

VETOOMUS

EETTISESTÄ RAHAPELIUUTISOINNISTA JA MEDIANÄKYVYYDESTÄ

Rahapelaaminen ja sen markkinointi näkyvät suomalaisessa mediassa ja arkiympäristössä päivittäin. Medialla on merkittävä rooli siinä, miten Suomessa rahapelit ja rahapeliongelma ymmärretään ja miten niihin suhtaudutaan.

Mediatoimijat voivat vaikuttaa rahapelaamiseen liittyviin käsityksiin sekä uutisoinnin että mainonnan kautta. Lisäksi medialla on tärkeä rooli siinä, millä tavalla ongelmallisesti pelaavat ihmiset kuvataan tai millaisia mielikuvia heistä muodostetaan.

Media voi omalla toiminnallaan vahvistaa tai purkaa rahapeliongelmaan liittyvää stigmaa.

Me rahapelihaittojen ja peliongelmien parissa toimivat haluamme kiinnittää huomiota rahapeleistä ja rahapeliongelmistä uutisointiin ja näkyvyyteen mediassa, sillä kohtaamme työssämme päivittäin rahapelien kääntöpuolen sekä näemme, miten haitallisesti rahapeliongelmaan liittyvä stigma ihmisiin vaikuttaa.

Toivomme, että uutisisällöissä, markkinoinnissa ja mainonnassa huomioidaan rahapelaamisen osalta eettiset näkökulmat.

Uutisoinnissa ja medianäkyvydessä huomioitavia näkökulmia

1. Voittotarinat voivat yllyttää rahapelaamiseen ja voivat olla piilomainontaa.
2. Rahapelaamiseen liittyvä uutisointi voi hämärtää ihmisten käsityksiä rahapelien sattumanvaraisuuteen perustuvasta luonteesta.
3. Rahapeliyhtiöillä ja urheilutoimijoilla on rahapelaamiseen liittyviä moninaisia taloudellisia intressejä. Tämä on tärkeää huomioida toimituksissa.
4. Urheilu-uutisointi antaa helposti näkyvyyttä rahapelaamiselle sekä rahapeliyhtiöiden sponsoroinnille.
5. Toimituksissa voidaan joko vahvistaa tai purkaa rahapeliongelmaan liittyvää haitallista stigmaa.
6. Kuvat ovat tärkeä osa tarinaa sekä rahapelaamisesta ja ongelmallisesti pelaavista syntyneitä mielikuvia.
7. Rahapelien markkinointi ja mainonta lisäävät pelaamista ja rahapelihaittoja.

Lue lisää näistä aiheista lisää sivuilla 2–9

Toimitustyössä huomioitavia näkökulmia rahapelaamisesta kirjoitettaessa

Voittotarinat ja niihin liittyvä piilomainonta

Viittaus: Journalistin ohjeet kohta 16. Piilomainonta on torjuttava. Mainosten ja kaupallisen yhteistyön on erotuttava toimituksellisesta aineistosta yleisölle selkeällä tavalla.

Suuret rahapelivoitot ylittävät usein uutiskynnyksen. Uutisoinnin taustalla ovat yleensä rahapeliyhtiöiden omat tiedotteet jättipoteista ja voittajista. Voitoista tehdyt tiedotteet ovat osa yhtiöiden markkinointia. Voittoja ja voittamisen mahdollisuutta korostava uutisointi voi kannustaa liialliseen pelaamiseen, vahvistaa virheellisiä ajatuksia voittamisen todennäköisyydestä, lisätä ongelmapelaamista ja rohkaista ratkaisemaan talousongelmia pelaamalla.

Näitä kannattaa pohtia:

- Onko voitosta tai esimerkiksi voittopotin siirtymisestä uutisointi journalistisesti perusteltua?
- Voittotarinan julkaiseminen suoraan peliyhtiön tiedotteesta saattaa olla tulkittavissa mainokseksi.
- Jos peliyhtiön tiedotteen perusteella tehdään uutinen, niin alkuperäinen lähde pitää mainita.
- Pelituotteiden tarkkoja tuotetietoja sisältävät uutiset saattavat vaikuttaa mainoksilta.

