



Saga Sollman

Vaikuttajien toteuttama nettikasinomarkkinointi

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden Tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

Marraskuu 2022

Tiivistelmä

Tekijä(t): Saga Sollman
Otsikko: Vaikuttajien toteuttama nettikasinomarkkinointi
Sivumäärä: 78 sivua + 1 liite
Aika: Marraskuu 2022

Tutkinto: Tradenomi
Tutkinto-ohjelma: Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto: Digitaalinen markkinointi
Ohjaaja(t): Lehtori Pirjo Elo

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa suomalaisten vaikuttajien toteuttaman nettikasinomarkkinoinnin ominaispiirteitä ja vastuullisuustekijöitä. Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään, millaista suomalaisten vaikuttajien toteuttama markkinointi voi olla sekä millaisia vastuullisuustekijöitä julkaisut sisältävät. Työn tarkoituksena oli myös selvittää, eroaako eri vaikuttajien toteuttama markkinointi toisistaan.

Opinnäytetyön viitekehyksessä käsiteltiin markkinointia ja nettikasinoita sekä niihin liittyvää lainsäädäntöä. Opinnäytetyössä hyödynnettiin kvalitatiivista eli laadullista menetelmää. Tämän lisäksi opinnäytetyössä hyödynnettiin määrällisiä elementtejä. Menetelmänä aineiston keräämisessä käytettiin Internet-yhteisöjä tutkivaa netnografista menetelmää. Työn tavoitteena on lisätä tietoa ajankohtaisesta aiheesta.

Kartoituksen perusteella saatiin laajalti esimerkkejä siitä, millaista vaikuttajien toteuttama nettikasinomarkkinointi voi olla. Vaikuttajien julkaisema nettikasinoihin liittyvä sisältö oli kaikkien vaikuttajien kohdalla hyvin samankaltaista. Osa vaikuttajien tekemistä julkaisuista sisälsivät vastuullisuustekijöitä, kuten mainintoja vastuullisesta pelaamisesta sekä pelaamisen ikärajasta. Kaupallista yhteistyötä julkaisuissa ei kuitenkaan mainittu.

Avainsanat: nettikasinot, vaikuttajamarkkinointi, markkinointi, uhkapelaaminen, vastuullisuus

Abstract

Author(s): Saga Sollman
Title: Online casino marketing by Finnish influencers
Number of Pages: 78 pages + 1 appendix
Date: November 2022
Degree: Bachelor of Business Administration
Degree Programme: Economics and Business Administration
Specialisation option: Digital Marketing
Instructor(s): Pirjo Elo, Senior Lecturer

The purpose of this thesis was to map out the characteristics and responsibility factors of online casino marketing promoted by Finnish social media influencers. The aim of the thesis was also to find out whether the marketing carried out by different influencers differs from each other and whether there are differences between the influencers when it comes to online casino marketing.

The theoretical framework of this theses consisted of the following topics: social media marketing, gambling, and online casinos. This thesis focused especially on the role of influencers in the marketing of online casinos. This thesis aimed to increase knowledge on a topical subject.

The thesis used a qualitative research method. The research method used was the netnographic research method for Internet communities. The social media posts showed similarities between all the influencers. Some of the content posted by the influencers contained responsibility elements, such as messages on responsible gambling and the age limit for gambling. There was no mention of commercial cooperation in any of the social media posts.

Keywords: online casinos, influencer marketing, marketing, gambling, responsibility

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön taustaa	1
1.2	Opinnäytetyön aihe, tavoite ja rajaukset	3
1.3	Tietoperusta ja menetelmät	4
2	Markkinointi	5
2.1	Markkinointi yleisesti	5
2.2	Mainonta	6
2.3	Digitaalinen markkinointi	9
2.4	Sosiaalinen media	10
2.4.1	Instagram	12
2.4.2	Snapchat	14
2.5	Vaikuttajamarkkinointi	15
2.5.1	Affiliate-Markkinointi	17
2.5.2	Vaikuttajamarkkinointi ja vastuullisuus	18
2.6	Markkinoinnin lainsäädäntö	19
2.7	Kasinomainonnan lainsäädäntö	21
3	Uhkapelaaminen	24
3.1	Nettikasinot	24
3.1.1	Nettikasinoiden markkinointi	25
3.1.2	Nettikasinot ja vastuullisuus	26
3.2	Veikkaus	27
3.2.1	Veikkauksen markkinointi	28
3.2.2	Veikkaus ja vastuullisuus	29
3.3	Riippuvuus	31
4	Toteutus	33
4.1	Menetelmät	33
4.2	Vaikuttajien valinta	36
4.3	Vaikuttajat	37
5	Tulokset	44
5.1	Julkaisut	44

