymyksistä. Validiteetin arviointi kohdistaa huomionsa kysymykseen, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä ja siinä käytetyt mittarit vastaavat sitä ilmiötä, jota halutaan tutkia. Reliabiliteetilla viitataan perinteisesti käytetyn tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, toisin sanoen käsitteellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia. Voidaan puhua, että mittari tai mittaustoimitus on reliaabeli, jolloin tarkoitetaan, että se on pysyvä, antaa samoja tuloksia eri kerroilla (Eskola & Suoranta 2000).

Sandelowskin (1995) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuus on riippuvainen uskottavasta (luotettavasta) aineistosta, analyysiprosessista ja tulosten luotettavasta esittämisestä. Kaikki nämä ominaisuudet ovat kuitenkin riippuvaisia myös tutkijan kyvyistä. Keskeisiä kysymyksiä fenomenologisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa on pohtia: perustuvatko tutkimustulokset empiiriseen aineistoon, ovatko valitut tutkimusmenetelmät ja aineiston käsittelytavat tutkimustehtävän kannalta mielekkäitä ja pystyykö raportin lukija seuraamaan tutkijan ajatuksen kulkua ja tehtyjen ratkaisujen perusteluja loogisesti? (Perttula 1995: 39–47). Analyysivaiheessa tulkintojen perustana olevien suorien katkelmien kautta asetetaan lukijalle mahdollisuus nähdä pohja, josta tulkinta on lähtöisin. Tällä tavalla analyysin toistettavuus mahdollistetaan analyysin laadukkuutta epäilevälle.

Lincolnin ja Cuban (1985) mukaan laadullisen tutkimuksen arviointikriteerit ovat luotettavuus (credibility), siirrettävyys (transferability), seuraamuksellisuus (debendability) ja vahvistettavuus (confirmability). Tulosten uskottavuus riippuu niiden totuudenmukaisuudesta ja perustuu sille, mitä ihmiset kertovat omista kokemuksistaan, miten tutkija heidän käsityksiään selvittää ja millaisia havaintoja tutkija tekee (Denzid & Lincoln 2000: 20). Tähän vaikuttaa tutkijan sitoutuminen tutkimukseen ja tutkittavien luottamuksen saavuttaminen. Tässä tutkimuksessani perehtyneisyys nettipokeriin on suhteellisen laaja, sillä tutkija on itse seurannut sivusta läheisten ystävien pelaamista jo vuodesta 2006, pelaamatta itse kuitenkaan kuin kokeilumielessä. Aito kiinnostus on syntynyt juuri sivusta seuraamalla, olematta liian kriittinen tai tuomitseva.

Luottamuksen saavuttaminen haastateltaviin on helpompaa, kun on tietoinen tutkittavasta ilmiöstä ja tiedostaa pelaajien mieltymykset nettipokeriin. Tutustuminen ilmiöön on tapahtunut pelaajien välityksellä, joten ote haastatteluun on luontevaa. Myös haastateltavien intresseissä on tuoda oma äänensä kuuluviin sekä luoda totuudenmukaisia käsityksiä nettipokerin pelaamisesta ja pelaajista. Luotettavuutta voidaan Gabrielin (1990: 515) mukaan parantaa siten, että haastateltavalle esitellään tulokset ja otetaan huomioon hänen reaktionsa. Tässä tutkimuksessa alustavan analyysin tulokset esiteltiin kahdelle haastateltavista. Tulosten tulkinta vastasi haastateltavien alkuperäistä tarkoitusta, joten tulkintaa on jatkettu saman tyyllisesti myös muiden haastattelujen analysoinnissa.

Haastateltavat ovat tutkijan tuttavien ystäviä, jolloin lähestyttävyys on helpompaa. Tosin luottamuksen saavuttamiseen voi heikentävästi vaikuttaa tieto siitä, että tutkija tunsi henkilökohtaisesti muita nettipokerin pelaajia, jolloin omia tuloksia saatetaan ”kaunistella”. Tämä voi olla ongelmallista pienemmällä paikkakunnalla, jossa ihmiset usein helpommin tuntevat tai tietävät toisensa. Luonnollisesti tutkija ei kerro, ketä hän on haastatellut. Tutkimuksessa koettiin kuitenkin, että luotettavuutta lisää molempien, sekä ”tosi pelaajien” että kokeilumielessä pelaavien haastattelemisen, jolloin empiirisestä aineistosta tulee mahdollisimman monipuolinen, syvälinen ja totuudenmukainen. Näin ollen otanta on suoritettu *harkinnanvaraisesti*.

Kvalitatiivisen tutkimuksen ei ole tarkoitus tarjota seikkaperäistä siirrettävyyttä, vaan antaa lukijoiden käyttöön riittävästi tutkimuksen aikana koottua aineistoa, jotta lukijoiden olisi mahdollista itse tehdä omia johtopäätöksiä tulosten hyödyllisyydestä. Uusitalon (1991: 80) mukaan siirrettävyys liittyy tutkimuksen ulkoiseen luotettavuuteen ja liittyy kvalitatiivisen tutkimuksen yhteydessä aineiston teoreettiseen edustavuuteen. Tässä tutkimuksessa olennaisinta on tutkittavan ilmiön ymmärrettäväksi tekeminen, ei-

kä niinkään lopullisen totuuden löytäminen. Aineiston siirrettävyyteen vaikuttaa poimimani suorat lainaukset tekstistä, jotka auttavat lukijaa ymmärtämään teoriaa. Suoria lainauksia voidaan käyttää perustelemaan tutkijan tekemää tulkintaa, aineistoa kuvaavana esimerkkinä ja tekstin elävöittäjänä (Eskola & Suoranta 2000: 176).

Seuraamuksellisuudella viitataan laadullisen tutkimuksen inhimilliseen vaihteluun ja asetelmaan liittyviin muutoksiin (Lincoln & Cuba 1985: 299). Lincoln ja Cuba (1985: 299) viittaavat seuraamuksellisuudella siihen, että laadullisessa tutkimuksessa on aina läsnä sekä inhimillinen vaihtelu että ilmiöön ja asetelmaan liittyvä muutos. Seuraamuksellisuutta lisää se, että nettipokerin pelaaminen ja pelitermistö olivat minulle ennestään tuttuja, mikä puolestaan on saattanut rohkaista pelaajia ilmaisemaan käsityksiään ja kokemuksiinsa helpommin ja avoimemmin. Lincoln ja Cuba (1985: 300) tarkoittavat vahvistettavuudella sitä, että tutkimustulokset perustuvat aineistoon eivätkä tutkijan käsityksiin, vaikka tutkijan subjektiivinen vaikutus on laadullisessa tutkimuksessa aina läsnä.

Laadullisessa tutkimuksessa on kiinnitettävä huomiota myös eettisiin kysymyksiin. Tutkija on eettisesti vastuussa siitä, että tutkimustulos vastaa aineistoa (Kyngäs & Vanhanen 1999). Tutkimuksen eettisiä periaatteita voivat olla: luottamuksellisuus, avoimuus, lojaalisuus ja molemminpuolisuus. Informanteilla eli haastateltavilla on oikeus nimettömyyteen ja siksi olenkin päätenyt anonyymeihin haastatteluihin. Henkilöiden haastattelupaikat tai muut liian informatiiviset tiedot pidetään salassa. Lisäksi haastateltavat ovat alusta alkaen tietoisia, mitä varten heitä haastatellaan ja mistä tutkimuksessa on ylipäättään kysymys. Olen selvittänyt tekeväni tutkimusta pro graduani varten ja aiheenani on nettipokeri ja sen pelaajat. Tutkimuksen pääpainon kerron olevan pelaamisen syiden etsimisessä. En ole selvemmin täsmentänyt tutkivani motiiveja, arvoja tai kokemuksellisuutta. Koin, että tieto ei ole haastateltaville merkityksellinen.

Tutkittavan harhaanjohtamista tulisi välttää, joten siksi olen pitänyt kysymysten asettelun neutraalina enkä liian ohjailevana. En hae tutkimuksessani valmiita vastauksia, vaan toivon tutkimustulosteni olevan tuoreita ja parhaimmassa tapauksessa myös yllättäviä. Tutkimuksessa tulisi pyrkiä avoimuuteen ja rehellisyyteen. Esimerkiksi salaa puheen nauhoittaminen on tuomittavaa. Haastateltavan ei pitäisi tehdä lupauksia, joita ei pysty pitämään. Tutkimuksessa tutkijan on muistettava olla lojaali ja noudattaa sopimuksia. Annetuista lupauksista on pidettävä kiinni. En esimerkiksi lupaa informanteille lahjuksia vastaamisestaan, vaikka tällaisiinkin pyyntöihin törmäsin. Molempien osapuolien tulee olla vapaaehtoisesti mukana haastattelussa. Informantille tulisi selvittää, miksi ol-

laan kiinnostuneita juuri hänestä, miksi haastateltavan tulisi osallistua tutkimukseen ja miksi häneen tulisi intiimin yksityiskohtaisesti kertoa jostakin elämänsä osa-alueesta. Myös informantti on siten vastuussa tutkimuksesta ja siitä mitä tietoja antaa. (Huotelin 1992: 85.)



## 4. NETTIPOKERIN KOKEMUKSELLISEN KULUTTAMISEN ULOTTUVUUDET

Edellä on teorian valossa keskitytty siihen, mitä kokemuksellinen kuluttaminen tarkoittaa nettipokerin pelaamisen kontekstissa ja selvitetty työn metodisia valintoja. Työn empiirinen osuus etenee tarinoiden yleisestä deskriptiosta analyttisempaan yksilötasoon, jossa pyritään nostamaan esille pelaamisen elinkaaren eri vaiheista syntyviä kokemuksia. Pelaajien kertomukset pelikokemuksista tuovat esille motiiveja, jotka ohjaavat pelaajien toimintaa ja selittävät sitä, miksi nettipokeriin kulutetaan. Motiivit näytettyvät kokemuksina, joita nettipokeria pelaamalla saadaan. Tässä luvussa on tarkoituksena empiirisen aineiston analyysin avulla vastata tutkimuksen toiseen ja kolmanteen tavoitteeseen ja syventää näin ymmärrystä nettipokerin pelaamisesta kokemuksellisena ilmiönä. Tämä luku sisältää aineiston abstrahoinnin, eli aluksi aineisto hajotetaan analyttisen prosessin avulla käsitteellisiksi osiksi, jonka jälkeen synteessin osat kootaan uudelleen yhteen luoden tieteelliset johtopäätökset (Grönfors 1985: 145). Abstrahoinnin avulla syntyvät johtopäätökset voidaan irrottaa yksittäisistä henkilöistä ja siirtää yleiselle ja teoreettiselle tasolle. Suorat lainaukset on kursivoitu ja numeroitu tarinoittain. Tarinoiden kertojat on lueteltu liitteessä 1.

### 4.1. Pelaajien tarinat

Aineistoa käsitellään horisontaalasti, lukien koko aineisto läpi. Tarinoille esitetään kuka, mitä, missä, milloin, miksi ja miten kysymyksiä, joiden avulla saadaan selville tarinan minimirakenne. Näin huomio kiinnittyy sisältöön ja kontekstiin eikä niinkään tarinan rakenteeseen. Ensimmäisenä kysymyksenä selvitetään, kuka tai mikä on tarinan toimija ja mikä on hänen roolinsa. Sen jälkeen selvitetään, mitä hän tekee eli minkä toiminnan ympärille tarina kietoutuu. Kysymyksiin milloin ja missä vastaamalla selviää tarinan ”näyttämö” sekä tarinan taustat. Miksi -kysymys vastaa tarinan pohjimmaiseen tarkoitukseen eli siihen, mitä toimijat haluavat toiminnallaan saavuttaa.

#### 4.1.1. Päähenkilönä pelaaja

Pelaajat kertoivat tarinoissaan omakohtaisista pelikokemuksista ja siitä, mitä pelaaminen heille merkitsi. Useat pelaajat olivat innostuneita siitä, että heitä kuunneltiin ja heidän pelaamisensa kiinnosti. Monesti tarinoiden kertojat mainitsivatkin, että omasta pelaamisestaan ei ole aikaisemmin voinut syvällisesti puhua muille kuin omille kavereil-

leen tai muille pelaajille. Ulkopuolisille omien pelikokemusten jakaminen oli saattanut tuntunut jopa turhauttavalta, kun kuuntelija ei ymmärtänyt peliä. Yksi pelaaja oli jopa salannut oman pelaamisensa, jolloin ainoastaan pari ystävää ja avopuoliso tiesivät asiasta. Salailuun johti ympäristön negatiivinen asenne pelaamista kohtaan – myös muut pelaajat olivat kokeneet samaa. Kun omasta pelaamisesta ei olla totuttu avoimesti puhumaan, voi kokemusten sanoiksi pukeminen tuottaa hankaluuksia. Tarinan avulla ja lisäkysymysten ohjaamana kertojat pääsivät kuitenkin vauhtiin ja omista kokemuksistaan haluttiin kertoa suurella innolla. Epävarmuus katosi, kun pelaajat huomasivat, että he saavat kertoa tarinaansa juuri omalla tyylillään, omasta elämästään ja kuuntelija ymmärsi, mistä he puhuivat.

Tarinat alkoivat kaikkien kohdalla siitä, *miten pelaaminen alkoi*. Tämä johtui tutkijan esittämästä kysymyksestä: ”*Miten nettipokerin pelaaminen alkoi ja onko pelaaminen mahdollisesti on muuttunut?*”. Kaikki tarinoiden kertojat muistivat ensimmäisen pelihetkensä ja miten siinä kävi. Kysyttäessä aineistolta, kuka tai mikä kysymyksiä on selkeää, että pelaajat ovat itse tarinoidensa päähenkilöitä, sillä he kertovat tarinaa omasta elämästään. Pelaajien rooli tarinassa on merkittävä – ilman pelaajaa ei voi syntyä pelikokemuksia. Pelaajien itsetutkiskeluun palataan työn edetessä yksilötasolle, jolloin analysoidaan pelaajien omakuvaa pelaajana ja siihen liittyviä tekijöitä.

Nettipokerin pelaajat kuvasivat olevansa joko ammattilaisia, harrastelijoita tai jotain siltä väliltä. Jako oli suurpiirteistä ja suuntaviivoja omasta pelaamisestaan antava. Harrastelijoita olivat ne pelaajat, jotka pelasivat silloin tällöin ilmaisturnauksia tai pieniä rahapöytiä. Amatöörit pelasivat suurempia pöytiä, kohdaten enemmän rahallisia riskejä ja ammattilaiset pelasivat työkseen ansaiten suuremman osan tuloistaan pelaamalla. Ammattilaispelaajiksi itseään nimitti vain kaksi pelaajaa. Loput kahdeksan pelaajaa jakautuivat joko harrastelijoiksi tai he kokivat olevansa jotain siltä väliltä. Itsensä luokittelu ei ollut aivan vaivatonta, sillä pelaajille itselleenkin ei ollut ammattilaispelaajan ja amatöörin rajaviiva täysin selvää. Itseään amatööriksi luokitelleet olivat sitä mieltä, että ammattilaispelaajan tulisi tienata isompia summia, mitä he parhaillaan pelaamisestaan tienasivat.

Ammattilaisen titteli tuli selkeästi ansaita ja sen saavuttaakseen, tuli pelata paljon ja voittaa suuria summia rahaa. Usein puhuttaessa ammattilaispelaajista, otettiin puheeksi mediassa esiintyvät nimet, kuten Ilari ”Ziigmund” Sahamies tai Patrick Antonius. Julkisuuden henkilöt koettiin ihannekuvaksi ja heidän asemaansa selkeästi ihannoitiin ja kunnioitettiin. Omissa tarinoissaan esiintyneet julkisuuden henkilöt olivat idoleita, joi-

den elämää jopa kadehdittiin. Etenkin ne pelaajat, jotka kokivat olevansa ammattilaisen ja amatöörin välimaastossa toivoivat saavuttavansa joku päivä itsekkin ammattilaisen aseman. Pelaajilla vaikutti olevan suhteellisen realistiset käsitykset itsestään pelaajina, vaikka luokittelu amatöörin ja ammattilaisen välillä tuntui olevan subjektiivista. Tarinan kautta kertojat peilasivat huomaamattaan suhdettaan ympäristöön ja muihin ihmisiin. Tarinoissa alettiin julkisuuden henkilöiden lisäksi helposti puhumaan myös omista pelaajakavereistaan ja vertailemaan omaa pelityyliään myös siihen. Sitä kautta luotiin omaa peli-imagoa ja vertaamalla muihin voitiin hahmottaa, mihin pelaajakategoriaan itse kuuluu.

Pelaajista puolet olivat korkeasti koulutettuja. Heistä neljällä oli oma yritys, mutta ai-noastaan yhdelle pelaajalle pokeri oli ainut tulonlähde. Enemmän pelaavat ottivat poken selkeästi vakavammin kuin vähemmän pelaavat. Yleistäen voisikin sanoa, mitä enemmän pokeria pelattiin, sitä enemmän se verotti muuta henkilökohtaista elämää. Ajalliset resurssit pakottivat tekemään valintoja niin ihmissuhteissa kuin työnteossa. Tarinoiden kertojilla oli tarinoissaan hyvin laaja tietämys pokeripeleistä, pelisanastosta, kirjallisuudesta ja muista peli-ilmiöön liittyvistä seikoista. Puhe oli hyvin vuolasta ja kuuntelijan odotettiin ymmärtävän pelitilanteita ja pelin sääntöjä. Sanavalinnoissa luotettiin siihen, että tarinan kuuntelija ymmärtää, mistä kertoja puhuu. Pelin termejä tai sääntöjä ei selitetty auki. Pelaajat olivatkin selkeästi kokemustensa kautta perillä siitä, mistä pokerin pelaamisessa on kyse ja mitä ulottuvuuksia pelaamiseen liittyy.