ESIMERKITAPAUS:

Julkisen sanan neuvoston huomautus Iltalehdelle

Julkisen sanan neuvosto katsoi keväällä 2016, että Iltalehti oli rikkonut hyvää journalistista tapaa ja antoi lehdelle huomautuksen. Iltalehti kertoi jutuisaan Veikkaus Oy:n erilaisten pelien voitoista ja voittajista. Jutut perustuivat Veikkauksen tiedotteisiin, joissa voittajat esiintyivät nimettöminä. Lehti ei ollut itse haastatellut voittajia.

Julkisen sanan neuvoston mielestä yhtiö pyrki tiedotteillaan markkinoimaan omia tuotteitaan ja palveluitaan. Julkaisemalla voittajatarinoita ilman omaa toimituksellista panosta lehti alistuu osaksi yhtiön markkinointia. Tiedotteiden käyttäminen journalistien tietolähteenä on normaali käytäntö.

Mainostajan tuottamien anonyymien haastattelujen julkaiseminen on kuitenkin toimituksellisen päätösvallan luovuttamista ulkopuolisille. Tällöin toimittaja ei voi päättää, mitä kysytään tai mitä osia vastauksista valitaan julkaistavaksi. Toimittaja ei pysty varmistamaan myöskään vastausten todenperäisyyttä.

Onnenpelit perustuvat sattumaan, eivät taitoon

Viittaus: Journalistin ohjeet kohta 7. Journalistin velvollisuus on pyrkiä totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen.

Pelaajilla on paljon virheellisiä uskomuksia liittyen rahapeleihin. Pelissä vaadittavan tiedon tai taidon merkitys sekä omien vaikutusmahdollisuuksien väärin arvioiminen ovat niistä yleisimpiä. Rahapelien äärellä voiton epätodennäköisyys helposti unohtuu.

Sattumaan perustuvien onnenpelien kohdalla pelaajan toiminnalla ei ole vaikutusta lopputulokseen. Onnenpelejä ovat mm. numeroarvontapelit (lottopelit), rahapeliautomaatit, raaputusarvat ja ruletti. Näissä peleissä jää yleensä sitä varmemmin tappiolle, mitä pidempään pelaa. Uutisointi, joka vahvistaa käsitystä onnenpeleistä taitolajeina tai korostaa muulla tavalla ajatusta pelaajan vaikutusmahdollisuuksista, saattaa osaltaan lisätä pelihaittoja.

Tyypillinen ajatusvirhe on yhdistää erillisten tapahtumien tulokset toisiinsa ja ennustaa niiden perusteella seuraavia tapahtumia. Esimerkiksi loton aikaisempien arvontojen numeroita ja niiden esiintymisen määrää saatetaan seurata ja sen perusteella tehdä valintoja seuraavalla pelikierröksellä.

Sattuman luonteeseen kuuluu, että joskus esiintyy toistuvia numerojaksoja, jotka näyttävät säännöllisiltä. Uutiset, jotka nostavat esiin tiettyjen voitonnumeroiden yleisyyttä vahvistavat ajatusharhaa voitonnumeroiden "ennustamisesta" ja vaikeuttavat sattuman vaikutuksen ymmärtämistä.

Rahapeleihin liittyy myös taikauskoisia ajatuksia, joista osa syntyy pelin sisäisten ja ulkopuolisten tapahtumien yhdistämisestä toisiinsa. Rahapeliuutisointi voi päätyä vahvistamaan niitä yhdistämällä esimerkiksi pelipaikan (kioski ja paikkakunta) tai pelivälineen (onnenkolikko, jolla arpa raaputettiin) voittoon.

Näitä kannattaa pohtia:

- Onnenpelien (kuten lotto) jättipottien voittomahdollisuus on usein todella pieni, eikä voittomahdollisuuksia voi itse parantaa.
- Käykö jutussa selkeästi ilmi, että peli perustuu puhtaasti sattumaan, eikä pelaajan taidoilla ole merkitystä?
- Vahvistaako juttu rahapelaamiseen liittyviä virhekäsityksiä tai taikauskoa?

Urheiluedonlyönti ja -sponsorointi osana urheilu-uutisointia

Viittaus: Journalistin ohjeet kohta 16. Piilomainonta on torjuttava. Mainosten ja kaupallisen yhteistyön on erotuttava toimituksellisesta aineistosta yleisölle selkeällä tavalla.