5.2	Julkaisujen sisältö	47
5.3	Julkaisujen vastuullisuustekijät	53
6	Johtopäätökset	57
6.1	Reliabiliteetti ja validiteetti	57
6.2	Selvityksen analysointi	60
6.3	Opinnäytetyön arviointi	66
	Lähteet	70
	Liitteet	
	Liite 1. Excel-taulukko julkaisujen sisällöstä	

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Vaikuttajamarkkinoinnin ja kaupallisten yhteistöiden suosio on kasvanut merkittävästi viime vuosien aikana. Koronaviruksen aiheuttamat poikkeusolosuhteet ohjasivat ihmisiä käyttämään enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa. (Ylä-Anttila 2020.) Keväällä 2020 ihmiset käyttivät keskimäärin 9,5 tuntia päivässä medioiden, kuten sosiaalisen median ja television parissa. Yritykset näkivät tämän tilaisuutena keskittää markkinointiaan enemmän sosiaalisen median kanaviin lisäten vaikuttajamarkkinoinnin suosiota. (Kohvakka & Saarenmaa 2021.)

Vaikuttajamarkkinoinnilla tarkoitetaan vaikuttajan toteuttamaa markkinointia, jossa vaikuttaja pyrkii edistämään yrityksen myyntiä ja saa vastikkeeksi rahaa tai rahanarvoisia etuja osuudestaan (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2019). Mainostajan näkökulmasta oleellista on vaikuttajan kyky vedota tiettyyn kohderyhmään ja vaikuttaa ostopäätöksen muodostumiseen. Vaikuttajan valinnalla pyritään usein vetoamaan vaikuttajan omaan kohderyhmään. Termi vaikuttaja perustuu henkilön valtaan vaikuttaa muihin ihmisiin. Valta voi perustua esimerkiksi laajaan tavoittavuuteen tai asemaan, jonka vuoksi vaikuttajan on helpompi vaikuttaa muiden ihmisten asenteisiin. (Halonen 2019, 3.)

Sosiaalisen median ja digitaalisaation seurauksena julkisuuden toimintaympäristö on laajentunut ja vaikuttajiksi on mahdollista nousta uusilla tavoilla (Halonen 2019, 5). Digitalisaatiolla viitataan yhteiskunnalliseen muutokseen, jossa teknologia integroituu merkittäväksi osaksi elämää (Merisalo 2016, 3). Ennen vaikuttajista viitattiin heidän ensisijaisesti käyttämänsä kanavan mukaan. Esimerkiksi blogia pitävää vaikuttajaa kutsuttiin bloggariksi ja YouTubeen vidoita lataavaa vaikuttajaa tubettajaksi. Tänä päivänä on yleistä,

että vaikuttajat ovat läsnä monessa sosiaalisen median kanavassa, joten heitä kutsutaan yleisimmin vaikuttajiksi. (Halonen 2019, 1–2.)

Vaikuttajamarkkinoinnin suosion myötä vaikuttajien toteuttama nettikasinoiden markkinointia on nostanut päätään sosiaalisessa mediassa. Vaikuttajien tuottamat julkaisut sisältävät usein erilaisia tarjouksia uusille asiakkaille sekä video- ja kuvamateriaalia vaikuttajien pelaamisesta kyseisillä nettikasinolla. Kasinoiden markkinoiminen tarjoaa vaikuttajille mahdollisuuden ansaita suuria summia julkaisemalla kasinoihin liittyvää materiaalia omalla tilillään. (Pitkäranta & Tervo 2021.)

Nettikasinoiden mainonnan yleisyydestä huolimatta Suomessa uhkapelejä saa mainostaa vain monopoliaseman omaava Veikkaus Oy (Arpajaislaki 2001, 3 luku 11§). Veikkaus Oy on suomalainen kokonaan valtion omistama rahapeliyhtiö, jonka toimialaan kuuluvat vedonlyönti- ja rahapelipalvelut (Kauppalehti 2021). Veikkauksen monopolista huolimatta ulkomaalaisten nettikasinoiden markkinointi on jatkuvasti esillä sosiaalisen median kanavissa sekä ulkomaalaisilla televisiokanavilla, kuten MTV:llä eli Music Televisiolla (Pitkäranta & Tervo 2021).