#### 4.1.2. Tarinan näyttämö ja juoni

Mitä ja missä-kysymyksissä selvitetään, mitä tarinan kertoja tekee ja mikä on ympäristö, jossa toimitaan. Mikä on päätoiminta, jonka ympärille tarina kietoutuu ja mihin toiminta sijoittuu. Tarinoiden ”näyttämönä” toimi Internet. Kyseessä oli virtuaalinen ympäristö, jossa pelattiin pokeria, jolloin pois suljetaan kaikki muut Internetissä pelattavat virtuaaliset pelit. Fyysinen ympäristö voi vaihdella omasta kodista Live-turnausten pariin esimerkiksi Helsingin Casinolle. Fyysisellä ympäristöllä ei tarinoiden kannalta ole juuri-kaan merkitystä, vaan tarinoissa painotetaan virtuaalista ympäristöä, jossa pelaaja saa kokemuksia pelaamalla pokeria.

Vastakkaiset pelaajat eivät välttämättä ole samassa fyysisessä tilassa, vaan peliä voi pelata yksin kotona, jolloin kanssapelaajat voivat olla tuhansien kilometrien päässä toisistaan. Kontakti muihin ihmisiin on minimaalista ja useimmiten pelin aikana ainoa tapa kommunikoida muiden ihmisten kanssa on Internetin välityksellä. Tästä syystä useam-

mat pelaajat halusivat välillä pelata myös niin sanottuja ”Live-turnauksia” eli kasvokkain pelattavia pokeripelejä. Turnauksia pelataan mm. Helsingin Casinolla ja Vantaan Flamingossa. Etenkin pääkaupunkiseudulla asuneet henkilöt olivat kokeilleet myös livepelaamista. Kolme pelaajista kertoikin pitävänsä enemmän live- kuin nettipokerista sen sosiaalisemman ulottuvuuden johdosta.

Internetissä tapahtuva pelaaminen mahdollisti pelaamisen silloin, kun se itselleen parhaiten sopi. Tämä tekijä antoi vapauden pelaajille päättää, miten ja missä peliä pelattiin. Vapaus aiheutti osittain myös paineita, sillä ympäristö ei aina hyväksynyt peliin upotettavaa ajankäyttöä. Peliä pelattiin myös yöaikaan, jolloin pelaajien määrä Internetissä oli isompi. Tällöin valikoimat pöydistä kasvoivat ja mahdollisuudet eri tasoisille peleille olivat suuremmat. Tämä tarkoittaa sitä, että suomalaiset pelaavat nettipokeria myös muita kuin eurooppalaisia vastaan. Pelipöydän ääressä voikin istua samaan aikaan ihmisiä esimerkiksi Australiasta, Intiasta ja Chilestä. Peliympäristö on äärettömän kansainvälistä ja uusien kontaktien luominen ympäri maapalloa on helppoa.

Live ja Internet- pelaamisen rinnalla pokeria saatettiin pelata myös samassa huoneessa joko omilla koneilla tai samalla koneella kaverin kanssa. Näin ollen peliä voitiin pelata yhdessä, erikseen tai toisiaan vastaan. Kavereiden kanssa pelaamalla pystyttiin vaihtamaan omia pelikokemuksia ja samalla haettiin kokeneemmilta pelaajilta neuvoja omaan pelaamiseen. Kommunikointi eri fyysisten tilojen välillä tapahtui pääosin Messengerin tai muiden vastaavien virtuaalisten keskustelukanavien kautta.

Miksi kysymykseen etsitään vastauksia syvemältä yksilötasolla, jolloin perehdytään pelaajien pelimotiiveihin. Miksi kysymyksellä päästään sisälle tarinan juoneen. Tarinoissa etsitään pelaamisen syitä juuri kokemuksen kautta, joihin syvennytään työn edetessä. Tarkastellessa tarinoita horisontaalasti nähdään kuitenkin yhtäläisyyksiä pelin houkuttelevuustekijöistä. Miksi ensikertalainen kiinnostui pelistä? Syyt siihen, miksi pelaaminen on ylipäätään aloitettu oli hyvin samankaltainen jokaisen pelaajan kohdalla. Pelaamisen ensikontaktiin vaikuttivat kaikkien kohdalla pääasiassa kaverit. Kaverit saivat tarinoissa suuren roolin, kun kerrottiin ensimmäisistä pelikerroista. Pelaaminen koettiin hauskana ja ennen kaikkea jännittävänä, johon haluttiin itsekkin osallistua. Miksi pelaamista jatkettiin, voidaan yleisesti sanoa – sen viihdyttävyyden, jännityksen ja rahavoittojen johdosta.

#### 4.2. Nettipokerin hedonistiset ja utilitaristiset ulottuvuudet

Pelaaminen on taito, jossa noudatetaan sääntöjä. Se on aktiviteetti, jonka parissa halutaan syystä tai toisesta viettää aikaa. Se kiehtoo, vangitsee ja palkitsee kuluttajaansa. Pelin pelaaminen aiheuttaa ristiriitaisia kokemuksia – pelaaja voi nauraa onnesta tai rikkoa tietokoneensa ärtymyksestä. Nettipokerin pelaajien tarinat valottavat pelaamisen erilaisia aspekteja, jotka eivät välttämättä näyttäyty ensi silmäyksellä. Nettipokerin pelaamisen ulottuvuudet löytyivät vastakohtien kautta, jolloin vahvemmat motiivit piilottivat heikommat motiivit toisinaan kokonaan allensa. Vahvempien motiivien esilletulo näkyi tarinoissa toistoina. Vastakohtien avulla löytyivät niin hedonistiset kuin utilitaristisetkin ulottuvuudet pelaamisessa.

Teoreettinen viitekehys luo pohjan tälle pro gradu tutkimukselle, mutta aineiston autenttisen äänen annetaan kuulua teorian ohitse. Näin aineistosta voi nousta myös ulottuvuuksia, joita ei ole suoraan löydettävissä työn teoreettisesta viitekehyksestä (ks. Luku 2.). Virtuaalinen kokemusympäristö luo jännitteen kokemusten tulkitsemiseen. Schmittin (1999a) teoria kuitenkin vahvisti sen, että oli kulutusympäristö mikä tahansa on kulutuskokemuksen vahvuus siitä riippumaton. Aineiston analyysi ”keskustelee” pääosin sekä Pinen ja Gilmoren (1998) nelikentän että Schmittin (1999b) teorian kanssa. Aineistosta löytyi piirteitä, jotka tukivat kumpaakin kokemuksellisen kulutuksen teoriaa.

Nettipokerin kokemuksellisesta kulutuksesta nousivat esille etenkin Schmittin (1999b) luokittelemat yksityiset kokemusalueet, kuten *tunne, ajattelu ja toiminta*. Kokemusalueita on kuvailtu tarinoista poimituilla lainauksilla, jotta analyysin ymmärtäminen täsmentyisi. Pinen ja Gilmoren (1998) nelikentästä selkeimmän roolin saivat *vihteellisyys, oppiminen ja eskapismi*. Ulottuvuuksissa on aineksia myös tavasta, jolla Yee (2008) sekä Fang & Mowen (2009) erottelivat kulutuksen motiiveja. Kulutuksen motiivit nettipokerin pelaamisessa olivat hyvin yksilölliset ja Holbrookin (2003) arvotyypittelyyn viitaten nettipokerista saatavat motiivit kietoutuivat kokemuksellisiin ulottuvuuksiin, jolloin arvot määrittivät motivaation. Arvot ja motiivit esiintyivät myös päällekkäin, joten tarinoita tarkasteltaessa puhutaan nettipokerin *kokemuksista* ja *syistä*, vastaten tutkimusongelmaan. Arvojen ja motiivien raja oli häilyvä, eivätkä ne näyttäytyneet tarinoissa selkeinä osakokonaisuuksina. Tarinoiden avulla voitiin kuitenkin teoriaan viitaten tunnistaa tiettyjä elementtejä sekä nettipokerin kuluttamisen arvoista että motiiveista.

Nettipokerin kulutuskokemuksesta esille tulleet arvot tukeutuivat Holbrookin (2006) arvoteoriaan. Nettipokerin kulutuskokemuksesta syntyi sellaisia arvoja, joiden takia kuluttajat olivat valmiita kuluttamaan nettipokeriin. Tarinoissa oli nähtävissä Holbrookin (2006) arvoteorian mukaisia arvoja (pelillisuus, estetiikka, etiikka, hengellisyys, tehokkuus, erinomaisuus, status ja kunnioitus), vaikka näiden tunnistaminen olikin ajoittain vaikeaa. Asiakkaan kokemat kulutustilanteet ovat hyvin subjektiivisia ja niihin perehdytään työn edetessä. Pelaamisen elinkaaren kehittyessä peli antaa kuluttajalleen erilaisia arvoja, jotka ilmenevät pelaajien kertomista tarinoista. Arvot sidotaan motiivien tavoin kuluttamisen kokemuksellisiin ulottuvuuksiin.

Teoriassa esitetty pohdinta suomenkielisen termin ”*kokemuksen*” ja ”*elämyksen*” välillä sai vahvistuksen, kun kulutuksessa tulivat esille myös sen negatiiviset puolet. *Kokemukseen* voitiin liittää sekä negatiivisia että positiivisia aspekteja, kun taas kulutuksen *elämyksellisyys* olisi automaattisesti johtanut positiiviseen mielikuvaan kulutuksesta. Myöskään Schmitt (1999a, 1999b) tai Pine ja Gilmore (1998) eivät huomioi teorioissaan kulutuksen negatiivisia ulottuvuuksia, kuten emotionaalisen kivun sietämistä. Aineiston analyysin yhteydessä selvisi, että kokemukset olivat hyvin useasti myös negatiivisia, mutta niitä opittiin sietämään, koska ne kuuluivat osaksi kulutustapahtumaa. Pinen ja Gilmoren sekä Schmittin tutkimusten negatiivisten kulutusominaisuuksien huomioimatta jättämisen syynä saattaa mahdollisesti olla heidän mainonnallinen ja managerinen näkökulma, jolloin halutaan korostaa tuotteen tai palvelun positiivisia puolia.

Nettipokerin kokemukselliset ulottuvuudet olivat sekä hedonistisia että utilitaristisia. Hedonistisia ulottuvuuksia jotka tukivat Pinen & Gilmoren (1998) nelikenttäteoriaa olivat pelaamisen *viiheteellisyys*, *opettavaisuus* ja *eskapismi*. Pelaamisen *esteettisyys* näkyi virtuaalisen peliympäristön kuvituksen lisäksi myös taitona pelata peliä, jolloin peli saattoi olla sisällöltään kaunista ja sujuvaa. Pelaajien tarinoissa korostui *jännityshakuisuus*, *vallan kokeminen* ja *mahdollisuus rentoutumiseen*. Lisäksi pelissä oli *sosiaalisia* ja yhteisöllisiä ulottuvuuksia. Sosiaalinen ulottuvuus koettiin tosin välillä puutteellisena ja sitä saatettiin tyydyttää live-pelaamisen avulla. Utilitaristiset ulottuvuudet näkyivät *haluna* pelin voittamisessa ja *rahopalkinnoissa*. Joissakin tapauksissa pelaamisen ainoana päämääränä nähtiin voittaminen, eikä itse pelaamista koettu kovinkaan nautinnollisena. Peli saattoi olla välttämätön paha, jota pelattiin vain rahan vuoksi. Usein siinäkin tapauksessa myönnettiin, että *hyvinä hetkinä pelistä nauttii* (3).

Nettipokeri kulutuksen kontekstina mahdollistaa sen, että ulottuvuudet voivat olla myös yhtä aikaa voimassa. Ulottuvuudet mahdollistavat toinen toisensa, eikä esimerkiksi pe-

laamisen todellisuuspako sulje pois mahdollisuutta voittamiseen. Kokemuksen holistisuus näkyi siinä, ettei ulottuvuuksia voi nähdä tarkoin rajattuina nelikenttinä tai luetteloina, vaan pikemmin jatkumoina, jotka limittyessään ja kietoutuessaan toisiinsa muodostivat yhden tavan kuluttaa nettipokeria. Nettipokeria leimaa postmoderni luonne, joka sallii kulutuksen hämäryyden, päällekkäisyydet ja ristiriitaisuuden. Siksi myös tutkimuksen tulkinta tehdään postmodernissa hengessä (Addis & Podestà 2005).

#### 4.2.1. Pelimerkkejä ja dollareita

Nettipokerin historia on lyhyt. Sen juuret kantautuvat 1990-luvun loppuun, kun erilaisia pokerisivustoja ilmestyi Yhdysvaltojen markkinoille. Buumi kuitenkin kasvoi, kun vuonna 2003 Christopher ”Chris” Moneymaker voitti pienestä nettiturnauksesta liput pokerin World Series Of Poker (WSOP)-pääturnaukseen. Moneymaker voitti 2,5 miljoonaa dollaria. Tätä ennen Moneymaker toimi kirjanpitäjänä, joka ei olisi koskaan voinut kuvitella elämänsä muuttuvan niin radikaalisti. Tämän kaltaisia median levittämiä tuhkimotarinoita pidetään sysäyksenä nettipokerin räjähdysmäiseen suosioon.

Raha houkuttelee ja sen voittamisesta haaveillaan paljon. Raha motivoi pelaajia: *”Raha on ehdottomasti suurin motiivi”* (8). Yhtenä nettipokerin kuluttamisen elementtinä onkin raha ja kokemuksellisenä ulottuvuutena voittaminen. Peliä pelattiin sen tuomista mahdollisuuksista voittaa rahaa. Raha itsessään teki pelaamisen mielenkiintoiseksi ja ilman rahaa peli ei ollut yhtä kiinnostava. Tämä näkyi esimerkiksi ilmaispeleiden, joissa voittona ei ollut rahaa, vähäisempänä suosiona. Rahan voittaminen oli päämäärä, jota tavoiteltiin. Sen vuoksi oltiin valmiita istumaan koneen ääressä kärsivällisesti useita tunteja, joskus jopa vuorokausia.

*” Tärkein syy on se, että haluaisin sitä tehdä ammatikseni ja haluaisin sillä tehdä kunnolla rahaa ja se, että mä koen, että mulla on siihen ihan hyvät mahdollisuudet. ”* (1)

Rahan miettiminen alkoi jo siinä vaiheessa kun valittiin pelipöytä. Ensiksi piti miettiä, minkä suuruisia panoksia haluttiin pelissä asettaa, ketkä ovat vastustajia ja tietysti, kuinka paljon rahaa omalla pelitilillään oli. Raha oli arka puheenaihe. Jälkikäteen pelaajat saattoivat jopa vääristellä omia pelivoittojaan muille pelaajille ja häviöt saatettiin salata. Suurimmat tarinan kertojien rahavoitot pyörivät kymmenissä tuhansissa dollareissa per turnaus. Ne ovat suuria summia kenelle tahansa, puhumattakaan esimerkiksi opiskelijoille, jotka pelaavat opintojensa ohella.

Tarinoissa rahapeleistä saadut kokemukset ilmaistiin voimakkaammin, kuin ilmaisturnauksista saadut kokemukset. “[...] tietenkin, mitä isommat panokset niin sitä vahvemmin se vihan tai onnen tunne sieltä tulee” (9). Kuitenkin molemmissa peleissä jännitettiin, oli panoksena oikeaa rahaa tai ei. Tarinoissa kerrottiin jännityksen aiheuttaneen pelaajissa jopa fyysisiä reaktioita, kuten hikoilua ja sydämen tykytystä. Raha oli syy pelata nettipokeria enemmän tosissaan. Usein raha ja jännitys kulkivatkin käsi kädessä. Raha vahvisti jännityksen tunteita ja toi peliin enemmän syvyyttä. Jännitys liittyy kuitenkin hedonistisiin arvoihin, mikäli kuluttaja nauttii jännityksen tuomista tunteista (ks. Luku 2.1.1.). Mitä suuremmat panokset olivat kyseessä, sitä suuremmaksi jännitys kävi. Rahan voitiinkin nähdä sitovan kuluttajansa pelaamiseen tiukemmin kiinni, kuin ilman rahaa pelaavia.

*”Raha ja voittaminen, se on se. Tietenkin, mitä isommat rahat on kyseessä, sitä enemmän siitä saa kiksejä. Se raha on se, minkä takia oikeastaan pelkästään turnauksia pelataan. Kyl se tietenkin viehättää pelata, mut kyl se on se raha loppujenlopuks.” (9)*

Rahan kompleksisuus näkyi siinä, että sitä itsessään ei voitu pitää pelaamisen arvona, vaan raha toimi motiivina, joka saattoi olla syynä pelaamiseen. Rahasta saatavat hyödyt olivat kuitenkin sellaisia, joiden johdosta pelissä oltiin valmiita ottamaan myös riskejä. Raha – yhtenä nettipokerin kuluttamisen elementtinä ei ollut täysin ristiriidaton, vaan raha arvona oli problemaattinen. Yksikään pelaaja ei ollut täysin sitä mieltä, että raha olisi ainut syy, miksi peliä pelattiin, vaikka näin tarinan alkutasossa saatettiin väittää. Tarinan jatkuessa syvemmälle pelaajat toivat esille muitakin arvoja, joita pelaamisesta saatiin. Raha saattoi vahvistaa pelaamisen hedonistisia arvoja, mitä ilman rahaa pelattavissa peleissä ei oltaisi koettu yhtä voimakkaasti. Vaikka rahan merkitys pelissä oli suurta, koettiin että olisi helpompiakin tapoja ansaita tuloja. Rahan vuoksi tosin oltiin valmiita tekemään suuriakin ponnisteluja, mitä ilman rahavoittoja ei oltaisi tehty. Pelaajat, jotka pelasivat enemmän huvikseen kuin työkseen, kokivat rahan olevan toissijaisempi syy pelata peliä. Tärkeämmiksi arvoiksi nousivat hedonistisemmat arvot, kuten pelin viihteellisyys, rentoutuminen ja jännitys.