Urheiluedonlyönti on rahapelaamisen muoto, jossa pelaajat asettavat vetoja urheilutapahtumien tuloksista tai tapahtumista, kuten ottelun voittajasta tai maalimäärästä. Vetoa voidaan lyödä joko ennen tapahtuman alkua tai sen aikana (live-vedonlyönti). Vedonlyöntiyhtiöt tarjoavat kertoimia eri tulosvaihtoehdoille, ja pelaajan voittosumma määräytyy asetetun vedon ja kertoimen perusteella.

Urheilusponsorointi tarkoittaa yritysten ja muiden organisaatioiden taloudellista tai materiaalista tukea urheilutapahtumille, urheilujoukkueille, yksittäisille urheilijoille tai urheiluliitoille vastineena esimerkiksi näkyvyydestä ja markkinointimahdollisuuksista.

Näitä kannattaa pohtia:

- Urheiluedonlyöntiin liittyy usein uskomuksia siitä, että se on pelkästään taitopeli. Todellisuudessa myös urheiluedonlyönti perustuu suurelta osin sattumaan. Aikaisemmat tulokset eivät vaikuta tuleviin tapahtumiin.
- Taikauskoisia käsityksiä vahvistavat uutiset, kuten tarinat onnea tuovien esineiden tai tiettyjen paikkojen vaikutuksesta pelituloksiin, antavat harhaanjohtavan kuvan vedonlyönnistä.
- Vedonlyönnin viihdeuutisten lisäksi olisi hyvä nähdä myös vedonlyönnin riskeistä kertovia uutisia, jotta tasapainoinen näkökulma aiheeseen säilyisi.
- Toimituksellisen sisällön ja mainonnan raja hämärtyy helposti. Sponsoroidusta sisällöstä tulisi aina ilmoittaa selkeästi.
- Vedonlyöntiyhtiöiden tai sponsoreiden tiedotteiden tai materiaalien käyttö voi vaikuttaa mainokselta, joten alkuperäinen lähde tulee mainita.
- Urheilutapahtumissa otetut kuvat ja videot tarjoavat näkyvyyttä sponsoreille ja mainostavat samalla rahapelejä.

Rahapelituotoista hyötyvien taloudelliset intressit esille

Viittaus: Journalistin ohjeet kohta 12. Tietolähteisiin on suhtauduttava kriittisesti. Erityisen tärkeää se on, kun asia on kiistanalainen tai kun tietolähteellä voi olla hyötymis- tai vahingoittamistarkoituksia.

Jutussa tulisi aina kertoa haastateltavien tai muiden lähteiden taloudelliset intressit, jotta lukija pystyy arvioimaan lausuntojen luotettavuutta. Moni taho hyötyy rahapeleistä, joko suoraan tai välillisesti. Nämä tahot ovat usein aktiivisia rahapelaamista koskevassa yhteiskunnallisessa keskustelussa.

Uutisoitaessa rahapeleistä, niiden järjestämisen tavasta ja yhteiskunnallisesta merkityksestä, on hyvä käyttää lähdekritiikkiä. Erityisesti rahapeleistä hyötyvien tahojen näkemykset tulisi erottaa tutkimukseen perustuvista faktoista.

Näitä kannattaa pohtia:

- Rahapelimarkkina on maailmanlaajuisesti valtava bisnes. Siihen liittyy monia taloudellisia intressejä.
- Rahapelaamisesta taloudellisesti hyötyvät tahot pyrkivät tuomaan näkemyksiään esiin myös mediassa.

Rahapelaamiseen liittyvä stigma vaikuttaa monin tavoin

Viittaus: Journalistin ohjeet kohdat 23–24. Jokaisen ihmisarvoa on kunnioitettava. Etnistä alkuperää, kansallisuutta, sukupuolta, seksuaalista suuntautumista, vakaumusta tai näihin verrattavaa ominaisuutta ei pidä tuoda esiin asiaankuulumattomasti tai halventavasti.

Stigma tarkoittaa ihmiseen tämän taustan, olemuksen, toiminnan tai sairauden vuoksi liitettyä ennakkoluuloa tai leimaa, joka aiheuttaa häpeää, heikentää itsetuntoa ja pahimmillaan kaventaa toimintamahdollisuuksia.

Rahapeliongelma leimaa ihmisiä monin eri tavoin. Rahapeliongelmistä kerrotut stereotyyppiset tarinat voivat ylläpitää rahapeliongelmiin liittyviä virheellisiä käsityksiä ja tietoa ja siten tuottaa ns. julkista ja sosiaalista stigmaa.