Kysymykseksi saattaakin nousta, miksei markkinointiin puututa. Nettikasinoiden mainonnassa haasteita luo mainosten seuranta. Vaikuttajat julkaisevat usein mainoksia sekä nettikasinoihin liittyvää sisältöä Instagram- tai Snapchat-tarinoissa, joissa kuva tai video näkyy vain 24 tuntia. Näin mainonnasta ei jää pysyviä todisteita, joka hankaloittaa seurantaa ja säätelyä. (Varpula 2020.)

Eettisiä haasteita tuottaa myös kasinomainosten piilotettu kaupallinen luonne. Vaikuttajat julkaisevat sisältöä omanaan, mutta taustalla kuitenkin toimii yritysten tavoite edistää myyntiä. (Varpula 2020.) Uhkapeliin markkinoinnin laittomuuden vuoksi vaikuttajat eivät usein mainitse kaupallisista yhteistöistä kasinosivustojen kanssa (Pitkäranta & Tervo 2021).

1.2 Opinnäytetyön aihe, tavoite ja rajaukset

Työn pääasiallinen tavoite on kartoittaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvan kasinomainonnan ominaispiireitä, kun markkinointia toteuttavat suomalaiset vaikuttajat. Työn pääasiallinen tavoite on kartoittaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvan kasinomainonnan ominaispiireitä, kun markkinointia toteuttavat suomalaiset vaikuttajat. Työn tavoitteena on myös lisätä tietoa ajankohtaisesta aiheesta. Työn tutkimusongelma on: Miten selvityksessä seurattut vaikuttajat toteuttavat nettikasinomarkkinointia? Työn tutkimusongelmaa voidaan avata seuraavien tutkimuskysymyksien avulla:

1. Miten ja, kuinka usein selvityksessä seurattut vaikuttajat julkaisevat nettikasinoihin liittyvää sisältöä?
2. Miten vaikuttajien julkaisut eroavat toisistaan?
3. Miten kaupalliset yhteistyöt ilmenevät julkaisuissa?
4. Millaisia vastuullisuuselementtejä julkaisut sisältävät?

Opinnäytetyö on rajattu koskemaan nettikasinoiden markkinointia ja sosiaalisen median vaikuttajien osuutta rahapelien markkinoinnissa. Opinnäytetyön aihe pohjautuu omaan kiinnostukseen vaikuttajamarkkinointia ja eettisyyttä kohtaan. Työssä tarkastellaan uhkapelien markkinoinnista eettisestä näkökulmasta.

Vaikuttajien toteuttama uhkapelien markkinointi on noussut pintaan viime vuosina, jonka vuoksi aiheesta saatava informaatio on rajallista (Varpula 2020). Aiheesta julkaistujen artikkelien tuottama informaatio on kasinomainosten julkaisijoita ja julkaisujen yleispiirteitä. Opinnäytetyössä perehdytään aiheeseen ja julkaisujen sisältöön sekä kerätä esimerkkejä erityyppisistä julkaisuista. Työssä kartoitetaan myös sitä, kuinka usein selvityksessä seurattut vaikuttajat julkaisevat kasinomainoksia ja eroavatko mainokset toisistaan.

Työssä tarkastellaan nettikasinoiden markkinointia sosiaalisen median näkökulmasta, sillä sen eri kanavat ovat täynnä aikuisille suunnattuja mainoksia ja sisältöä. Tällaiselle sisällölle altistuvat myös nuoret, sillä nuoret ja nuoret