Pelin virtuaalisuus hämärsi rahan todellisuuskäsitystä. Virtuaalipeliä pelatessa rahan todellinen, taloudellinen arvo saattoi vääristyä ja raha ei tuntunut enää todelliselta. Raha oli vain numeroita ruudulla. *Sä totut ja turrut siihen, et raha ei oo enää rahaa, vaan jotain... rahan arvo menettää arvonsa.* (4). Riskinottokyky kasvoi, kun rahan todellista arvoa ei ymmärretty. Pelaajat ottivat sitä suurempia riskejä, mitä merkittävämmäksi rahan epätodellisuus muuttui. Osa pelaajista kertoi sen olevan edellytys pelaamiselle, että



ei ymmärrä pelaavansa oikeilla rahoilla. Silloin uskalletaan enemmän, eikä jännitetä jokaista jakoa. *Ne numerot mitä siin näkyy siin ruudus, niin niiden pitää olla numeroita, eikä rahaa* (10). Vaikka pelin voittojen tiedettiin olevan oikeaa rahaa, muuttuivat ne kuitenkin nopeasti pelimerkeiksi, jolloin raha muutti konkreettisesti muotoaan. Yksi pelaajista kertoi kaverinsa asettavan tietokoneen viereen todellisen nipun seteleitä ja lajittelevansa ne pöydälle samoin kuin pelissä. Tämän hän teki siksi, että ymmärtäisi kyseessä olevan oikeaa rahaa ja todellisia summia joista pelasi. Tarinan kertoja oli kuitenkin sitä mieltä, että normaali pelaaja, joka osaa hahmottaa rahan arvon ei tarvitse tämänlaista varmistuskeinoa.

Pelaajat väittivät, mitä enemmän rahaa pelitilillä oli, sitä paremmin peli kulki. Tämä johtui siitä, ettei pelaajan tarvinnut kokea olevansa taloudellisessa ahdingossa. Hänellä oli varaa pelata monipuolisempaa peliä ja ottaa isompia riskejä. Mitä suuremmista summista oli kyse, sitä suurempia riskejä pelaajat ottivat ja sitä suuremmaksi jännitys kävi. Puhuttiinkin ”pelitilin olevan kunnossa” silloin, kun koettiin, että on varaa pelata isompiakin pöytiä.

*”Pelikassan mukaan täytyy pelata – yrittää edes pikkusen. Silloin kun on hyvin rahaa niin pelataan vähän isompia ja silloin kun on vähän rahaa pelataan pienempää.” (1)*

Raha tuotti pelaajille utilitaristisia hyötyjä, jotka mahdollistivat etenemisen pelaamisessa. Holbrook (2006) puhuukin tehokkuusarvosta, joka liittyy välillisiin keinoihin saavuttaa haluttu päämäärä. Peli voidaan osittain nähdä välillisenä keinona ansaita rahaa ja voittaminen itsessään on pelaamisen päätarkoitus. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä, etteikö nettipokerissa voisi olla muita tarkoituksia. Rahan voittaminen voi olla myös välillinen etappi päästä pelaamaan entistä suurempia nimiä vastaan, jolloin tavoitteena on saada pelaamiseen lisää haasteita. Rahan koettiin olevan avain isompiin pelipöytiin. Raha saattoi pelaajille olla välillinen arvo, joka vahvisti pelikokemuksista saatavia muita arvoja. Voittamalla rahaa pelaajat saivat taloudellisten hyötyjen avulla valtaa ja statusta. Rahalliset hyödyt eivät kuitenkaan yltäneet selittämään ilmaispelien suosiota, vaan pelaamisesta haettiin myös muita, kuin rahallisia hyötyjä.

#### 4.2.2. Taidokasta valtapeliä

Yksi pelaajista kertoi pelanneensa Suomen yhtä suurinta nettipokeritähteä Ilari Saha miestä vastaan kasvotusten Helsingin Casinolla. Vaikka pelaaja hävisi kolmesti Saha-

miehelle, oli kokemus silti sen arvoista. Silloin rahalla ei ollut enää merkitystä kulutuskokemuksen kannalta. Vaikka raha toi peliin oman ulottuvuutensa, liittyy voittamiseen ja itse pelaamiseen myös muita Holbrookin (2006) luokittelemia ulkoisia arvotyypppejä. Nettipokerissa näyttäytyvät arvot olivat *erinomaisuus-, status- ja kunnioitus*. Vastustajaa kunnioitettiin, mikäli pelaaja pelasi parempaa peliä kuin itse.

*”Ilari on ehottomasti mun mielest jollei maailman paras niin maailman toiseksi paras ammattipelaaja. [...] Ei oo ketään, ketä vastaan se ei pelais ja jos mieltii kaikkii, ketä vastaan se on pelannut [...] Ei ehk rahallisesti oo voittanut eniten, mutta se pelityyli, et se on huippuletkee kaveri. Se pystyy lukee vastustajaa tosi hyvin. Se on äärimmäisen viihdyttävä kaveri pelityyliltään.” (4)*

Pelaajat tavoittelivat asemaa, jossa muut voisivat kunnioittaa ja arvostaa heitä. Muiden silmissä haluttiin näyttää erinomaiselta pelaajalta, joka ei pelaa ”tyhmillä” korteilla. *Statuksen* saaminen ei kuitenkaan ole helppoa, siksi myös omia pelaajataitoja ei haluttu korostaa liikaa. Itsensä nimittäminen ammattilaiseksi oli hyvin varovaista ja asiasta pidettiin matalaa profiilia. Suomalainen pokeriammattilainen Aki Pyysing ihmettelee Helsingin Sanomissa (2009), miksi suomalaiset ovat niin vaitonaisia omista pelitaidoistaan.

*”Se on erikoinen näkemys, että ei voi olla pokeriammattilainen, jos ei tienaa satojatuhansia tai miljoonia euroja. Minun mielestäni kriteeri ammattilaisuudelle on se, että ei välttämättä tarvitsisi tehdä muuta elääkseen”. (Pyysing 2009)*

Tunteiden kirjo pelaamisessa yleisesti oli hyvin kirjava. Voittaminen tuntui mahtavalta, voimakkaalta, uskomattoman hienolta ja upealta. Välillä sanat eivät riittäneet kuvaamaan tunnetta, kun pelaaja päihitti kaikki muut pelaajat pöydässä ja pääsi yksin vieämään koko potin. Selkeää kuitenkin oli, että voittaja nautti siitä, että oli ollut parempi kuin muut. Voittamisessa oli ennen kaikkea kyse *vallasta*, hyvin itsekkäistä ja individualistisista tuntemuksista. Siitä, että pelaaja sai lyötyä toisen pelaajan. Vallan tunne syntyi siitä, että oli pelannut taidokkaammin ja paremmin kuin vastustajansa.

*”Se on se, että nujertaa jonkun, se voitto on se hienoin juttu. Kun peli on hyvää, omasta pelaamisesta tulee luovempaa.” (3)*

*”Alussa se oli ehkä lähinnä se raha joka kiehtoi, mut kyl mä huomaan, et varsinkin jos mä pelaan turnauksia, niin se ei ole se raha, vaan se on se sijainti, mä haaluun päästä aina viiden parhaan joukkoon, jos mä en sinne pääse, niin mä oon huonolla tuulella.” (6)*

Schmittin (1999b) mukaan kokonaisvaltaisessa kulutuskokemuksessa esiintyykin vahvana *ajattelun* ja *tunteiden* rooli. Pelaajilla oli hyvin voimakkaita tunteita, etenkin onnistumisien, mutta myös epäonnistumisien kohdalla. Hallitakseen omaa pelaamistaan ja sitä kautta tunteitaan, tuli pelaajan oppia pelaamaan. Saadakseen valtaa, peliä tuli osata pelata. Pelaajien tarinoissa korostui taidokkuuden rooli. Pine & Gilmoren (1998) nelikentässä ilmeni yhtenä kokemuksen osa-alueena *oppiminen*. Oppiminen vaati aktiivista toimintaa itseltään – siihen käytettiin aikaa, vaivaa ja rahaa. Aktiivista oppimista tapahtui myös muuten kuin peliä pelaamalla. Kuluttajan oma halu seurata esimerkiksi alan kirjallisuutta ja muiden pelaajien peliä vaikuttivat myöskin oppimisen tasoon.

Oppimisen ohella tarinoissa korostui *saavutuksellisuuden* rooli (Vrt. Yee 2008). Pelaajien tarinoissa tulivat vahvasti esille Yeen (2008) tunnistamat saavutuksellisuuden motiivit, kuten *eteneminen*, *tekniikka* ja *kilpailu*. Oppimalla pelaamaan voitiin saavuttaa korkeampia asemia ja päästiin etenemään omassa pelissään. Nettipokeria voitiin pelata entistä parempia pelaajia vastaan entistä suuremmissa pöydissä. Tekniikka ratkaisi pelin kulun. Samat kortit voitiin pelata monella eri tavalla. Omalla tekemisellään voitiin yrittää vaikuttaa siihen, miten peli tuli päättymään. Pelin kilpailullisuus motivoi pelaajia pelaamaan pidempään ja hävittyään uudestaan.

Nettipokeri koettiin vahvasti *taitopeliksi*, johon liittyi ripaus tuuria. Vaikka pelaaja pelasi nettipokeria ammatikseen, ymmärsi hän, että omat taidot eivät aina riittäneet. Korttipeli oli sen verran sattumanvaraista, että vaikka miten hyvin peliä osattiin lukea, saatettiin silti hävitä. Pelissä oli taidon lisäksi mukana myös *onnea*.

*“Vaik se on taitopeli, niin yksittäises pelis siin on mieletön onnen vaikutus. Sen takii siin turhautuu, kun sä oot tehnyt kaiken oikein, mut sä et vaan voita sitä. Sä et voi tehdä mitään paremmin, mut sä et vaan voita sitä jannua, se on just se haaste.” (8)*

*Pelinlukutaito* oli tärkeimpiä taitoja, joka pelaajalla saattoi olla. Ilman sitä peli ei kulkenut. Pelinlukutaito kehittyi ajan kanssa ja seuraamalla muiden, saman tasoisten tai hieman parempien pelaajien pelaamista ja ottamalla myös itse osaa peleihin. Ilman harjoittelua tämä taito ei voinut kehittyä. Eräässä tarinassa kävi ilmi, että pelinlukutaito kehittyy vain ajan myötä, *aluksi ei edes tiennyt mitä se tarkoittaa* (1). Pelinlukutaito nimettiin kunnioitettavimmaksi taidoksi, mitä pelaajalla voi olla. Silloin pelaaja osasi todella pelata nettipokeria ja oli päässyt ns. pelaamisen ytimeen. Pelaaja tekee tällöin harkittuja ja perusteltuja siirtoja ja osaa ”bluffata” vastustajaansa. Pelaajia, joilla tämä taito oli,

kunnioitettiin ja hänelle häviäminen ei tuntunut niin pahalta. Kun pelaajalla oli taitoa, oli hänellä pelipöydässä myös valtaa.

*“Kun sä kuitenkin seuraat mitä kaikki muut tekee, et sä opit siinä lukemaan tietyllä tavalla sitä ihmistä, vaikka sä et näe sitä. Kun sä oot vaikka puol tuntia seurannut siinä, et miten toinen pelaa, niin kyl sä aika hyvin pystyt tietään millä korteilla sä voit mennä sitä vastaan pelaamaan.” (6)*

Pelinlukutaidossa oli kyse enimmäkseen *psykologiasta*. Siitä, että osattiin esimerkiksi käyttäytyä omassa pelaamisessaan siten, että saatiin vastustaja pelkäämään. Pelaajan pelityylin tuli olla sen verran aggressiivista, että muut perääntyivät. Samalla tuli kuitenkin osata lukea, milloin vastustaja bluffasi, eli huijasi ja luottaa omaan päätökseen jatkaessaan peliä ja etenkin korottaessaan edellistä panosta. Joissakin tilanteissa oli taas fiksuinta perääntyä ja ”foldata”, eli jättää maksamatta ja luovuttaa.

*“Mä pysytyn ajattelemaan sen homman pidemmälle, kun se vastustaja ja sen avulla lyömään sen. Pokerissa kaikki voi päästä sille tietylle tasolle matemaattisesti, jos on vähänkään lahjakas matemaattisesti. Sit kun ruvetaan pelaamaan kunnan hommissa niin se on puhdasta psykologiaa. Ainakin niinku 80 pinnaa.” (8)*

Pelitaito vähensi epäonnistumisen *riskiä*. Mahdollista omaa epäonnistumista selitettiin usein huonolla tuurilla, kun taas hyvää pelaamista taidolla. Vaikka pelaajalla meni pelissä huonosti, uskoi hän omilla pelitaidoillaan saamaan pelin takaisin balanssiin. Tuekseen pyydettiin myös kavereilta neuvoja, mikäli pelaamisessa oli tapahtunut selkeä laskusuhdanne. Kavereilta otettiin vastaan uusia neuvoja, jota aikaisemmin omassa pelaamisessaan ei oltu käytetty. Uskottiin, että kaverit näkevät omana peli-imagon parempana, mitä itse omasta pelaamisestaan uskottiin. Tähän saattoi vaikuttaa pelaajan tapaa kertoa omasta pelaamisestaan.

*“Kavereiden silmis oon parempi pelaaja, mitä mä oon. Et kyl aina niistä nousuista tulee puhuttua kavereille, niistähän tulee yleensä puhuttua, mut ei siitä, et sit kun hävii.” (5)*

*Peli-imagon* ylläpito oli kuitenkin tärkeämpää pelipöydissä, kuin kavereiden silmissä. Kuten eräs pelaaja tarinassaan kuvasi: ”Enemmän mä vaa mietin sitä, et mikä se oma imago on, et mitä ne muut ajattelee” (8). Muiden pelaajien pelitaitoa kritisoitiinkin ankarasti. Kukaan ei halunnut olla pöydän ”paisti” eli surkein pelaaja. Huonolta pelaajalta vietiin ensimmäisenä rahat. Huonon pelaajan nähtiin ottavan liian suuria ja tyhmiä riskejä. Onnelle annettiin kohtuuttoman suuri sija ja uskottiin hyvään tuuriin. Hyvä pelaaja

taktikoi ja laskee mahdollisuuksiaan todennäköisyyksien mukaan, kun taas huono pelaaja ei osaa laskea todennäköisyyksiä käsissään oleville korteilleen: ”Mä oon jutellut pokeriammattilaisten kanssa ja mä oon tiiäkö niinku helppoa rahaa niille. Koska ne pystyy lukea mua tosi helposti” (4). Tarinoissa kerrottiin, että pelityyliä oli hyvä välillä muuttaa, jotta muut pelaajat eivät lue korttejasi liian tutun pelityylin johdosta. Mikäli pelaaja pelasi jatkuvasti samalla tavalla, oli muiden helppo tulkita, mitkä kortit pelaajalla milloinkin olivat kädessä.

*“[...] jos joku pelaa tosi huonosti ja se voittaa jollain tosi pienellä todennäköisyydellä niin sit sä vaan kiroot sitä, että miten pelaaja voi pelata tolleen, et ei tulasia ihmisiä oo olemassa! Välil mä suutun pelille siit, et miks tällasia huonoja pelaajia palkitaan. Mut sit mulle tuli sellanen, et sähän pelaat sitä peliä sen takia, et nää huonommat pelaajat on tääl!”* (10)

Peliä halutaan oppia myös siksi, että voitiin pelata itseään parempia pelaajia vastaan. Vaikka huonompia pelaajia vastaan pelatessa saataisiin helpompia voittoja, on itsensä kehittämisellä ja taitojen parantumisella selkeä rooli, ”[...] jos pystyy haastamaan semmosia hyviä pelaajia, mitä vastaan ei ennen ollut mitään mahiksia niin siinähän huomaa että on kehitystä tapahtunut” (1). Oman itsensä kehittämisessä parannettiin pelilukutaidon lisäksi omia matemaattisia taitoja. Pelissä oli tärkeää osata laskea todennäköisyyksiä tuleville korteille.

*“Kun pelaat ittees parempii vastaan, niin siit sä voit oppia. Et sä voi koskaan nousta, jos sä pelaat ittees huonompii vastaan. Pelin kehittyminen on ehdottomasti se tärkein syy, miksi pelaan.”* (7).

*Pelilukutaidon ja todennäköisyyksien laskeminen* kehittivät päätöksentekonopeutta. Kokeneet nettipokerin pelaajat saattoivat pelata useita pelipöytiä yhtä aikaa (ks. Liite 3.), sillä heidän reaktiokykynsä ja pelilukutaitonsa olivat edenneet sille tasolle, että pelitilanne hahmotettiin nopeammin. *Hahmotuskyky* parani vain harjoittelemalla. Pelkällä passiivisella pelin seuraamisella tämä taito ei kehittynyt samoin, kuin aktiivisesti pelaamalla. Päätöksiä tehtiin sekunneissa. Trendinä olivatkin erilaiset peliyhtiöiden tarjoamat ratkaisut, joilla mahdollistettiin yhä nopeutuva pelitahti. Esimerkiksi Expect-rahapelisivusto tarjoaa ratkaisuna minikokoisia pöytiä, jotta pelaaja voi asettaa niin paljon pelipöytiä näytölleen, kun vaan pystyy pelaamaan (internetpokeri 2007). Etenkin utilitaristinen hyöty maksimoituu tämän tyylisessä pelaamisessa, kun tavoitteena on ai-noastaan pelistä saatava rahallinen voitto.