Rahapeliiongelmaan liittyvä stigma sisältää yleistyksiä ja stereotyyppioita ongelman luonteesta (esim. itseaiheutettu ongelma), ongelmista kärsivistä ihmisistä (esim. henkilön kyvystä ymmärtää asioita) tai ongelman ratkaisusta (esim. henkilön pitää "vain" lopettaa pelaaminen).

Rahapelaajat kokevat myös vahvaa sisäistettyä stigmaa, joka saa aikaan häpeän ja osattomuuden kokemuksia.

Näitä kannattaa pohtia:

- Tarinallisissa artikkeleissa ongelmallisesti pelaava helposti typistyy vain ongelman edustajaksi. On tärkeää kuvata ihmisen kokonaisena ja kertoa moniäänisiä, samaistuttavia, helposti lähestyttäviä ja toivoa tuovia tarinoita.
- Käytätkö ihmisistä ja ihmisryhmistä kunnioittavaa ja neutraalia sanastoa? Haastattelutilanteissa voit kysyä haastateltavalta, miten hän toivoo itseään kuvattavan ja mitä termejä käytettävän.
- Jos olet epävarma käsitteistä, ilmaisuista tai kuvavalinnoista, voit kysyä asiasta rahapelihaittojen parissa työskenteleviltä asiantuntijoilta, tutkijoilta tai kokemusasiiantuntijoilta.
- Kun haastattelet tai pyydät ihmistä jakamaan vaikeita kokemuksia ja tarinoita, on hyvä varmistaa, että hän on siihen valmis. Haastateltavalla tulisi olla riittävä tukiverkosto, jotta hän kykenee käsittelemään mediaesiintymisen ja sen aiheuttaman huomion mahdolliset seuraukset. Koulutetuilla kokemusasiiantuntijoilla on yleensä mediaesiintymisiin hyvät valmiudet.
- Stigma voi olla moninainen ja kerroksellinen. Rahapeliiongelman lisäksi ihmisen elämässä voi olla samanaikaisesti läsnä myös muita stigmatisoivia asioita, kuten yhteiskuntaluokka, sairaus, alkuperä tai seksuaalinen suuntautuminen.

[Stigman ja syrjinnän vähentämisen suositukset \(STM\).](#)

Kuvat ovat tärkeä osa tarinaa ja mielikuvia

Rahapeliiongelma ei näy päällepäin, ja rahapelihaittoja kokevat ihmiset elävät arkeaan kuten kuka tahansa meistä. Rahapelihaitat voivat olla kestoiltaan tilapäisiä tai pidempiaikaisia ja niistä toipuminen on yksilöllistä. Rahapeliiongelmaa esiintyy ikään ja sukupuoleen katsomatta kaikissa sosioekonomisissa ryhmissä ja kaikissa kulttuureissa.

Rahapeleihin tai rahapelihaittoihin liittyviä juttuja kuvitettaessa kannattaa käyttää erityistä harkintaa siihen, miten itse rahapelit näyttäytyvät kuvissa. Juttuja kuvitetaan usein esimerkiksi rahapeliautomaateilla tai pokeripöydällä. Tämänkaltaiset kuvat voivat olla ahdistavia etenkin rahapeliiongelmistä toipuville.

Kuvat voivat toimia myös joissakin tilanteissa ärsykeinä, jotka saavat toipujan retkahtamaan pelaamaan. Yhä useampi rahapeliiongelmissa oleva pelaa tai on pelannut online-pelejä netissä, joten kuvat nettikasinopeleistä voivat olla niin ikään triggeröiviä.

Erityisesti kuvapankkikuvien käytössä kannattaa käyttää harkintaa. Kansainväliset kuvat esimerkiksi kasinoiden pelikoneriveistä ja rulettipöydistä kuvaavat harvoin luontevasti rahapeliiongelmia tai pelaamisen kulttuuria suomalaisessa yhteiskunnassa.

Kuvituksilla voi poistaa leimaantumisen ja häpeän taakkaa. Jos valokuvataan juttua varten rahapelihaittoja kokevaa ihmistä, kannattaa häneltä itseltään kysyä, missä ja miten toivoisi kuvauksen tapahtuvan. Rahapeliympäristöjä kannattaa mahdollisuuksien mukaan välttää tai ainakin keskustella rahapelien näkymisestä kuvissa kuvattavan kanssa.