Itsensä *jatkuva kehittäminen ja oppiminen* olivat merkittäviä syitä nettipokerin pelaamiseen. Pelitaitojen parantuminen antoi pelaajalle *valtaa*. Vallan tunne liittyy taidon lisäksi myös vapauteen pelata. Kuluttajat saivat vapaasti päättää, mitä omalla ajallaan tekivät ja kuinka paljon aikaansa pelaamiseen halusivat kuluttaa. Valta ulottui itse pelaamisesta pidemmälle yhteiskunnalliselle tasolle. Pelaamalla nettipokeria voitiin kulkea valtavirrasta poiketen. Vaikka nettipokeri on 2000-luvun yleinen ilmiö, koettiin kuitenkin, että pelaaminen on yksityistä. Sen subjektiivisuus näkyi pelaajien tavoissa kertoa juuri omasta, henkilökohtaisesta pelaamisestaan. Asetelmassa ”minä vastaan muut” koettiin vahvaksi juuri oma yksilöllisyys – individuaalisuus. Etenkin nettipokerin ammattilaisilla valta yhteiskunnallisten normien muuttamiseen oli suuri. Työnteon käsite muuttui, kun yhdessä turnauksessa saattoi voittaa monen ihmisen vuositulon verran rahaa. Eräessä tarinassa todettiin: ”*Tossa pelin lomassa oivaltaa, että on mahdollisuuksia aika isoihin ansioihin, mihin ei esim. ihan normaali työnteolla voi välttämättä edes päästä missään vaiheessa.*” (1)

Päätös omasta ajankäytöstään toi myös velvoitteita, kun ympäristö ei aina suvainnut pelaamista. Pelaajien puoliset, ystävät tai vanhemmat saattoivat vastustaa pelaamista, koska se vei aikaa yhteiseltä olemiselta tai pelaamisen riskit huolestuttivat. Kuten eräs nuorempi pelaaja kertoi: ”*Emmä halua sanoa, et mä oon pokeriammattilainen, mitä jos äiti kysyy...*” (7). Enemmän pelaavat kokivatkin selkeästi vapaa-ajan ja pokerin pelaamisen yhdistämisen ongelmallisena. Peliin saatettiin kuluttaa päivittäin keskimäärin kuusikin tuntia ja usein peli aloitettiin vasta yöllä. Pelaaminen koettiin *vapauttavana* myös verottomuuden takia. Etenkin ammattilaispelaajat kokivat, että verovapaus oli yksi syy miksi haluttiin peliä pelata.

Vapaus ja valta kulkivat käsi kädessä puhuttaessa nettipokerista. Valta pelissä edellytti pelilukutaitoa ja osaamista. Se, millaisena pelaajana muut näkivät pelaajan pelissä oli hyvin tärkeää. Oma *pele-*imago** haluttiin pitää korkealla ja hyvän pelaajan *statuksen* saaminen vaati *töitä ja oppimista*. Kukaan ei halunnut olla pelipöydän huonoin pelaaja, koska se merkitsi automaattisesti häviötä, jollei mukana ollut tuuria. Pitkässä juoksussa pelkän tuurin varassa pelaavien nähtiin kuitenkin johtavan häviöön. Vain *taidolla* voitiin pelata pitkäkestoista ja määrätietoista peliä vieden huonompien pelaajien rahat. Olakseen taidokas nettipokerin pelaaja vaadittiin *rohkeutta, tunteiden hillitsemistä, kärsivällisyyttä ja pitkiä hermoja*.

#### 4.2.3. ”Se maailma vei mut mennessään”

Kun jotakin tehdään ajatuksella hyvin keskittyneenä, saatetaan uppoutua omaan maailmaan, jolloin mikään muu ympärillä ei häiritse. Tämä voi tapahtua esimerkiksi lukeamalla kirjaa. Toiminta kiehtoo ja pitää otteessaan niin tiukasti, että siitä ei haluta luopua. Pinen ja Gilmoren (1998) yhtenä kokemuksen nelikentän osa-alueena puhutaan eskapismista. Nettipokerin pelaajien tarinoita analysoidessa tuli ilmi eskapistisia piirteitä, jolloin kuluttaja halusi kiinnittää huomionsa pelaamiseen niin, että ajan ja tilan taju hämärtyi. Nettipokerin pelaaja saattoi paeta todellisuutta toiseen – virtuaaliseen maailmaan ja uppoutua siihen. Näin kokemus sisälsi yhtä aikaa sekä *eskapismin* että *immersion* piirteitä. Immersiolla kuluttaja upottautui kuvitteelliseen todellisuuteen, jolloin nettipokerin pelaaja koki peliympäristön todellisena, vaikka peliä pelattiin virtuaalisesti (vrt. Yee 2008).

Nettipokerin avulla voitiin unohtaa ympärillä tapahtuva kiire ja hälinä. Pelin avulla hengähdettiin työn kiireistä tai muista elämää stressaavista tekijöistä. Peliin paettiin etenkin silloin, kun henkilökohtaisessa elämässä oli huolia ja murheita. Pelin avulla voitiin hetki olla rauhassa, omassa todellisuudessaan, jossa pystyttiin esiintymään kenenä haluttiin. Kasvottomuus ja nimettömyys varmistivat sen, että pelaaminen pysyi anonyyminä. Halutessaan pelaajat saattoivat keskustella muiden pelaajien kanssa, mutta pääsääntöisesti kommunikointi pysyi ainoastaan vastapelaajien kritisoinnissa. Tärkeintä oli omaan peliin keskittyminen.

Eskapismi koettiin erittäin rentouttavana ja pelaamisen avulla voitiin katkaista muu tekeminen. Pakeneminen oli kuluttajalleen positiivinen asia, jonka nettipokeri tyydytti. Nettipokeria voitiin pelata missä ja milloin tahansa, jolloin irtautuminen todellisuudesta voitiin tehdä koska tahansa. Pelaamisen eskapistisuutta voisi verrata esimerkiksi unelmoitiin tai työpäivän keskellä tapahtuvaan lounastaukoon.

*”[...] ehk se et pääs unohtamaan kaiken, mitä oli elämässä, mitä oli sun päässä, et oli jotain ongelmia. Halus vaan hetkeks päästä pois arjesta [...] sä pääsit pois kaikesta hetkeks, missä sä oot.” (4)*

Nettipokeriin voitiin kuluttaa niin päivin kuin öin. Pelaaminen saattoi kestää muutamista minuuteista päiviin. Monta päivää kestävässä turnauksissa eskapismi ei toteutunut samalla tavalla, kuin lyhyemmissä pelihetkissä. Päiviä kestävässä turnauksissa oli välissä taukoja ja turnaus jatkui sovittuina ajankohtina. Pitkissä turnauksissa keskittyminen

saattoi herpaantua ja ajatukset karata muihin kuin peliä koskeviin seikkoihin. Pakene- mista tapahtui myös passiivisesti, olematta itse mukana pelipöydän pelaajana, vaan sivusta seuraajana. Näin ollen nettipokerin kulutusta oli sekä passiivista että aktiivista (vrt. Pine & Gilmore 1998). Pelaaja saattoi katsella, kun muut pelaajat pelasivat ja päästä siten hetkeksi pakoon arjen todellisuutta. Vaikka oma pelaaminen oli passiivista voitiin kuitenkin aktiivisesti oppia muiden pelaamisesta.

Uppoutuakseen peliin, pelaajien kykyjen tuli vastata pelin haasteita. Ympäristöllä oli myös vaikutusta uppoutumiseen. Pahiten häiritsivät mm. puhelin, ystävän tai avopuolison puhe sekä erilaiset keskustelukanavat kuten Messenger, Skype ja Facebook. Yeen (2008) MMORPG:n (ks. Luku 2.3.) kaltaisissa roolipeleissä uppoutumisen merkitys oli keskeisempää, kuin nettipokerissa, sillä pelaajat konkreettisesti loivat toista todellisuutta rakentamalla esimerkiksi pelaajahahmon lisäksi ympäristöään, jossa pelihahmo asui ja liikkui. Tutkijat ovatkin yleisesti tutkineet immersion yhteyttä nimenomaan roolipeleihin, eikä niinkään nettipokerin kaltaisiin korttipeleihin. Nettipokerin kaltaisissa peleissä virtuaalisen todellisuuden luominen on rajoittuneempaa, kuin roolipeleissä. Nettipokerin pelaajien tarinoissa tuli kuitenkin esille immersion kaltaisia tuntemuksia, joissa pelaaja oli ollut niin syvällä pelissä, ettei enää hahmottanut todellista ympäristöään.

Toisenlaisen – virtuaalisen – todellisuuden rakentaminen nettipokerissa tapahtui pelipöydän visuaalisen ilmeen muokkauksessa, avattarien valitsemisessa ja pelaajanimen päättämässä (ks. Liite 2.) Uppoutuessaan peliin, pelaaja saattoi kuvitella istuvansa fyysisesti pelaamansa virtuaalipöydän ääressä. Pelipöydän taustan saattoi vaihtaa mieleisensä mukaan, esimerkiksi aurinkorannaksi tai takkahuoneeksi. Muiden pelaajien hahmot näkyivät joko kuvina, avattarina tai pelkkinä niminä. Visuaalisen ilmeen muokkauksella luotiin sellainen peliympäristö, jossa itse parhaiten viihdyttiin. Esteettisyydellä ei kuitenkaan koettu pelaamisen kannalta olevan suurta roolia, tärkeämmäksi nousi Internet sivujen toiminnallisuus.

Internet ei itsessään ollut tae uppoutumiselle, vaan uppoutuminen tapahtui pelaamalla nettipokeria (Vrt. Emri & Mäyrä 2005). Immersiossa saatettiin kuvitella, miltä vastustajat näyttivät, miltä tila vaikutti ja miltä keskustelufoorumien kommentoijan ääni kuulosti. Tästä johtuen myös raha vaikutti vain pelkiltä numeroilta. Raha oli yhtä kaukana todellisesta ympäristöstä, kuin itse pelaajakin. Raha ei tuntunut todelliselta, eikä sen arvoa osattu immersiossa hahmottaa. Peli tuntui todellisemmalta kuin mikään muu. Ainoastaan pelin lukemisella, todennäköisyyksien laskemisella, psykologisilla taidoilla ja vastustajan korttien arvailulla oli sillä hetkellä merkitystä.



Hetkellistä uppoutumista tai pakenemista arjesta pidettiin hyvänä, mutta liiallista uppoutumista ei. Osa pelaajista oli sitä mieltä, että silloin pelaamisen kanssa on ongelmia, *jos hämärtyy liikaa* (8). Mikäli raja hämärtyy, voi tehdä typeriä tekoja ja unohtaa, että peliä pelataan todellisilla seteleillä. Pelissä onnistuttuaan saatettiin päästä kuitenkin tavoiteltavaan *flow*-tilaan, jolloin pelaaminen sujui keskeytyksittä ja tekemisestä nautittiin. Pelaaminen tuntui helpolta ja omat taidot riittivät muiden päihittämiseen. Flow-tilassa pelaaja tunsi kaikkivoipuutta ja hän hallitsi pelipöytää. Pelaamisesta tuli luovempaa (ks. Luku 4.2.2.)

Monet pelaajat olivat sitä mieltä, että pelaamisen tulisi tapahtua omien taitojen puitteissa. Pelaaminen saattoi tuntua rentouttavalta ainoastaan, jos pelaaja pärjäsikin pelissä. Cailloisin (2001: 163–164) mukaan pelaaminen on toimintaa, jonka hallitsijana pelaaja toimii. Jotta pelistä saattoi nauttia, täytyi pelaajan taitojen ja pelin vaativuustason kohdata. Onnistumisen tunteet ja kehitys pelaamisessa ohjasivat nettipokerin pelaajan *flow*-tilaan (vrt. Csikszentmihalyin 1997; Ermi & Mäyrä 2005). Pelaaminen oli nautinnollisinta tässä tilassa ja pelaajat kertoivat tarinoissaan pelin vievän mennessään. Vähäiselläkin taidolla voitiin kokea *flow*-tunteita, mikäli pelit olivat ilmaiselejä tai hyvin pienillä panoksilla pelattavia. *Flow*-tunne ei liittynyt häviöön ja epäonnistumiseen, vaan ainoastaan positiivisiin kokemuksiin. Kuten Csikszentmihalyi (1997) totesi, ihminen on onnellisimmillaan tällaisina hetkinä elämässään.

Mikäli pelaajalla ei ollut taitoa pelata nettipokeria, hän ahdistui omasta huonoudestaan ja koki epäonnistumisen tunteita hävitessään itseään paremmille pelaajille. Häviäminen lisäsi ahdistusta ja pahaa oloa. Pelaaminen ei siten aina ollut hauskaa ja kivaa. Mikäli pelaajat pelasivat itseään huonompia vastaan, kokivat he voivansa *kontrolloida* peliä paremmin. Samalla myös riskinotto kasvoi. Tällaisesta pelaamisesta ei kuitenkaan koettu oppivan paljon. Huonompia vastaan pelaaminen koettiin tylsäksi ja virikkeettömäksi. Heitä vastaan kuitenkin pelattiin, koska koettiin, että huonommilla pelaajilla oli helpompi voittaa rahaa. Summat olivat kuitenkin sen verran pieniä, että pelaaminen turhautti ja pitkässä juoksussa hakeuduttiin parempitasoisten pelaajien joukkoon.

Pärjätäkseen pelissä vastustajien taitotaso omaan tasoon nähden tuli olla samalla tasolla, matalammalla tai vain hieman korkeammalla. Itseään selkeästi parempien pokerinpelaajien kanssa pelaaminen oli stressaavaa, eikä pelaamisesta voitu ottaa oppia omaan pelaamiseen, koska *se peli on sit jo niin huippu-huippu tasoa, se on niin erilaista et sitä ei voi periaatteessa ottaa siihen omaan peliin mitään vinkkejä* (1). Kuten esimerkiksi erilaisissa urheilulajeissa urheilijat jaetaan taitojen mukaan, samoin myös nettipokerissa.

Kaikki eivät voi pelata esimerkiksi jääkiekkoa samassa sarjassa – paremmat pelaajat turhautuisivat huonompien kömpelyydestä ja huonommat pelaajat kokisivat jatkuvia epäonnistumisen tunteita. Kilpailua syntyy vain tasapuolisten kilpailijoiden kesken.

#### 4.2.4. ”Mä vaan tilttasin” – Tunteet pelissä

Pelaajien tarinoissa *tunteet* olivat hyvin keskeisessä roolissa. Pelaajat kävivät pelaamisen aikana läpi koko tunteiden kirjon. Tunteiden ääripäät kulkivat vihasta ja surusta jopa rakkauteen ja onnellisuuteen (vrt. Schmitt 1999b). Tarinoissa toistui jatkuvana teemana tunne ja siitä kerrottiin yllättävän avoimesti. Pelaajien tarinat olivat osittain jopa *dramaattisia*, etenkin, kun tarinassa kerrottiin pelin häviötilanteista. Siihen liittyvät tunteet olivat hyvin voimakkaita. Eräät pelaajat kuvasivat pelaamisen aikana tapahtuvan tunneskaalan seuraavasti:

*”Jos voittaa ison potin niin kyllä siinä voi kuule nousta kädet pystyyn ja pieni huutokin kuulua. Tietysti sitten on turhautuminen ja se ettei tapahdu mitään, kun ei oo kunnan kortteja. Ohan siinä kaikki tunteiden kirjo. Tai sitten se ahdistus, kun oma pelaaminen on huonoa ja tietää, että pelaa huonosti ja on huono pöytäimago. Varsinkin sitten, jos on pitkään mennyt huonosti.” (3)*

*”Sydän rupee lyömään, kun saa hyvän käden. Ja varsinkin jos bluffaa. Innostuneisuutta ja tietenkin voitonriemua, kun voittaa. Ja sit kun häviää käsittämättömillä korteilla, niin tulee ärtymyksen fiiliksiä, ottaa suunnattomasti päähän. Tunneskaala on laidasta laitaan, ehkä se onkin se juttu siinä, että mä saan sitä jännitystä.” (5)*

Tunne oli kokemuksen kannalta merkittävässä roolissa myös siksi, että se aiheutti pelaajissa ristiriitaisia ajatuksia. Tunteita piti oppia hillitsemään ja etenkin negatiivisille tuntemuksille ei saanut antaa valtaa. Tunteet haluttiin oppia erottamaan pelaamisesta. Mikäli pelaaja pelasi monta peliä putkeen ja jatkuvasti hävisi, pelaamisesta tuli passiivitunutta. Vaikka pelaaja olikin taidokas, hän toisti samat virheet ja teki pelillisesti huonoja ratkaisuja. Pelaaja niin sanotusti ”tilttasi”.

Annie Duken, menestyneen naispokeriammattilaisen mielestä passiivinen pokeri ei ole voittavaa pokeria (2010). Pokeria pelatessa ei saisi passivoitua. Voittaakseen pelaajan tulisi oppia asettamaan itselleen rajat, jotta pelissä ei tapahtuisi niin sanottua ”tilttaamista” eli tunteiden valloilleen pääsemistä. Tällöin pelaaja voi tehdä huonoja ratkaisuja pelin kannalta, kuten maksaa käden, vaikka todennäköisyys häviölle on suuri. Rahan merkitys hämärtyy ja summien todellisuus ymmärretään vasta pelin jälkeen. Tiltaamista oli sattunut kaikille tarinoiden kertojille:

*“Siin kun pääsee pelin sisälle, niin se rahan merkitys katoaa siinä tavallaan. Mä olin just pari viikkoo sit hävinnyt, mä olin tiltannut. Mä olin hävinnyt joku neljä tonnia kahessa tunnissa. Sit mul oli kauhee morkkis. Miks mä tein näin, kahes tunnis, mä en tiedä mitä tapahtui. [...]Ja sit tulee sellanen olo, ettei halua pelata hetkeen, et mä vihaan itteeni, mun oma peli on niin oksettavaa, mä en halua nähdä itteeni laittamas niit “chipsei” pöytään.” (10)*

Tunteiden erottaminen pelaamisesta ei ollut helppoa. Pelaajat kertoivat niin sanonut tilttiherkkyyden vievän monia hyviäkin pelaajia tappiolle. Rahalliset menetykset ovat olleet niin suuria, että niitä ei ole enää pystytty voittamaan takaisin. Pelaaminen on saatanut loppua siihen jopa kokonaan. Tarinoissa ilmeni, että pelaajat joutuivat usein oppimaan kantapään kautta. Tilttaamista opittiin välttämään vasta sen jälkeen, kun se oli itse koettu. Tunnetila koettiin myöhemmin jopa pelottavana, kun omaa käyttäytymistään ei oltu pystytty hallitsemaan. Omaa pelaamista saatettiin halveksua ja käytöstä kritisoitiin ankarasti. Vihan tunne kohdistui pelin lisäksi pääasiassa kuitenkin itseensä.

*“Aikasemmin mä mietin vaan rahaa, aikasemmin mä masennuin siitä, et miten voi hävitä näin paljon rahaa. Tuli huono olo ja ei halunnut pelata.” (10)*

Tilttaamiseen liittyi vahvasti uskominen onneen. Omien taitojen merkitys hämärtyi ja pelaajat uskoivat enemmän sattumaan, kuin todennäköisyyksiin. Pelaaja uskoi, että rohkeilla panosten asettamisella hän saattaisi nopeasti voittaa takaisin menettämänsä rahat. Yleensä muut taidokkaat pelaajat pöydässä huomasivat tällaisen epätoivon helposti, jolloin toisen tilannetta oli helppo käyttää hyväkseen. Bluffeja ei uskottu ja pelin lukemisesta tuli muille helpompaa. Siksi hävinnyt pelaaja saattoikin kokea joutuvansa niin sanotusti häviöputkeen. Holbrook (2006) toi esille asiakasarvotyypeissä hengellisyiden, jolloin kuluttaja uskoi korkeamman voiman ohjaavan häntä. Nettipokerin pelaaja uskoi onneen. Siihen, että huono tuuri kääntyy joskus vielä voitoksi.

Pelaajien tuli oppia siten myös häviämään. Häviäminen nähtiin taitona, johon ei saanut liittää tunteita. Tällöin rahan menetykseen opittiin suhtautumaan hillitymmin. Uskottiin, että menetetty raha voitettaisiin seuraavalla kerralla takaisin. Häviö nähtiinkin osana peliä. Taitoon suhtauduttiin ristiriitaisesti, toisaalta pelaajat eivät halunneet oppia häviämään, sillä rahan merkitys saattoi vääristyä kuvitellessaan summien olevan pelkkiä numeroita. Häviäminen turrutti pelaajaa ja lopulta häviö ei enää tuntunut miltään. Toisaalta taito auttoi myös arkielämän epäonnistumisissa. Pelaaja saattoi kokea tulleen tyyneemmäksi rahankäytön suhteen.

*“Aina ei voi voittaa. Mulla on niin pitkää tilastollist dataa, et pitkäs juoksus mä jään voitolle. Siks mä pystyn sen nieleen. Se kuuluu siihen peliin.” (8)*

On selkeää, ettei pelikokemus ollut kuluttajalleen aina positiivinen. Pelaaja sai nettipokerin pelaamisesta hyvin negatiivisia kokemuksia, mutta jatkoi silti pelaamista. Miksi? Pelaaminen tarjosi sen verran paljon *jännitystä* ja *onnistumisen tunteita*, että pelaajat eivät malttaneet olla kokeilematta. Kuten eräs pelaaja sanoi: *”Mä oon se tunteella pelaaja joka rakastaa vaan sitä pelaamista ja joskus voitan”* (4). Pelaaminen itsessään oli kuluttajalleen elämys, eikä siihen vaadittu aina voittoa. Peli ei ainoastaan ottanut vaan sen myöskin antoi. Peli oli viihdyttävää sen tuoman jännityksen vuoksi. Vaikka joskus kävi huonosti, saattoi käydä myös hyvin.

*“Jos sä oikeesti haluat kehittyä siin pelis ja sä haluat olla paras siin ja sä ymmärrät, et pelis sä voit hävii kymmenii sisään nostoja ja sit taas voittaa sen, jos sä ymmärrät ne molemmat puolet, niin silloin sä voit oikeesti tehdä rahaa sillä. Tärkeint on se, et erottaa tunteet siit pelistä.” (10).*

Jännityksen tunne piti pelaajan otteessaan. Peli kiehtoi ja koukutti pelaajan juuri siksi, että pelissä oli mukana onnea. Hyväkään pelaaja ei voinut aina luottaa taitoon. Joskus se pieninkin todennäköisyys saattoi toteutua – niin hyvässä kuin pahassa. Häviämisen toisena ääripäänä oli voittaminen. Pelaajat saattoivat pitää päämääränään voittamista, mutta nauttivat myös itse pelaamisesta, vaikka eivät olisikaan voittaneet peliä. Pelaaminen oli nautinnollista ja tekeminen tarjosi kuluttajalleen jännityksen tunteita, joista ei haluttu luopua. Etenkin ilmaispelien pelaaminen selittyi pelin viihdyttävyydellä ja sillä, että pelaaminen oli yksinkertaisesti kivaa.

Pelaaminen ajanvietteenä oli mukavaa ja hauskaa. Vaikka pelaajien pelityylit ja tarinat kertoivat subjektiivisista kokemuksista, kävi kaikkien tarinoissa selväksi se, että pelaamisesta tykättiin ainakin jossain määrin. Siihen haluttiin kuluttaa aikaa ja peli tarjosi kuluttajilleen erilaisia mahdollisuuksia. Etenkin peliin kulutettu aika kuvasti sitä, miten suosittua pelaaminen oli. Yksi pelaajista vertasi nettipokerin pelaamista rulettiin ja mietti, kumpaa pelaisi mieluummin:

*”[...] et laitatko sen sata euroa pokeriin vai käynkö yhen kierroksen pyöräyttämässä ruletilla vaikka punaiselle värille. Et kumman mä pistän? Mä tuplaan sen muutamassa sekunnissa siihen kahteen sataan tai sit mä pelaan nettipokeria kaks kolme tuntia.” (4)*

Pelaaja valitsi nettipokerin, koska hän halusi kuluttaa aikaansa pelaamiseen. Hän nautti kulutustilanteesta sellaisena kun se oli, hän nautti siitä, että sai pelata. Juuri Holbrook (2005) kuvasi pelaamisen olevan kuluttamisen itsetarkoitus. Asiakas sai arvoa pelillisyydestä ja siitä, että hän sai olla osallisena aktiviteetissa. Myös Csikszentmihalyi (1991) ja Sutton-Smith (1997) toivat esille kokemuksen olevan itsessään kuluttamisen päämäärä. Itse kulutustilanteesta nautittiin niin paljon, että voittamisella ei ollut enää merkitystä.

#### 4.2.5. Sosiaalisuus nettipokerissa

Pelaaminen toi samalla esille pelaajien leikkimielisyyden ja halun hauskanpitoon (vrt. Hirschman 1985). Pelaaminen koettiin hauskempana, kun mukana oli myös kavereita. Kaverit saattoivat pelata toisiansa vastaan tai toistensa kanssa. Hauskuus ja sosiaalisuus nivoutuivat usein yhteen pelaajien tarinoissa.

*”[...] Se oli äärettömän kivaa ja sit viel et jos kaveri tuli siihe mukaan, samaan pöytään, niin se oli vielä mukavampaa. Tottakai, kun sä pelasit muita vastaan, sä yritit niitäki kattoo, profiloida et millasia ne on.” (3)*

*”[...] jos kaveri osaa pelata, niin voi pelata kimppaan, voi vuorotella siinä... ja silloin tavallaan pystyy niitä näkemyksiä siinä toisen kanssa keskustelemaan, mikä taas kehittää sitä peliä, kun näkee muitakin näkökulmia siihen.” (1)*

Nettipokerin pelaamisessa koettiin yhdessäolon ja porukkaan kuulumisen tunteita heikommin kuin live-peliä pelattaessa. Tähän vaikutti se, että pelaajat eivät useinkaan olleet nettipokeria pelatessa samassa fyysisessä tilassa. Jokainen pelaaja saattoi pelata kotonaan, keskustellen muita virtuaalisia kanavia pitkin, kuten esimerkiksi Skypen tai Messengerin välityksellä. Sosiaalisen kokemuksen syntyyn vaikutti oma osallistuminen yhteiseen toimintaan, jolloin kulutuksessa oli yhteinen päämäärä. Etenkin kaverin kanssa pelatessa tavoiteltiin yhdessä voittoa ja pelaaminen nähtiin yhteisenä matkana kohti päämäärää. Pelaajien roolit jakautuivat taidon mukaan ja pelikaverikseen muita vastaan haluttiin luonnollisesti mahdollisimman taidokkaita pelaajia. Taidokkainta pelaajaa kuunneltiin ja häneltä haluttiin saada vinkkejä omaan pelaamiseen. He toimivat mielipidejohtajina muille pelaajille. Joskus muut pelaajat saattoivatkin vain seurata, kun yksi pelaajista pelasi.

Tarinoissa pelaamisen sosiaalisuus näkyi kuitenkin enemmän live- kuin nettipokerissa. Mielipiteet jakautuivat kahtia puhuttaessa livepokerista. Osa pelaajista piti livepokerista enemmän sen sosiaalisemman ulottuvuuden johdosta, kun taas toinen osa pelaajista ha-

lusi välttää etenkin tuntemattomien kanssa fyysisesti samassa tilassa pelaamista. Sosiaalisuus pelaamisessa nähtiin siten sekä positiivisena että negatiivisena seikkana. Kaverien kanssa live- pelaaminen oli kuitenkin suurimman osan mukaan hauskaa.

*”Livepelissä kiehtovampaa on se, että siinä on paljon vähemmän jakoja. Se on jotenkin leppoisampaa, siinä voi enemmän niinku näytellä ja siel voi heittää ihmisten kans läppää. Siin voi välil pitää tauon ja mennä syömään ja palata taas siihen pöytään. Se on hauskeempaa ja konkreettisempaa.” (5)*

Nettipokeri koettiin mielekkäämmäksi sen nopeatempoisuuden johdosta. Pelin nopeuden koettiin olevan kehittävämpää, kuin livepokerin. Lisäksi livepelaaminen oli hankalampaa, kun piti varata tietty aika, kun peliä pelasi. Nettipokeri mahdollisti pelaamisen missä ja milloin tahansa. Tämän vuoksi myös sosiaalisuudesta oltiin valmiita tinkimään.

*”Suomessa on yks kunnan kasino, joka on Helsingissä, mut vaik mä asuisin Helsingissä, niin mä pelaisin netissä joku 90 prossaa. Sitä voi tehdä kotona mihin aikaan vaan, maailmas pyörii pelejä ympäri vuorokauden. Mä voin pelata mihin aikaan vaan, se on se helppous.” (8)*

Nettipokerissa vastapelaajat olivat usein vieraita ja heidän kanssaan kommunikointi harvoin. Kommunikointi rajoittui joko vastapelaajan pelitaitojen kritisointiin tai harvemmissä tapauksissa myös kehumiseen. *Emmä ehkä koe siinä mitään, et ois siinä porukassa mitenkään, et enemmän oon siin pelissä sisällä (2)*. Nettipokeri koettiin enemmän yksilöpeliksi, johon ei tarvittu sosiaalisia kontakteja. Pelaamisessa oli tärkeämpää oman pelin kulkeminen ja itsensä kehittäminen, kuin muiden kanssa kommunikointi.

Sosiaalisuus rajoittui tarinoissa lähinnä kavereihin ja heidän kanssaan kokemuksien vaihtoon. Nettipokerin koettiin jopa karkottavan sosiaalisia suhteita. Ihmiset, jotka eivät pelaamisesta ymmärtäneet nähtiin pelin aikana häiritseviksi, mikäli peliä pelattiin toisinaan. Etenkin oma puoliso koettiin häiriötekijänä silloin, kun peli oli käynnissä. Siksi pelaamista harrastettiin usein silloin, kun oltiin yksin ja pelaamiseen voitiin keskittyä rauhassa.

#### 4.3. Nettipokerin kulutuksen elinkaari

Tarinat etenivät kronologisesti pelaamisen alkamisesta sen jatkumiseen ja kehittymiseen, valottaen koko pelaamisen elinkaaren aikana koettuja kokemuksia. tarinat alkoivat ku-

vaten ensimmäisiä pelikertoja, muodostaen näin ollen tarinan alkutason. Tarinan keskitasoon siirryttäessä kerrottiin, miten pelaaminen on ajan saatossa muuttunut ja onko pelaamisessa tapahtunut kehitystä. Lopetustasossa tarinan kertojat pohtivat, missä pisteessä oma pelaaminen on tällä hetkellä ja mihin se todennäköisesti tulee suuntautumaan. Näkyykö pelaamiselle loppua ja mikä mahdollisesti saisi pelaamisen loppumaan, mikäli sitä ei vielä oltu lopetettu. Eri elinkaaren vaiheissa pelaamisen motiivit olivat erilaisia ja kokemukset pelistä vaihtelivat tilanteittain. Ensimmäistä kulutuskokemusta analysoidessa puhutaan kuluttamisen houkuttelevuudesta. Tämän työn teoria pohjautuu kokemukselliseen kuluttamiseen, jolloin pelaamisen houkuttelevuustekijöissä on päästy raapaisemaan pelkkää pintaa.

#### 4.3.1. ”Se oli niin kuin huumetta” – Ensikosketus nettipokeriin

Ensimmäinen nettipokerikokemus muistettiin selkeästi. Pelaajien ensikosketus nettipokeriin tapahtui kaverin tai jonkun muun läheisen ihmisen välityksellä. Kaverit levittivät sanaa joko omasta pelaamisestaan tai jonkun toisen pelaamisesta. Usein puhuttiinkin omista onnistumisista ja siitä, miten nettipokerin avulla voitettiin paljon rahaa. Tarve pelaamiseen syntyi word-of-mouthin avulla, vaikka ensimmäiset ajatukset nettipokeria kohtaan saattoivat olla hyvinkin epäileväisiä. Pelaajia houkutteli pelin *uutuus* ja se teki heistä uteliaita (Vrt. Yee 2009). Uteliaisuutta lisäsi median levittämät sankaritarinat nettipokeriammattilaisista, jotka elivät loistokasta elämää pelkän korttipelin avulla. Nettipokeri tarjosikin tarinoiden kertojille *mahdollisuuksia ja toiveita. Innostuin asiasta ja kokeilin sitä kerran ja olin sitä mieltä, että se oli mun juttu* (1).

Kaikille pelaajille yhteistä oli se, että yleinen elämäntilanne mahdollisti pelaamisen. Pelaajilla saattoi olla paljon aikaa, jonka he halusivat kuluttaa pelaamiseen, toisaalta myös taloudellinen tilanne määräsi sen, miten isoja pelipöytiä pelattiin. Yhdelläkään tarinan kertojalla ei ollut pelaamisen aloitusvaiheessa perhettä eikä pieniä lapsia huollettavana. Pelaamisen aloitusvaiheessa pelaajat eivät tienneet, mihin pelaaminen johtaisi. Pelaaminen oli enemmän kokeiluluontoista ja siihen tutustuttiin jopa puoli vahingossa. Pelaamisen alkuvaiheessa pelaajia motivoivatkin pääasiassa *uutuuden viehätys ja hauskuus*.

*Mä jäin niin koukuun siihen ensimmäiseen koittoon, se oli niin kuin huumetta. Se tuli joskus 21-22 vuotiaana, jonku kaverin kautta. Se näytti mulle ne hommat ja sitten siitä se lähti. Pelaaminen on kuitenkin ollut mukana jollain tasolla aina.”*  
(4)

*”No se alko kaverin luona... se pelas ja sitten pelattiin kimpiaan ja sitten alkuun se oli sellasta et pelattiin kimpas ku istuttiin iltaa.” (2)*

*“[...] olin nähnyt et frendit pelaa pokerii. En ollut yhtään kiinnostunut silleen alkuun. Moni kaveri pelas ja kehuskeli voitoilla eikä kukaan koskaan tietenkään hävinnyt. Tein Pokerstarsille ekan tilin ja lähin sit rämpyttään pari ilmaisturnausta ja sit sain niist sen joku pari kybää. Lähin sit pelaan rahapöytää ja siin meni ehk viis minuuttia, kun ne kaikki oli mennyt.” (7)*

Jatkettaessa pelaamista hedonististen arvojen rooli kasvoi. Pelaavat alkoivat nauttimaan ensimmäisistä onnistumisistaan ja taitojen kasvaessa turhautuneisuus sääntöjen puutteellisesta osaamisesta ja vastapelaajien saamasta kovasta kritiikistä pieneni. Siksi *oppimisen* motiivi näyttäytyi vahvana etenkin tarinoiden alkuvaiheissa. Pelaaminen aloitettiin varovaisesti pienillä summilla tai ilmaispöydissä. Ilman sääntöjen osaamista pelaaminen oli pelkkään sattumaan pohjautuvaa toimintaa. Siksi kirjojen lukeminen, muiden pelien seuraaminen ja opetusohjelmien katsominen liittyikin usein juuri pelaamisen aloittamisvaiheeseen. Ensiksi tutustuttiin ennestään tuttuihin peleihin, jonka jälkeen haluttiin pelaamiseen saada *haasteita*. Jos haasteita ei haluttu uusilla peleillä, siirryttiin maksullisiin pelipöytiin tai isompiin rahapöytiin. Siten rahan avulla pelaaja pääsi pelaamaan parempia pelaajia vastaan ja sai sitä kautta uusia haasteita. Yee (2009) viittasi tutkimuksessaan toiseen pelaamisen elinkaaren vaiheeseen, jossa pelaaja koki onnistumisen kautta motivoituvansa ja kiintyvänsä peliin.