Näitä kannattaa pohtia:

- Huomioi kuvien lähettämät viestit. Pyri kuvien valinnassa kunnioitukseen ja moninaisuuteen. Varmista, ettei valitsemillasi kuvilla luo tai vahvista olemassa olevia haitallisia tai virheellisiä stereotyyppioita tai stigmoja. Esimerkkinä kuva ikäihmisestä marketin rahapeliautomaatilla: ikäihmiset eivät ole ryhmä, joka pelaa automaateilla eniten.
- Harkitse rahapelien näkyvyyttä kuvituksessa. Kuvat ja videot niin fyysisistä kuin online- rahapeleistä voivat olla ahdistavia erityisesti rahapeliongelmista toipuville.
- Erityisesti kuvapankkikuvien käytössä kannattaa käyttää harkintaa.
- Jos juttuun valokuvataan rahapelihaittoja kokenutta ihmistä, kysy, miten hän toivoisi itsensä kuvattavan. Keskustele rahapelien näkymisestä jutun yhteydessä hänen kanssaan.

Markkinoinnissa ja mainonnassa huomioitavia näkökulmia

Rahapelimarkkinointi (ml. mainonta ja sponsorointi) on kaikkialla säädeltyä. Suomessa markkinointia säätelee [arpajaislaki](#) sekä kuluttajansuojalaki. Ainoastaan Veikkaus Oy saa markkinoida rahapelejä Suomessa. Tämä muuttuu, kun 1.7.2027 uuden rahapelilain myötä siirrytään lisenssi- ja monilupajärjestelmään, joka koskee verkossa pelattavia kasino-, raha-automaatti- ja bingopelejä sekä verkkovedonlyöntiä.

Nykyainsäädännön mukaan markkinoinnin tulee olla määrältään, laajuudeltaan, näkyvyydeltään ja toistuvuudeltaan maltillista sekä välttämätöntä rahapelikysynnän ohjaamiseksi toimiluvalliseen rahapelitoimintaan ja vähemmän haittoja aiheuttavaan rahapelaamiseen.

Markkinointia ei saa kohdistaa alaikäisiin tai muutoin haavoittuvassa asemassa oleviin. Poliisihallitus valvoo markkinointia. Viime vuosina Suomessa ainakin kolmen somevaikuttajan rahapelimarkkinointiin on puututtu uhkasakoilla ja ehdollisella vankeustuomiolla.

Rahapelimarkkinoinnin eri kanavia ja muotoja ovat ainakin perinteinen media, ulkomarkkinointi, digitaalinen markkinointi, sosiaalinen media, sponsorointi, affiliate-markkinointi (markkinoija saa palkkion ohjatessaan rahapelaajia toisen yrityksen tuotteisiin), vaikuttajamarkkinointi, bonukset ja ilmaiskierrokset, kohdennettu markkinointi ja henkilökohtaiset yhteydenotot.

Vuonna 2023 Veikkaus käytti 24,6 miljoonaa euroa rahapelien markkinointiin, muuhun mainontaan ja markkinointiin sekä sponsorointiin. Yksinoikeusjärjestelmän ulkopuolisten toimijoiden Suomeen kohdistuvasta markkinoinnista on mahdotonta antaa täsmällisiä lukuja.

Tutkimusten mukaan runsas altistuminen rahapelimainonnalle normalisoi ja arkipäiväistää rahapelaamista, lisää positiivista suhtautumista rahapeleihin sekä yllyttää pelaamaan. Mainonta lisää sekä aikomuksia pelata että itse pelaamista. Lapset, nuoret ja haavoittuvat ryhmät ovat erityisen alttiita rahapelimainonnalle.

Rahapelit eroavat toisistaan niiden haitallisuuden suhteen. Lisenssijärjestelmään siirtyvät esimerkiksi netissä pelattavat raha-automaatit, kasinopöytäpelit ja vedonlyönti, jotka ovat kaikkein eniten haittoja ja riippuvuutta aiheuttavia pelejä. Osaa näistä on perinteisesti saanut markkinoida ainoastaan erityisissä pelisaleissa ja kasinolla.