*”Alkuun pelas niitä, mitä osas jo valmiiks, sököä ja Holdemia, mutta nyt kun on oppinut muitakin niin välillä on tullut kokeiltua. Ei se pelaaminen oo niin säännöllistä [...] yleensä sit opettelen kyllä ilmaispeleissä, etten nyt suoraan välttämättä mee mihkää rahan kanssa.” (2)*

*”Netissä alkoi freerolleista, eli ilmaisturnauksista. Pelasin pari euroa ja hävisin ne heti.[...] Jossain vaiheessa mä innostuin kaverin kautta vähän enemmän: ”Opettele tätä peliä, sä voit oikeesti tienata tällä rahaa”. Sit mä aloin opetteleen. Ensin tosi pienillä, mitättömillä panoksilla. Jossain vaihees mä huomasin, et olin saanut 750 ja sit mä tajusin, et ei vitsit, täl voi oikeesti tehdä rahaa. No, sit mä hävisin ne kaikki jossain yhdes illas. Sit oli hirvee morkkis, et miten voit hävii näin paljon rahaa.” (10)*

Pelin aloitusvaiheessa pelaaminen oli haparoivaa ja kokeiluluontoista. Omiin taitoihin ei luotettu ja uskottiin enemmän onneen kuin taitoon. Vaikka pelaajilla ei ollut taitoa, saattoivat he silti hetkellisesti pärjätä. Tämän johdosta uudetkin pelaajat innostuivat pelaamaan nettipokeria ja tämä sai pelaajat niin sanotusti *pelin huumaan*. Aloitus koettiin vaivattomaksi, kun peliä voitiin pelata silloin, kun itselleen parhaiten sopi ja sellaisilla



panoksilla, mitkä tuntuivat itsestä kohtuullisilta. Ajallisesti pelaaminen vaihteli hyvin paljon eikä pelaamisessa ollut säännöllisyyttä. Tarinoiden mukaan pelaamista jatkettiin siksi, että se oli *jännittävää*.

*”Kyse on kuitenkin taitopelistä, strategiapelistä, missä on kuitenkin sitten osuus tuuria. Mikä mahdollistaa sen, että siinä pystyy hetkellisesti pärjäämään huonotkin pelaajat. Sen takiahan siitä on niin suosittua tullut tosta pokerista, koska siinä esimerkiksi sellainen pelaaja joka ei ole koskaan mitään peliä pelannut, eikä ees tiiä välttämättä kaikkia sääntöjä niin pystyy siinä hetkellisesti voittamaan rahaa. Sehän siitä tekee niinkun mielenkiintoista.” (1)*

Pelaajat kuvasivatkin olleensa itse aluksi niitä niin sanottuja huonoja pelaajia. Pelistä huonoa tekivät muun muassa taidon puuttuminen ja kärsimättömyys. Pelaajat saattoivat pelata aluksi liian isoja rahapöytiä, toivoessaan voittavansa suuria summia rahaa. Vaikka peleistä saatettiin hieman voittaakin, hävittiin ne nopeasti takaisin. Häviö otettiin vastaan hyvin raskaasti, koska rahan taju ei ollut tässä vaiheessa vielä hämärtynyt. Tarinoiden mukaan raha oli hyvin keskeinen tekijä aloittaessaan pelaamista. Peleihin laitettut summat muistettiin edelleen, vaikka ensimmäisistä pelikerroista oli vuosia. Samoin voitto - ja häviösummat muistettiin tarkkaan ja aikaisempaa pelaamista verrattiin nykyiseen.

#### 4.3.2. Yksilöllisyys nettipokerin kulutuksessa

Nettipokerin kehityssuunta oli jokaisella pelaajalla yksilöllinen. Kuten aikaisemmin todettiin pelaaminen oli subjektiivista ja siksi vertailun tekeminen hankalaa. Pelitavat muuttuivat jokaisen omaan elämään sopiviksi. Pelaajien tarinoiden avulla voitiin tulkita nettipokerin pelaamisen etenevän *sykleittäin*. Aloitettuaan pelaamisen, pelaaja kokeili rajojaan ja tutustui peliin. Pelaajan ensikontakti nettipokeriin vaikutti voimakkaasti siihen jatkettiinko pelaamista vai ei. Pelaaja, joka oli pelannut yhteensä kolme vuotta satunnaisesti, kertoi näin:

*“[...] mä en pelaa kokoajan, vaan menee jaksoittain, mä voin innostua, et pelaan kuukausi tai pari melki joka päivä ja sit tulee kolmen tai neljän kuukauden tauko ja sit mä taas pelaan. Silloin kun mä en pelaa niin mä en kaipaa sitä.” (6)*

Tässä empiirisessä tutkimuksessa tarinoiden kertojat oli valittu sen mukaan, että he olivat tehneet päätöksen jatkaa pelaamista ensimmäisen pelikerran jälkeen. Päätöksen jälkeen pelaamisen tiheys oli hyvin vaihtelevaa, vaikka pelaaminen koettiinkin yhä hauskana, mielenkiinto saattoi peliä kohtaan vaihdella. Jokaisen pelikerran lopetettua tehtiin

joko tietoisesti tai tiedostamatta uusi päätös, halutaanko pelata lisää. Pelaajien rahalliset voitot ja menestys innoittivat pelaajia jatkamaan, kun taas menetykset saivat pelaajan epäröimään pelaamisen jatkamista. Etenkin suuret rahalliset menetykset toivat pelaamiseen takapakkia. Peliä ei haluttu pelata pitkiinkään ajanjaksoihin, koska rahallinen häviö tuntui niin pahalta. Ilmaispeleissä häviötä ei koettu yhtä raskaasti. Häviöistä kuitenkin haluttiin ottaa oppia, mitä tehtiin väärin ja missä voitiin kehittää itseään. Häviäminen ravisutti pelaajien kaikkivoipuuskuvitelmaa, jolloin pelaaja ymmärsi, että kuka tahansa saattaa hävitä. Yee (2009) kuvasi tätä vaihetta *loppuun palamisena*. Nettipokerin pelaajat saattoivat turhautua ja ihmetellä, *miksi* pelaaminen ei tuntunut enää yhtä kivalta ja jännittävältä kuin aikaisemmin. Kuten myös jokaisessa rakkaustarinassa, arki kohtaa jossakin vaiheessa. Näin myös nettipokerissa.

Pelaaminen saattoikin jatkua satunnaisesti muutamista minuuteista tunteihin. Pelaajilla ei ollut säännöllistä rytmiä pelissä ja peliä pelattiin silloin, kun huvitti. Pelaamisen tiheys oli yksilöllistä. Nettipokeria haluttiin pelata päivittäin, viikoittain tai jopa ainoastaan muutamia kertoja vuodessa. Peliin kulutettu aika oli vaihtelevaa. Nimenomaan peliin kulutettu aika kuvasi pelin merkityksellisyyttä kuluttajan elämässä. Ajankäyttö nettipokeriin representoi kulutuksen kiinnostavuutta. Mitä pidempään ja mitä enemmän peliä pelattiin, sitä tärkeämmäksi se koettiin ja sitä suuremmaksi sen osuus elämässä kasvoi. Pelaamisen jatkuessa esille nousivat Yee:n (2008) *saavutuksellisuuden* ja *sosiaalisuuden* motiivit. Pelaamiseen uppoutumista tapahtui vasta pelaajan taitojen karttuessa.

Tarinoissa havaittiin olevan monia erilaisia syitä pelaamiselle, kuten *pelin voittaminen, raha, vapauden tunne, eskapistisuus, flow, uppoutuminen, kehittyminen pelaajana, rentoutuminen ja valta* (ks. Luku 4.2.). Hermeneuttisfilosofiselle tutkimukselle tyypillisesti pelaajien pelaamisen kehityskaari oli yksilöllinen ja syyt kulutukseen vaihtelivat pelaajan mukaan. Motiivien vahvuudet vaihtelivatkin pelaajakohtaisesti. Samalla pelaajalla saattoi olla monta eri motiivia pelata nettipokeria. Motiivit vaikuttivat muun muassa siihen, haluttiinko pelaamista jatkaa, miten kauan peliä pelattiin, miten paljon siihen haluttiin panostaa ja kuinka tosissaan peli otettiin.

Jokaisen pelaajan tarina paljasti, että pelaamisen elinkaaren yhtenä merkittävimpänä vaikuttajana oli pelaajan oma halu kehittyä pelissä. Aktiivinen kehittyminen ohjasi nettipokerin kulutuksen suunnan. Tarinoissa pelaajat halusivat usein olla parempia pelaajia, taitavampia kun muut. Pelaaja saattoi haluta esimerkiksi päästä *aina viiden parhaan joukkoon* (6) tai *kukistaa vastustajansa* (6). Peliä haluttiin oppia siksi, että pelaaja pääsisi pelaamaan entistä haastavampiin pöytiin. Omien kykyjen testaaminen jatkui pela-

misen alusta loppuun saakka. Taitojen kehittymien ja oma pärjääminen pelaamisessa vaikuttivat siihen, miten tosissaan ja kuinka pitkään peliä pelattiin.

Pelaaminen eteni jaksoittain myös tunteen mukaan. Peliä pelattiin silloin, kun siltä tuntui. Tunne ohjasi pelaajia vahvasti päätöksissä jatkaa tai lopettaa pelaaminen. Pelaajien yksilöllisyys korostui puhuttaessa tunteista, sillä tunteiden kertomiseen liittyi Holbrookin (1999) viittaamaa introspektiota – sisäistä tulkintaa. Vaikka järki sanoi, että pelaajalla ei ollut taloudellisesti mahdollista jatkaa pelaamista, saatettiin kuitenkin ottaa lainaa ja pelata yli varojen. Järki ja tunne saattoivat olla ristiriidassa. Pelaaja tunnisti oman kykyjen riittämättömyyden, mutta luotti kuitenkin onneen omassa pelaamisessaan.

*“Mä olin se hullu pelaaja, mä olin se joka katoin viimeiseen korttiin asti, et tuleeko suora vai tuleeko väri. Jos mä hävisin, mä hävisin kunnolla. Mä rakastin sitä pelaamista. Riskien ottoa. [...] mä tajusin jo kauan aikaa et näin ei kannata ja miten monesti sanoin, etten pelaa enää. Silti mä menin sinne pelaamaan.” (4)*

Tunteiden rooli esiintyi läpi koko pelaamisen elinkaaren aikana vahvana, mutta etenkin pelaamisen aloitusvaiheessa pelaajat kokivat “tilttaavansa” useammin, kuin peliä pidempään ja taitavammin pelaavat. Pelaamisen elinkaaren viimeisessä vaiheessa pelaaja löysi itseään tyydyttävän tavan nettipokerin pelaamisesta. Tässä vaiheessa peli saatettiin myös lopettaa. Peliä jatkaneet pelaajat muokkasivat pelaamisen itselleen sopivaan muottiin. Pelaaja valitsi usein itselleen mieluisan nettipokeripelin ja hän osasi hahmottaa omat pelitaitonsa. Pelaaminen saattoi jäädä satunnaisen pelaamisen tasolle tai pelaamisesta tuli säännöllisempää ja määrätietoisempää. Omat tavoitteet pelin suhteet selkenivät myös Yeen (2009) teoriaa vahvistaen.

#### 4.3.3. Nettipokeri ammattina

Toisinaan pelaaminen saattoi edetä hyvinkin vakavaksi, jolloin pelaaja koki harrastuksesta tulleen ammatti. Pelaaja pelasi tällöin yleensä säännöllisemmin ja määrätietoisemmin kuin harrastelijat. Tarinoissa kerrottiin suurimpina motiiveina olleen *raha, itsensä kehittäminen ja voittaminen*. Etenkin ammattilaispelaajien tarinoissa korostui pelitaidon rooli ja oman itsensä kehittäminen. Omaa pelaamistaan saatettiin seurata järjestelmällisesti esimerkiksi *Pokertracker* tai *Pokeroffice*- tyylisten ohjelmien avulla. Ohjelmat mahdollistivat pelihistorian yksilöidyn ja tarkan seuraamisen millä tahansa pelisivustolla.

Pelaaminen muuttui vakavammaksi siinä vaiheessa, kun pelaajat ymmärsivät tienäänsä isoja summia rahaa ja voittavansa muut pelaajat sekä pelaavansa niin sanotusti voitollista peliä, jolloin kassa jäi toistuvasti plussalle. Pelaajat eivät myöskään kiinnostuneet niin sanotusta tavallisesta päivätyöstä, vaan heitä motivoi *vapaus* päättää omasta ajankäytöstään ja tavastaan elättää itsensä. Pelin oppiminen oli näille pelaajille helppoa ja haasteista nautittiin. Pelaajat korostivat *pelilukutaidon* ja niin sanotun pelin *psykologian* merkitystä. Tarinoissa toistettiin itsensä kehittämisen merkitystä. Pelaajien tavoitteena oli päästä pelaamaan yhä tasokkaampiin ja haasteellisempiin peleihin. Julkisuuden henkilöiden kanssa pelaamista pidettiin tietynä meriittinä.

Pokeriammatillaiset pelasivat tuntimääriltään enemmän kuin muut pelaajat. Heidän ajankäyttönsä saattoi olla jopa jaksotettu tietyille päiville tai kellonajoille. Tunneperusteista pelaamista tapahtui harvemmin ja sitä pyrittiin välttämään. Ammatillaispelaajien tarinoista saattoi tulkita tiltaamisen vähentyneen ajan myötä. Ensimmäisen tarinan kertoja kuvasi kehittymistään näin: *”Oon aika aggressiivinen pelaaja. Oon ennen ollut sellanen lämpöherkkäkin, eli tiltaa helpommin... siitä nyt on päässyt aika hyvin irti, ettei enää nyt samalla tavalla”*. Ammatillaispelaajat pelasivat huomattavasti suuremmilla summilla, kun muut nettipokerin pelaajat. Peliä pelattiin vain rahasta. Ammatillaispelaajilla rahan arvo oli hämärtynyt, eivätkä he osanneet aina suhteuttaa pelaamiansa summia todellisuuteen. Näitä nettipokerinpelaajia yhdisti suuri kiinnostus itsensä kehittämiseen – niin pelitaidollisesti kuin psyykkisestikin.

Voittaminen koettiin pelaamisen päämääräksi, mutta ei välttämättä ainoaksi syyksi pelata (Vrt Caillois 2001). Vaikka nettipokerin ammatillaisia motivoi raha, kertoivat pelaajat esimerkiksi pelaamisen psykologian tuovan pelaamiseen oman ulottuvuutensa. Pelistä haettiin syvempiä aspekteja, joihin voitiin keskittyä vain, jos pelaajalla oli taitoa pelata. Pelissä viihtyminen ei näkynyt tarinoissa vahvimpana syynä pelin kulutukseen. Pelaamisesta ei aina nautittu ja siihen suhtauduttiin kuin mihin tahansa muuhun työhön. Graysonin (1999) mukaan harrastuksen muuttuessa työksi sisäiset arvot muuttuvat ulkoisiksi. Ulkoiset arvot kuten pelin voittaminen ja raha nousivat pelaamisen sisäisten arvojen kuten nautinnon- ja viihteellisyysarvojen edelle. Näin ollen ammatillaispelaajien motiivit pelata nettipokeria poikkesivat amatöörien ja vähän pelaavien motiiveista.

#### 4.3.4. Game over!

Kaikki pelaajat toivoivat, että pelaaminen jatkuisi mahdollisimman pitkälle tulevaisuuteen. Haaveina oli pelata nettipokeria niin hyvin, että sillä voitiin elättää itsensä, muuttaa ulkomaille tai lopettaa nykyisessä työssä. Pelaamisen lopettaminen koettiin hyvin hämmäntävänä ajatuksena. Osa pelaajista kertoi tarinassaan kuitenkin lopettavansa pelaamisen, mikäli he saisivat perheenisäystä tai pelaaja alkaisi vakavasti seurustelemaan eikä toinen osapuoli pitäisi nettipokerin pelaamisesta. Yleisestikin sosiaalisten kontaktien väheneminen huolestutti pelaajia, etenkin jos pelattiin paljon – omasta tai muiden mielestä liikaa. Neljännes pelaajista mainitsi, että mikään ei saisi lopettamaan pelaamista ja loput kokivat lopettavansa pelaamisen vain, jos huomaisi, että siinä ei enää pärjäisi tai he olivat jo lopettaneet nettipokerin pelaamisen.

Lopettaneet nettipokerin pelaajat kertoivat pelaamisen syiksi *rahalliset tappiot, suhteiden kariutumisen tai ajan puutteen*. Rahalliset tappiot ulottuivat kymmeneen tuhansiin dollariin, joiden takaisin maksaminen oli entiselle pelaajalle yhä ajankohtainen. Jälkikäteen nettipokerin pelaamista vastaan tuli jopa taistella ja pelaaja koki edelleen valtavaa houkutusta pelaamista kohtaan. Rahallisiin menetyksiin liittyi myös läheisen ihmissuhteen kariutuminen, kun toinen osapuoli ei ymmärtänyt pelaamista.

*”Mä tiedostin ongelmani jo tosi nuorena. Näihin päiviin asti se on ollut sellainen taistelu, et mä haluan vapaaks siitä pelaamisesta. Mä vaan tulin sellaseen pisteeseen, ettei enää pysty.” (4)*

Ajan puute pakotti toisen pelaajan lopettamaan pelaamisen lähes kokonaan. Pelaaja ei kuitenkaan kokenut pelaamisen olleen ongelma, vaan hänen elämänsä tuli muita tärkeämpiä asioita ja mielenkiinto pokeriin laantui. Pelaaja saattoi kuitenkin muutaman kerran vuodessa pelata livepöytiä, koska koki niiden olevan mielenkiintoisempia, kuin nettipokeripeli.

*”Kokoajan se sitten väheni, en oikeastaan pelaa enää netissä. Nettipokeri on tosi tylsää. Siinä menee helposti 3-4 h ja se on aika puuduttavaa. Ei se oo oikeastaan mun juttu.” (5)*

Pelaaminen saatettiinkin lopettaa motiivien heikennyttyä ja lopulta kuoltua kokonaan. Pelaaminen ei tarjonnut pelaajalleen enää sellaisia arvoja, jotka häntä olisivat tyydyttäneet. Tarinoissa näkyi etenkin taloudellisista syistä lopettaneella olleen pelaamista kohtaan yhä kiinnostusta, mutta kiinnostukselle ei annettu valtaa siksi, että pelaamisen nähtiin johtavan liian suuriin taloudellisiin ja sosiaalisiin riskeihin. Riskin välttämiseksi

pelaaminen oli päätetty lopettaa kokonaan. Tarinoiden perusteella oli mahdotonta luoda yleistä kaavaa pelaamisen elinkaaren kehittymisestä, sillä jokaisen nettipokerin pelaajan pelaamisen elinkaari muotoutui omien psyykkisten, fyysisten ja kognitiivisten kykyjen mukaan. Pelaaja pelasi omien taitojen ja kykyjen puitteissa, jolloin myös motiivit vaihtelivat pelaajakohtaisesti. Pelissä ja pelaamisessa ei ollut vain yhtä tekijää, mikä pelaajaa kiehtoi, vaan pelaamisen motiivien päällekkäisyydet kuvasivat kuluttajien yksilöllistä luonnetta, joita ei pelkkään tieteseen perustuen voinut luotettavasti mitata.

## 5. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on ollut selvittää, *mikä saa kuluttajan pelaamaan nettipokeria*. Erityisesti tutkielmassa on keskitytty nettipokerin kokemukselliseen kulutukseen. Ensimmäisenä tavoitteena oli muodostaa *teoreettinen viitekehysmalli nettipokerista kulutuskokemuksena*. Teoreettisessa viitekehysmallissa yhdistettiin sekä pelitutkimuksen että kokemuksellisen kulutuksen tutkimuskentän aineksia. Nämä kaksi tutkimuskenttää loivat yhdessä esiyymmärryksen tuotteen kokemuksellisuudesta. Teorian avulla tarkasteltiin sitä, *millaisena pelaamisen kokemuksellisuus näyttäytyi*.

*Pelaamisen* kokemuksellisuus täsmentyi *nettipokerin kulutukseen* työn empiriatasolla. Empiria kohdistui toisen tavoitteen mukaisesti pelaajien tarinoiden identifioinnin kautta nettipokerin kokemuksellisiin ulottuvuuksiin. Tutkimusongelmaa lähestyttiin asettamalla ilmiö empiriassa todellisuuteen narratiivien avulla. Kymmenen tarinan pohjalta pyrittiin paikantamaan kokemuksellisuuden avulla syitä nettipokerin kulutukseen. Yksilöiden subjektiivinen kokemus nettipokerissa näyttäytyi tarinoiden avulla, jonka päähenkilöinä pelaajat itse olivat. Tarinoiden kertomisessa ja tulkitsemisessä olennaisena oli yhteinen kieli, jonka avulla merkitykset saattoivat siirtyä, vaikka se saattoikin aiheuttaa tutkimuksen luotettavuuteen liittyviä ongelmia. Kerrottuja tarinoita tarkastettiin sisällönanalyysin avulla, jolloin nettipokeri-ilmiö kytkettiin laajempaan pelaamisen kontekstiin.

Tutkimuksessa tulkittiin, selitettiin ja ymmärrettiin, *mitä kokemuksia nettipokerin pelaaminen kuluttajalleen antoi ja miksi pelaajat halusivat peliä pelata*. Tutkijan ymmärrystä lisäsi tulkinta tarinoiden kokemusten ääripäistä. Kerrotuista narratiiveista pyrittiin löytämään erilaisia kokemuksellisia elementtejä, jotka selittivät kuluttajan motivoitumista nettipokerin pelaamiseen. Tutkimus paljasti nettipokerin pelaamisen tarjoavan sekä hedonistisia että utilitaristisia arvoja ja hyötyjä kuluttajalleen, jonka mukaan myös kokemuksen ääripäät pyrittiin jaottelemaan. Tutkimus antoi viitteitä Holbrookin kuvaamiin sisäisiin ja ulkoisiin arvoihin. Näin ollen nettipokerin pelaajat saivat kulutustilanteesta sekä sisäisiä arvoja, jotka tyydyttivät pelaajan nautinnollisia haluja että ulkoisia pelin voittamiseen ja saavutuksellisuuteen liittyviä hyötyjä. Arvoja ei voitu tarkkaan erottaa toisistaan, vaan nettipokerin pelikokemus tarjosi kuluttajalleen sekä hedonistisia että utilitaristisia kokemuksia myös samanaikaisesti.

Nettipokerin kuluttajan kokemus oli *kokonaisvaltainen tuntemus*, joka perustui suurelta osin *tunteisiin* ja *aistimuksiin*. Sama ärsyke saattoi tuottaa eri ihmisille erilaisen reaktion, kuten Schmittin (1999b) kokonaisvaltaisen kuluttamisen teoria ehdottaa. Tästä johtuen arvojen tai motiivien jakoa ajallisesti enemmän tai vähemmän pelaavien välillä ei voitu tehdä. Pelaajien saamat arvot koettiin yksilöllisesti, jolloin enemmän pelaava saattoi saada pelistä samankaltaisia arvoja kuin huomattavasti vähemmän nettipokeria pelaava.

Pelaamisen määrä ei ollut suoraan suhteutettavissa pelitaitoon. Tarinoista saatettiin kuitenkin havaita erilaisia motiiveja *eritasoisille* pelaajille. Laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti pienen tutkimusotannan johdosta ei ollut merkityksellistä eikä tavoiteltavaa nimetä yksittäisiä lopulliseen totuuteen johdattavia arvoja tai motiiveja, vaan löytää kokemuksellisia elementtejä, jotka saattoivat auttaa ymmärtämään nettipokerin kulutusta. Tutkimuksessa pyrittiin korostamaan yksilön subjektiivista luonnetta, jonka johdosta arvojen kuvaaminen oli suuntaa-antavaa jättäen tilaa myös toisenlaisille tulkinnoille.

Pelaajien identifioinnissa kävi ilmi ammatikseen tai niin sanotusti tosissaan pelaavien saavan pelistä vähemmän hedonistisia arvoja kuin amatöörien ja aloittelijoiden. Arvojen erottaminen tarinoiden pohjalta ei ollut helppoa, mutta narratiiveista saattoi tehdä tulkintoja, joiden mukaan toisen arvon vahvistuessa toinen heikentyi. Hedonistiseksi suuntaa-antaviksi arvoiksi tunnistettiin pelaajien tarinoiden pohjalta pelillisuus, jännittävyys, eskapistisuus ja viihdyttävyyt. Pelaaminen itsessään oli nautinnollista ja antoi kuluttajalleen arvoja. Toiminta oli viihdyttävää ja jännittävää.

Nettipokeria pelaamalla koettiin arvoja, jotka motivoivat pelaamaan peliä uudestaan myös hävittyään. Peliä ammatikseen pelaavien tarinoissa utilitarististen hyötyjen rooli näyttäytyi taloudellisissa ja rationaalisissa päämäärissä. tarinat paljastivat, että itseään ammattilaisiksi nimeävien voittamisen tarve oli suurempi, kun peliä huvikseen tai satunnaisesti pelaavilla. Pelaajia ei kuitenkaan voitu jaotella arvotyyppien mukaan, vaan *kaikkien pelaajien tarinoissa oli tunnistettavissa sekä nautintoon liittyviä hedonistisia että utilitaristisiin hyötyihin liittyviä arvoja*.

Nettipokerista saatavat kokemukset olivat sekä positiivisia että negatiivisia. Negatiiviset kulutuskokemukset liittyivät pelin häviämiseen ja rahan menetykseen. Pelin häviämiseen suhtauduttiin eri tavalla riippuen siitä, millainen pelin kulku oli ollut ja ketä vastaan oli pelattu. Kuluttajat hyväksyivät rahalliset menetykset paremmin, jos vastapelaaja pelasi itseään paremmin. Rahan arvon koettiin vääristyvän pelaamisen edetessä. Tämä koettiin myös edellytykseksi pelata isoja rahapanoksia, jolloin pelko summan menettämisestä minimoitui. Narratiiveissa tuotiin esille monipuolisia ja



misestä minimoitui. Narratiiveissa tuotiin esille monipuolisia ja vahvoja emootioita. Etenkin häviössä koettuja tunteita pyrittiin tukahduttamaan, jotta ne eivät olisi vaikuttaneet tuleviin peleihin. Nettipokeriin liittyikin paljon sosiaalipsykologisia aspektejä, jotka ilmenivät pelaajien kulutuskokemusten myötä.

Kulutuskokemusten analysointi tapahtui postmodernissa hengessä kuvatessa todellisuuden pirstaloitunutta luonnetta. Pelaamiselle ei ollut yhtä kokonaisvaltaista ja kattavaa selitystä, vaan pelaaminen oli ristiriitaista, humaaneista tarkoituseristä lähtöisin olevaa toimintaa. Pelaamiselle ei löydetty kaavamaista kehityskaarta, jonka mukaan pelaamiseen olisi löydetty tieteellistä totuutta. Tämä ei myöskään ollut tutkimuksen tarkoitus. Tutkielman kolmannen tavoitteen täyttämiseksi tarinoista pyrittiin erottamaan alku-, keskikohta ja loppu. Tarinan juoni vastasi pelaamisen elinkaaren kehitystä, sillä pelaajia pyydettiin aloittamaan tarina siitä hetkestä, kun pelaaminen alkoi ja lopettamaan siihen, mihin pelaamisen näkisi johtavan tai mahdollisesti päättyvän. Pelaamisen subjektiivisen luonteen johdosta pelaamisen elinkaari muodostui pelaajan psyykkis-, fyysis-, kognitiivisista kyvyistä, taidoista ja rajoituksista käsin. Ympäristön sosiaalinen paine vaikutti läpi pelaamisen elinkaaren – pelaamisen ensikontaktista lopettamiseen.

Pelaamisen elinkaaren aikana pelin eri vaiheissa motivoivat erilaiset tekijät. Siitä johtuen pelin pelaaminen ei ollut säännöllistä eikä aina johdonmukaistakaan. Pelaajien tarpeet ja tavoitteet muuttuivat pelaamisen kehittyessä. Nettipokerin pelaamisen motiivien tunnistamisessa tarinat antoivat viittauksia Yeen (2008) havaitsemiin eskapistisiin ja saavutuksellisiin motiiviryhmiin. Pelaaminen koettiin vahvasti taitopeliksi, jolloin taitojen parantuessa myös haasteiden tuli nousta. Narratiivit paljastivat ammattilaispelaajien ja enemmän peliä pelaavien arvostavan pelissä eniten oppimista ja oman itsensä kehittämistä. Jatkuva itsensä kehittäminen tapahtui yksilön psykologisella tasolla. Pelistä pyrittiin erottelemaan tunteet ja taloudellisiin menetyksiin opittiin suhtautumaan tyynemmin. Taloudelliset riskit pyrittiin minimoimaan valitsemalla omien taitojen tasoisia pelipöytiä ja vastustajia. Taito itsessään oli ristiriitainen käsite. Ollakseen taitava pelaaja, tuli pelaajan osata lukea peliä, olla kykeneväinen psykologiseen taktikointiin ja numeeriseen lahjakkuuteen. Toisaalta taas sattumanvaraisuuteen ja onneen ei haluttu uskoa, vaikka sen olemassaolo tiedostettiin.

Nettipokeri-ilmiön monikerroksisuus ja uutuus antavat jatkotutkimuksille sijaa. Tämän kaltainen näkökulma nettipokerin tutkimukseen oli Suomessa ensimmäinen. Tässä tutkimuksessa pyrittiin saamaan selvyyttä nettipokerin kokemukselliseen kulutukseen. Tarkastelu kohdistui nettipokerin pelikokemuksista saataviin arvoihin ja motiiveihin

narratiivien pohjalta. Nettipokerista saatujen kokemusten vertailu live-pokerin pelaamiseen antaisi hedelmällisen alustan mahdollisille jatkotutkimuksille. Tarkastelun voisi näin ollen kohdistaa muuttuvaan kulutusympäristöön ja siitä syntyviin kokemuksiin.

## LÄHDELUETTELO

- Abma, T. (2002) *Sanaton tarinaton? Afaatikon intersubjektiiivinen maailma ja kertoen rakentuva identiteetti*. Minna Sillanpään säätiön julkaisuja A: 5, Helsinki: Vammalan Kirjapaino Oy.
- Addis, Michela & Stefano Podestá (2005). Long Life to Marketing Research: a Post-modern View. *European Journal of Marketing* 39: 3/4, 386–412.
- Alasuutari, Pertti (1986). *Työmiehen elämäntarina ja alkoholismi. Tutkimus alkoholismin suhteesta emokulttuuriin*. Tampere: Tampereen yliopisto, sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. Sarja A, tutkimuksia 9.
- Alasuutari, Pertti (1994). *Laadullinen tutkimus*. 2. painos. Jyväskylä: Vastapaino.
- Alasuutari, Pertti (1999). *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Alho, Olli (1981). *Uhkapelit. Pelit ja leikit*. Kalevalatutkimuksen vuosikirja 61. Helsinki: SKS, 104–116.
- Antonius, Patrik (2009). *Patrik Antonius Player Bio*. [online]. Full Tilt Poker, Patrik Antonius [cited 14 Apr 2009]. Available from World Wide Web: <URL:<http://www.patrikantoni.us.com/about>>.
- Anttila, Pirkko (1996 a). *Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet*. Helsinki: WSOY.
- Anttila, Pirkko (1996 b). *Tutkimusen taito ja tiedon hankinta*. Helsinki: Akatiimi Oy.
- Atkinson, J. M & Heritage, John (1984). *Structures of social action: studies in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Babin, Barry, Darden, William & Griffin, Mitch (1994). *Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value*. *Journal of Consumer Research*, 20 (3), 644–656.

- Bartle, Richard (2003) *Designing Virtual Worlds*. Indianapolis: New Riders.
- Bauer, Martin & Sandra Jovchelovitch (2000). Narrative interviewing. Teoksessa: *Qualitative researching with text, image and sound*, 57–74. First ed. Toim. Bauer, Martin & George Gaskell. London etc.: Sage publications.
- Bond, E.J (1983). *Reason and Value*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Brown, Stephen (1999). Devaluing value. The apophatic ethic and spirit of postmodern consumption. Teoksessa Holbrook, Morris (toim.) *Introduction to consumer value. Consumer value: A framework for analysis and research*. Lontoo: Routledge Kegan Paul, 159–182.
- Campbell, Colin (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Padstow: Basil Blackwell 1987: 77, 86.
- Caillois, Roger (2001). *Man, Play and Games*. Paris: Librairie Gallimard.
- Carù, Antonella & Bernard Cova (2003). Revisiting Consumption Experience: *A More Humble but Complete View of the Concept: Marketing Theory* [online] [cited 19 May 2009]. Available from World Wide Web: <URL:<http://mtq.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/2/267>>.
- Chisnall, Peter M. (1994). *Consumer Behaviour*. Third edition. London: McGraw-Hill Book Company.
- Cicourel, Aaron, V. (1972). *Cognitive Sociology. Language and Meaning in Social Interaction*. New York: The Free Press.
- Cohen, Louis & Lawerance, Manion (1991). *Research Methods in Education*. London: Routledge.
- Crawford, Chris (1982). *The Art of Computer Game Design*. [online] [cited 15 May 2009]. Available from World Wide Web: <URL:<http://www.mindsim.com/MindSim/Corporate/artCGD.pdf>>.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding Flow*. New York: Perseus Book.

- Csikszentmihalyi, Mihaly (1991). *Flow. The psychology of optimal experience*. New York, Harper & Row, Publishers.
- De Saussure, Ferdinand (1966). *Course in General Linguistics*. New York, McGraw Hill.
- Denzin N.K. & Lincoln Y.S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2<sup>nd</sup> edition). California: Sage Publications, Thousand Oaks.
- Dey, Ian (1993). *Qualitative data analysis. A user friendly guide for social scientists*. London: Routledge.
- Duke, Annie (2010). Pokerivinkit – Pieniä vinkkejä pokerin pelistrategiasta [online]. [cited 12 May 2010] <URL:<http://www.pokeri.info/artikkelit/pokerivinkit.htm>>
- Engel, James & Roger Blackwell (1982). *Consumer behavior*. Chicago etc.: CBC College Publishing Inc.
- Entonen, T. & Lyytinen H. (1979). *Avoimen yliopiston toimivuus kasvatustieteen opetuksessa*. Osaraportti 1 N:o 85. Jyväskylän yliopisto. Kasvatustieteen laitos.
- Ermi, Laura & Frans, Mäyrä (2005). *Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion* [online]. [cited 3 May 2009]. Available from World Wide Web: <URL:[http://www.uta.fi/~frans.mayra/gameplay\\_experience.pdf](http://www.uta.fi/~frans.mayra/gameplay_experience.pdf)>.
- Eskelinen, Markku (2005). *Pelit ja pelitutkimus luovassa taloudessa*. Sitran raportteja 51. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Eskola, Jari & Juha Suoranta (2000). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Osuuskunta vastapaino.
- Fang, Xiang & John C. Mowen (2009). Examining the trait and functional motive antecedents of four gambling activities: *slot machines, skilled card games, sports betting, and promotional games*. [online] *Journal of Consumer Marketing*. Vol 26, 2 s. 121–131. Emerald Group Publishing Limited [cited 26 May 2009]

26, 2 s. 121–131. Emerald Group Publishing Limited [cited 26 May 2009]  
Available from World Wide Web

<URL:<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?contentType=Article&contentId=1779090>>

ISSN 0736-3761

Firat, A. Fuat & Nihileon Dholakia (1998). *Consuming People: From Political Economy to theaters of consumption*. New York: Routledge.

Flick, Uwe (2006). *An introduction to qualitative research*. London etc.: Sage publications.

Fronzizi, R. (1971) *What is Value?* LaSealle. IL: Open Court Publishing Company.

Gabriel, Clive (1990). The Validity of Qualitative market research. *Journal of Market Research Society* 1990: 1, 101–118.

Grayson, Kent (1999). *The dangers and opportunities of playful consumption*. Teoksessa Holbrook, Morris (toim.) Introduction to consumer value. Consumer value: A framework for analysis and research. Lontoo: Routledge Kegan Paul, 105–125.

Gronow, Jukka (2004). Modernin yhteiskunnan mahdollisuus: sosiaalinen eriytyminen ja esteettisen arvostelukyvyn kehkeytyminen. Teoksessa: *Sosiologisia nykykeskusteluja*, 237–290. Toim. Keijo Rahkonen. Tampere: Tammer-Paino.

Grönfors, Martti (1985). *Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät*. Juva: WSOY.