THL:n vuoden 2023 Suomalaisten rahapelaaminen -väestökysely osoittaa, että yhä useammalla suomalaisella on mielipide rahapelimarkkinoinnista eikä ilmiö tunnu vieraalta. Veikkauksen (vähentyneeseen) mainontaan ollaan tyytyväisempiä kuin vuonna 2019.

Sen sijaan yhä useampi suomalainen ja erityisesti mies on sitä mieltä, että yksinoikeusjärjestelmän ulkopuolisten toimijoiden Suomeen suuntaama markkinointi on liian runsasta. Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry:n vuonna 2024 tekemän Nuorten kulttuuri ja päihteet -tutkimuksen (n=1008) mukaan nuoret ja nuoret aikuiset näkevät eniten rahapelimainontaa YouTubessa, televisiossa, TikTokissa, Instagramissa ja Facebookissa.

Näitä kannattaa pohtia:

- Mainonnan volyyymi lisääntynee voimakkaasti lisenssijärjestelmä uudistuksen takia. Ulkomailta (esim. Ruotsista ja Hollannista) on kokemuksia siitä, että liiallinen mainosten määrä aiheuttaa suuressa yleisössä hylkivän vastareaktion, joka voi vaikuttaa jopa mediakulutukseen.
- Mainonnan sisällön on oltava aina lainmukaista, eikä se saa kuvata runsasta pelaamista positiivisesti tai pelaamattomuutta ja kohtuullista pelaamista kielteisesti.
- Mainonta ei saa suuntautua alaikäisiin. Alaikäisten parissa tunnettujen ja suosittujen esikuvien käyttöä rahapelimarkkinoinnissa on vältettävä.
- Piilomainonta on kategorisesti kiellettyä. Markkinointiviestinnän on aina oltava tunnistettavissa markkinoinniksi.

Rahapelaaminen ja peliongelmat ovat Suomessa yleisiä

- Suomalaisista 70 % on pelannut viimeisen vuoden aikana jotakin rahapeliä.
- Kohtalaisen riskin tai ongelmapelaamisen tasolla pelaa 4,2 % 15–74-vuotiaista (noin 151 000 ihmistä).
- Ongelmallinen rahapelaaminen koskettaa pelaajien lisäksi noin 733 000:ta läheistä.
- Rahapeliongelmat ovat yleisempiä miehillä kuin naisilla (naiset 1,8 %, miehet 6,6 %).
- Eniten ongelmallisesti pelaavia on 18–29-vuotiaiden nuorten aikuisten ikäryhmässä (6,9 %). Rahapeliongelma on yleisintä työttömillä tai lomautetuilla, työkyvyttömyyseläkkeellä olevilla tai pitkäaikaisesti sairailta.
- Eniten ongelmia aiheuttavat netin rahapeliautomaatit ja kasinopelit sekä netissä tapahtuva vedonlyönti.
- Merkittävä osa rahapelien voitoista (eli pelaajien häviöistä) tulee pieneltä, paljon pelaavalta joukolta: 2,2 % pelaajista häviää 50 % rahapelien tuotoista. Ongelmallisesti pelaavilta tulee pelituotoista noin 24 % ja kohtalaisen riskin pelaajilta 23 %.
- Suomessa on voimassa rahapelien osalta yksinoikeusjärjestelmä, jossa rahapelejä Manner-Suomessa saa tarjota ainoastaan Veikkaus Oy.
- Uuden rahapelilain myötä vuonna 2027 siirrytään osittaiseen monilupajärjestelmään, jossa vedonlyöntiä sekä sähköisesti välitettäviä kasinopelejä, raha-automaattipelejä ja bingoa voivat tarjota myös muut toimiluvan hankkineet yhtiöt. Rahapeliyhtiöt voivat hakea toimilupia 1.3.2026 alkaen.

Lähteitä ja lisäluettavaa

[Arpajaislaki 1047/2001](#)

Bouguettaya, A., Lynott, D., Carter, A., Zerhouni, O., Meyer, S., Ladegaard, I., Gardner, J., & O'Brien, K. S. (2020). [The relationship between gambling advertising and gambling attitudes, intentions and behaviours: A critical and meta-analytic review](#). Current Opinion in Behavioral Sciences, 31, 89–101.

[Eduskunnan käsittelysivusto rahapelilaista](#) 16.12.2025

[EHYT ry. Nuorten kulttuuri ja päihteet -selvitys](#). 2024.