Hawkins, Del I. & Roger J. Best & Kenneth A. Coney 1986). *Consumer behaviour*, Third edition. Plano, Texas: Business Publications Inc

Heikkinen, Hannu (2000). Tarinan mahti. Narratiivisuuden teemoja ja muunnelmia. *Tiedepolitiikka* 4, 48–58.

Heikkinen, Hannu (2002). Whatever is narrative research? Teoksessa: Huttunen R., Heikkinen N. & Syrjälä L. *Narrative Research. Voices of the Teachers and Philosophers*. 13–28. Jyväskylä: Kopijyvä Ltd.

- Helsingin Sanomat (2009). *RAY aikoo aloittaa oman nettipokerin* [online] [cited 13 Apr 2009]. Available from World Wide Web: <URL:<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/RAY+aikoo+aloittaa+oman+nettipokerin/1135244741068>>.
- Hirschman, Elisabeth & Holbrook Morris (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and proposition. *Journal of Marketing*, 46 (summer), 92–101.
- Hirsijärvi, S. & Hurme H. (2001). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Holbrook, B. Morris & Elisabeth C. Hirschman (1993). *The semiotics of consumption: interpreting symbolic consumer behavior in popular culture and works of art*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Holt, Douglas B. (1995). How Consumers Consume: A typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research* 22, 1–15.  
<<http://www.shr.fi/index.php?module=ContentExpress&Func=display&ceid=320&meid=90>>.
- Holbrook, B. Morris (1999). *Introduction to consumer value*. In *Consumer value: A Framework For Analysis And Research*. London: Routledge Kegan Paul.
- Holbrook, B. Morris (2000). *The Millennial Consumer in The Texts of Our Times: Experience and Entertainment*. *Journal of Macromarketing* 2000: 20:2, 178–192.
- Holbrook, B. Morris (2006). *ROSEPEKICECIVEC versus CCV*, in Lush, R.F and Vargo, S.L. (eds) *The Service-Dominant Logic of Marketing*, New York: M.E. Sharpe.
- Holbrook, B. Morris (2005). *Customer value and autoethnography: Subjective personal introspection and the meaning of a photograph collection*. *Journal of Business Research* 2005: 58, 45–61.

- Hudson, Laurel Anderson & Julie L. Ozanne (1988). *Alternative ways of seeking knowledge in consumer research*. *Journal of Consumer Research* 14: March, 508–521.
- Huhtamo, Erkki & Sonja Kangas (2002). *Mariosofia*. Elektronisten pelien kulttuuri. Helsinki: Gaudeamus.
- Huizonga, Johan (1984). *Leikkivä ihminen*. Yritys kulttuurin leikkiaineuksen määrittelemiseksi. Suom. Sirkka Salomaa. Helsinki: WSOY
- Huotelin, Hannu (1992). *Elämäkertatutkimuksen metodologiset ratkaisut*. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Husserl, Edmund (1989). *Phenomenologins idé*. Daidalos. Göteborg.
- Hyvärinen, Matti & Varpu Löyttyniemi (2005). Kerronnallinen haastattelu. Teoksessa: *Haastattelu, tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, 189 –222. Ruusuvuori Johanna ja Tiittula Liisa (toim.). Tampere: Vastapaino.
- Internetpokeri (2007). Expect pokerin arvostelu. [online]. [cited 13 May 2010]  
<URL:<http://www.internetpokeri.com/arvostelut/expekt-pokeri-arvostelu/>>
- Juul, Jesper (2002). *Gameplay and Emergence*. Julkaisematon artikkelikäsikirjoitus [online]. [cited 14 september 2009]  
<URL:<http://www.jesperjuul.dk>>.
- Järvinen, Aki, Satu Heliö & Frans Mäyrä (2002). *Communication and Community in Digital Entertainment Services*. Prestudy Research Report. [online] Hypermedia laboratory Net Series 2. Tampere: Tampereen yliopisto. [cited 6 April 2009]  
<URL:<http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5432-4.pdf>>.
- Kananen, Jorma (2008). Tutkimuksen perusteet, otanta [online]. [cited 5 January 2010]. Saatavana World Wide Webistä:  
<URL:<http://sinuhe.jypoly.fi/~jkananen/Kvantti/html/otanta.html>>.
- Kangas, Sonja (2009). Elä niin opit. Nuoruus digitalisoituu 2/4. Tv-maailma. Yle oppiminen ja tieto. 14.09.2009.



- Kangas, Sonja (1999). MUD – Verkon sosiaaliset tilat. Teoksessa: *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*, 147–164. Aki Järvinen & Frans [Ilkka] Mäyrä (toim.): Vastapaino, Tampere.
- Karvonen, Erkki (2002). *Johdatus viestintätieteisiin* -kurssin luentomateriaali. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos.
- Kasanen, Eero & Lukka, Kari & Siitonen, Arto (1991). *Konstrukttiivinen tutkimusote liiketaloustieteessä*. Liiketaloudellinen aikakauskirja 3: 40, 301–326.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2004). *Principles of Marketing*. 10.painos. International edition: Pearson Prentice Hall.
- Kuusela, Hannu & Rintamäki, Timo (2004). *Arvoa tuottava asiointikokemus. Hyödyt ja uhraukset henkilökohtaisen ja sähköisen asiointin kehittämisessä*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.
- Kyngäs, H. & Vanhanen L. (1999). *Sisällön analyysi*. Hoitotiede 11, (1): 3–12.
- Laaksonen, Pirjo (2003). *Kuluttaja merkitysten maailmassa*. Luentosarja. Julkaisematon. Vaasan yliopisto.
- Laine, Timo (2001). Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa: *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, 26–43. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Lazzaro, Nicole (2004). *Why We Play Games: Four Keys to More Emotion Without Story* [online]. Vaasa, Finland: University of Vaasa 2009 [cited 2 May 2009]. Available from World Wide Web  
<URL:[http://www.xeodesign.com/xeodesign\\_whyweplaygames.pdf](http://www.xeodesign.com/xeodesign_whyweplaygames.pdf)>.
- Lehtonen, Turo-Kimmo (1994). Shoppailun mieli. Teoksessa: *Kohti hyvää elämystä*. Sosiosemioottisia näkemyksiä kulutuksesta, 19–53. Toim. Mika Panzae, Liisa Perälä & Mirja Kekki. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

- Lincoln, S.Y & Cuba E.G. (1985). *Naturalistic inquiry*. California: Sage Publications.
- MacIntyre A. (1981) *After virtue: a study in moral theory*. Notre Dame, Ind. University on Notre Dame Press.
- Meier, Klaus (1986). Play and paradigmatic integration. Teoksessa: *The Many Faces of Play*. Kendall Blanchard, Wannii Anderson, Garry Chick & Eric Johnsen (toim.). Champaign, IL: Human Kinetics Publishers, 271–272.
- Metsämuuronen Jani (2000). *Laadullisen tutkimuksen perusteet*. Viro: Jaabes OÜ.
- Mishler E. (1986). *Research Interviewing. Context and narrative*. Harvard University Press.
- Millar, Susanna (1968). *Lekens psykologi*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Mäki, Katja & Mika Boedeker (1997). *Kulutus – arkista aherrusta vai iloista irrottelua*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja Keskusteluja ja raportteja 4: 1997. Turku: Kirjapaino Grafia Oy.
- Negreanu, Daniel (07.11.2006). *Poker heaven. Turnauspelaaminen vaatii erilaista pelitapaa kuin käteispeli* [online]. Vaasa, Finland: University of Vaasa, 2009 [cited 28 Apr 2009]. Available from World Wide Web: <URL:http://www.pokeritieto.fi/Pokeritieto/Pokeri uutiset/p2\_id/turnauspelaaminen-vaatii-erilaista-pelitapaa-kuin-kateispeli-2899>. Uusitalo, Liisa (1998). Consumption in Postmodernity - Social structuration and the construction of the self. Teoksessa Marina Bianchi (toim.), *The Active Consumer*. London: Routledge, 227.
- Nieminen, H. & Åstedt-Kurki, P. (1993). *Laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofisista lähtökohdista – pohdintaa hoitotieteellisen tutkimuksen näkökulmasta*. Hoitotiede Vol.5, 194–199.
- Pantzar, Inka (2002). *17 lippalakkia*. [online]. [cited 19 May 2009] Available from World Wide Web: <URL:http://www.m-cult.net/mediumi/>

- Pantzar, Mika (1996). *Kuinka teknologia kesytetään*. Helsinki: Hanki ja Jää.
- Parhaat-nettikasinot (2009). *Pokeripelit* [online]. [cited 17 Apr 2009]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.parhaat-nettikasinot.com/pokeripelit.html>>.
- Payne, Adrian & Holt, Sue (2001). *Diagnosis customer value. Integrating the value process and relationship marketing*. British Journal of Management. Vol. 12, No. 2, 159–182.
- Perttula, J. (1995). *Kokemuksen tutkimuksen luotettavuudesta*. Kasvatus 26: 39–47.
- Peura-Kapanen, L. & Järvinen R. (2006). *Kuluttajien käsityksiä riskeistä, niiden hallinnasta ja sähköisestä vakuuttamisesta*. Kulutajatutkimuskeskus. Julkaisuja 7/2006.
- Pikkarainen, Eetu (2005). Kertomus ja merkitys: *semioottinen näkökulma narratiivisuuteen*. Elävä kertomus- konferenssi. 18.2.2005. Oulu
- Pine, B. Joseph II & James H. Gilmore (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard Business Review, 76 (July/August): 97–105.
- Poirier S. & Ayres L. (1997). *Focus on Qualitative Methods*. Endings, Secrets and Silences: Overreading in Narrative Inquiry. Research in Nursing and Health 20: 551–557.
- Pokerisivustot (2009). *Suurimmat Pokerisivustot – Maaliskuu 2009* [online]. [cited 27 Apr 2009]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.pokerisivustot.com/>>.
- Pokerisivut (2010). RAY:n pokeri alkaa kesällä 2010, työntekijöiden haku käynnissä. [online]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.pokerisivut.com/news/rayn-pokeri-alkaa-kesällä-2010-työntekijöiden-haku-käynnissä.html>>
- PokerListings (2009). *Maailman parhaat pokeridiilit. Pokeripelit* [online].

[cited 17 Apr 2009]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.pokerlistings.fi/pokeripelit>>.

Poker Strategy (2006). *Legal Issues with Online Poker in the US* [online].  
[cited 27 Apr 2009]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.poker-strategy.org/default.aspx?tabid=191>>.

Premsky, Marc (2002). *The Motivation of Gameplay*. [online] Julkaistu: On The Horizon , Volume 10 No 1.[cited 25 May 2009] Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContainer.do?containerType=Issue&containerId=18068>>

Pyysing, Aki (2009). *RAY aikoo aloittaa oman nettipokerin*. [online] Helsingin Sanomat  
[cited 20.3.2010] Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/RAY+aikoo+aloittaa+oman+nettipokerin/1135244741068>>.

Reith, Gerda (2003). *Gambling: Who Wins? Who Loses?* New York: Prometheus Books. ISBN: 1-59102-073-5.

Reichwald, Ralf & Frank Piller (2006). *Interaktive Wertschöpfung. Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung*. Wiesbaden: Gabler.

Rice, Chris (1993). *Consumer Behaviour. Behavioural Aspects of Marketing*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.

Robertson, Thomas S. (1970). *Consumer Behavior*. Glenview Illinois: Scott, Foresman and Company.

Saarinen, Esa (1986). *Fenomenologia ja eksistentialismi*. Teoksessa: Niiniluoto Ilkka & Saarinen Esa (toim.) *Vuosisatamme filosofia*. WSOY. Juva, s. 111–144.

Sandelowski M. (1993). *Rigor or Rigor Mortis: The Problem of Rigor in Qualitative Research Revisited*. *Advances in Nursing Science* 16 (2): 1–8.

- Shaddock, Justin (2007). *Passive Experience and the Freedom of Spontaneity*. The Mind Workshop. *Philosophy of mind, broad construed*. [online] [cited 1 January 2010]  
<URL:<http://mindworkshop.blogspot.com/2007/02/justin-shaddock-passive-experience-and.html>>
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar (2004). *Consumer Behaviour*. 8. edition. Canada: Pearson Prentice Hall.
- Schmitt, Bernd H. (1999a). *Experiential Marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. New York: The Free Press.
- Schmitt, Bernd H. (1999b). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management* 1999: 15, 53–67.
- Seppälä, Karoliina (2005). *Kahvia ja katseita – kahvilan elämyksellinen kuluttaminen. Gradu*. Vaasan Yliopisto, Markkinoinnin laitos.
- Soininen, Marjaana (1995). *Tieteellisen tutkimuksen perusteet*. Turku: Painosalama Oy.
- Solomon, Michael R. (2006). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. International 5<sup>th</sup> edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International.
- Spiggle, Susan (1994). *Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research* 21, 491–503.
- Srinivasan, T.C. (1987). *An interactive approach to consumer choice*. *Advances in Consumer Research*, 14 (1), 96 –100.
- Stakes (2006). Nettipokerin pelaaminen Ruotsissa. *Nätpokerspelandet I Sverige - Omfattning, utveckling och karaktär 2006*. [online]. [cited 5.1.2010]. Available from World Wide Web:  
<URL:[http://info.stakes.fi/pelihaitat/FI/julkaisut/nettipokerin\\_pelaaminen\\_ruotsissa.htm](http://info.stakes.fi/pelihaitat/FI/julkaisut/nettipokerin_pelaaminen_ruotsissa.htm)>.
- Stakes (2007 a). *Verkkopelaaminen* [online]. [cited 12 Apr 2009]. Available from World Wide Web:

<URL:<http://info.stakes.fi/pelihaitat/FI/rahapelaaminen/verkkopelaaminen/verkkopelaaminen.htm>>.

Stewart, C & Cash, W. (1988). *Interviewing, Principles and Practices*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown Publishers.

Stone, Robert N. & Gronhaug Kjell (1993). Perceived Risk: *Further Considerations for the Marketing Discipline*. Julkaistu: *European Journal of Marketing*. Vol 27. Issue 3. 39–50.

Sutton-Smith, Brian (1997). *The Ambiguity of Play*. Cambridge and London: Harvard University Press.

Syrjälä, Leena (2001). *Elämäkerrat ja tarinat tutkimuksessa*. Teoksessa: *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*, 203–214. Toim. Aaltola, Juhani & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus.

Talouselämä (2009). *RAY korotti panoksia nettipokerissa* [online]. [cited 13 Apr 2009]. Available from World Wide Web:  
<URL:<http://www.talouselama.fi/uutiset/article264510.ece?s=k&wtm=talouselama/-30032009?s=k>>.

Tikka, Heidi (2001). Affective environments: *Configuring the affective user?* [online] [cited 7 August] Available from World Wide Web:  
<URL:[http://mlab.taik.fi/culturalusability/papers/Tikka\\_paper.html](http://mlab.taik.fi/culturalusability/papers/Tikka_paper.html)>

Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi (2002). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Tynjälä, P. (1991). *Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien luotettavuudesta*. Suomen kasvatustieteellinen aikakauskirja. *Kasvatus* 22: 5–6.

Uusitalo, Hannu (1991). *Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan*. Juva: WSOY.

Yee, Nick (2008). *Primary Motivations* [online]. [cited 2 May 2009]. Available from World Wide Web:

<URL:<http://www.nickyee.com/daedalus/archives/print/001612.php>>.

Yee, Nick (2009). *Data on Player Life-Cycles* [online]. [cited 2 September 2009].

Available from Worl Wide Web:

<URL:<http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001646.php>>.

Woodruff, Robert B. & Sarah Fisher Gardial (1996). *Know Your Customer: New Approaches To Understanding Customer Value And Satisfaction*. Blackwell Publishers Inc. USA

Wärneryd, Karl-Erik (1986). *Konsumtionens ekonomiska psykologi*. Lund: Sandby Grafiska.

## LIITTEET

Liite 1. Tarinoiden kertojat.

<b>Tarinan numero</b>	<b>Asuinkunta</b>	<b>Sukupuoli</b>	<b>Ikä</b>	<b>Ammatti</b>
1	Helsinki	Mies	28	Pankkiiri/ Pokeriammattilainen
2	Helsinki	Mies	32	Merikapteeni
3	Järvenpää	Mies	30	Avainasiakaspäällikkö
4	Tampere	Mies	28	Myyntiedustaja
5	Helsinki	Mies	29	Yrittäjä
6	Vaasa	Nainen	30	Myyjä
7	Helsinki	Mies	22	Yrittäjä
8	Vaasa	Mies	26	Pokeriammattilainen
9	Espoo	Mies	26	Pokeriammattilainen
10	Helsinki	Mies	19	Yrittäjä



## Liite 2. Pelipöytien visuaaliset ilmeet.



Liite 3. Pelipöytien näkymä ruudulla



## Liite 4. Tarinoissa esille tulleita täydennyskysymyksiä

1. Miten pelaaminen alkoi ja miten se on kehittynyt?
2. Onko pelaamisessa tapahtunut jotakin muutoksia? Mitä?
3. Miksi pelaat juuri nettipokeria, etkä esim. livepelejä?
4. Miten suunnittelet pelaamistasi etukäteen (ajallisesti, rahallisesti)?
5. Miten koet ulkoisten tekijöiden vaikuttavan pelaamiseen?
6. Miten pelaamisesi vaikuttaa muihin?
7. Luetko alan lehtiä tai seuraatko esim. liveturnauksia? Miksi?
8. Mitkä tekijät pelissä kiehtovat? Ovatko samoja kuin ennen?
9. Mitä tunteita peli sinussa herättää?
10. Kun olet kerran hävinnyt, mikä saa pelaamaan peliä uudestaan?
11. Millaisena pelaajana itseäsi kuvailisit? Millaisena pelaajana kuvittelet muiden sinua pitävän?
12. Mikä on tärkein syy, miksi pelaat? Mitkä ominaisuudet ovat sinulle pelissä tärkeitä?
13. Mihin näet pelaamisesi johtavan?
14. Mitkä tekijät voisivat vaikuttaa pelaamisen lopettamiseen?
15. Ketä vastaan pelaat ja miksi?