[EHYT ry. Rahapelilain muutos uhkaa lisätä rahapelihaittoja](#). Tiedote 9.12.2025.

Grundström J., Heiskanen M. & Karlsson, N. [Rahapelihaittoja kohtaavien ammattilaisten huolet rahapeliympäristön kehityksestä](#). Tutkimuksesta tiiviisti 13/2025. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos, Helsinki.

Heiskanen M., Karlsson N., Nesterinen N., Latvala-White H. [Rahapelihaittojen ehkäisy ja vähentäminen muuttuvassa rahapeliympäristössä: tuloksia ammattilaiskyselyistä](#). Terveiden ja hyvinvoinnin laitos, Tutkimuksesta tiiviisti 2024:16.

KKV. [Rahapeliautomaattien koronasulut vähensivät rahapelaamista – Kilpailu- ja kuluttajavirasto](#) blogiteksti Koskinen, A.10.2.2025

Kuluttajaliitto. [Rahapeliin mainonta ei saa ryöpsähtää käsistä](#). Tiedote 4.12.2025.

[Kuluttajansuojalaki 38/1978](#)

Labrador, F. J., Estupiñá, F. J., Vallejo-Achón, M., Sánchez-Iglesias, I., González-Álvarez, M., Fernández-Arias, I., Labrador, M., & Bernaldo-de-Quirós, M. (2021). [Exposure of adolescents and youth to gambling advertising: A systematic review](#). *Anales de Psicología*, 37(1), 149–160.

[Peluurin vuosiraportti 2023](#)

[Peluurin vuosiraportti 2024](#)

Raisamo, S. & Ruohio, H. [Mitä tiedetään ulkomaalaistaustaisen väestön rahapelaamisesta, rahapeliongelmista ja palveluihin hakeutumisesta Suomessa?](#) Katsaus ajankohtaiseen tilanteeseen. Tutkimuksesta tiiviisti, THL 31/2024.

Salonen, Anne; Lind, Kalle; Hagfors, Heli; Castrén, Sari; Kontto, Jukka. [Suomalaisten rahapelaaminen 2019](#). THL raportti 18/2020.

Savolainen, I.; Oksanen, A. & Roukka, T. [Rahapeliin nettimainonnalle altistuminen ja rahapelihaittojen kokemisen yhteys](#). THL:n tilaama selvitys Tampereen yliopistolta. THL:n Työpaperi 19/2024.

Selin, Jani; Raisamo, Susanna; Okkonen, Pasi. [Rahapeliautomaattien saatavuus ja niihin kulutetun rahan määrä vaihtelee alueen sosioekonomisen aseman mukaan](#). *Yhteiskuntapolitiikka* 89 (2024):3.

[Sisäministeriön rahapelilakihanke-esittely](#) 20.3.2025

[Sisäministeriön rahapelilakihankesivusto](#) 18.9.2025

STM. [Suosituksia mielenterveyteen, päihdeongelmiin ja riippuvuuteen liittyvän stigman ja syrjinnän tunnistamiseen ja vähentämiseen](#). Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2023:29.

Torikka, L. [Urheilusponsorointi markkinointiviestinnän välineenä](#). Helsingin yliopisto, tutkielma 2013.

THL 2024. [Suomalaisten rahapelaaminen 2023: Rahapelaaminen vähentynyt, peliongelma yleistynyt ja suhtautuminen pelaamiseen muuttunut](#). Tilastoraportti 15/2024.

[Veikkauksen vuosi- ja vastuullisuusraportti 2023](#)

[Veikkauksen vuosi- ja vastuullisuusraportti 2024](#)

Puhutaan rahapelaamisesta -verkosto

Valtakunnallisen verkoston tavoitteena on lisätä tietoa rahapelihaitoista sekä vähentää niihin liittyvää häpeää ja stigmaa. Verkostoon kuuluvat EHYT ry, Pelituki (Sovatek-säätiö, MIELI Kriisikeskus Kuopio ja Kirkkopalvelujen kehittämissyysikkö), Pelirajaton (Sosped-säätiö), Peluuri, Takuusäätiö, THL ja Tiltti (Sininauhaliitto).

Rahapelaamisen kokemusasiantuntija Pelirajaton-toiminnasta on kommentoinut tekstiä.