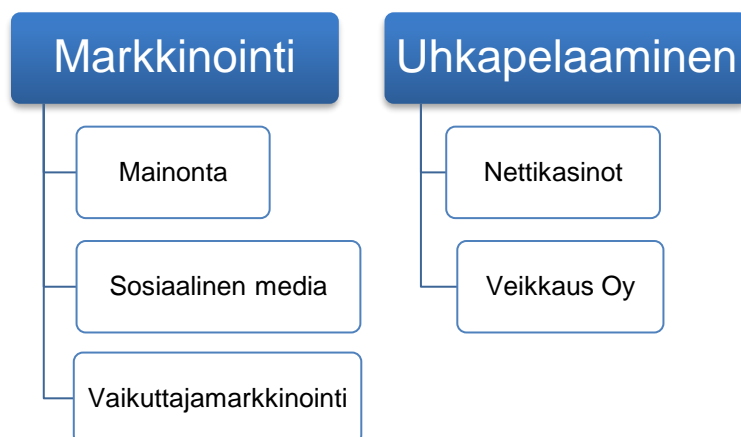
aikuiset käyttävät eniten sosiaalisen median kanavia, joissa uhkapelaamiseen liittyvää markkinointia esiintyy. (Tilastokeskus 2021.) Opinnäytetyön tietoperustassa avataan vaikuttajamarkkinoinnin ja sosiaalisen median käsitteitä, sekä tutustutaan aiheesta käsittelevään ammattikirjallisuuteen. Työn tietoperustassa avataan myös sitä, kuinka markkinointia säädellään.

1.3 Tietoperusta ja menetelmät

Opinnäytetyössä aiheita avataan käsittelemällä markkinointia ja uhkapelaamista sekä näihin liittyvää lainsäädäntöä. Opinnäytetyön tietoperustassa perehdytään markkinointiin sosiaalisen median ja vaikuttajamarkkinoinnin kautta.

Lainsäädäntö osiossa käsitellään markkinointiin vaikuttavia lakeja ja säädöksiä. Uhkapelaamista käsittelevässä osiossa taas tutustutaan nettikasinoihin, niiden toteuttamaan mainontaan sekä vastuullisuuden merkitykseen. Koska nettikasinoista sekä niiden tuottamasta mainonnasta saatava tieto on rajallista, käytetään opinnäytetyössä Veikkaus Oy:tä vertailukohteena.

Tietoperusta on koottu aiheesta kertovasta ammattikirjallisuudesta, artikkeleista, tutkimuksista, lainsäädännöstä sekä erilaisista verkkolähteistä. Arpajaislakia (2001) ja sen uudistusta (2021) hyödynnetään nettikasinoiden markkinointia tarkasteltaessa. Nettikasinoista puhuttaessa viitataan muun muassa Pitkärannan ja Tervon (2021) artikkeliin: ”Kaksi suomalaista pyörittää tosi-tv-tähtien kanssa järjestelmällistä laitonta rahapelikampanjaa.”



Kuvio 1. Tietoperustan keskeiset teemat

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen työ, ja se toteutettiin keräämällä aineistoa kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla. Tässä opinnäytetyössä määrälliset elementit tukevat laadullista menetelmää muun muassa tulosten tilastollisessa tarkastelussa. Työssä haluttiin saada mahdollisimman yksityiskohtainen kuva selvityksessä seurattujen vaikuttajien nettikasinoihin liittyvistä julkaisuista. Selvityksen luotettavuuden lisäämiseksi nettikasinoista kertovien julkaisujen sisältö tallennettiin Excel-taulukkoon. Tämän lisäksi aineistoa tallennettiin kuva- ja videomuotoon.

Opinnäytetyössä tiedonkeruu toteutettiin hyödyntämällä netnografista tutkimusmenetelmää. Netnografia on laadullinen tutkimusmenetelmä, jossa havainnoidaan online-yhteisöjä ja yksittäisiä henkilöitä erilaisissa internet-palveluissa ja sosiaalisen median alustoilla (Costello & McDermott & Wallace 2017, 1). Tutkimusmenetelmiä käsitellään tarkemmin viidennessä luvussa.

2 Markkinointi

2.1 Markkinointi yleisesti

Markkinointi on huomattavan laaja käsite, joka pitää sisällään kaikki toimenpiteet, joilla organisaation pyrkii vaikuttamaan kuluttajan ostopäätökseen. Markkinoinniksi voidaan katsoa kaikki se informaatio, jonka tuotteen tai palvelun

valmistaja tai myyjä antaa. (Varhela & Virtanen 2020.) Markkinointi on vahvasti sidoksissa yrityksen myynnin edistämiseen, mutta se tukee myös suurta osaa yrityksen perustoiminnoista. Lisäksi markkinointi voidaan nähdä oikean tuotteen tai palvelun saattamiseksi oikealle kohderyhmälle, oikealla hinnalla ja markkinointiviestinnällä. Markkinoinnissa tärkeää on selkeä kommunikaatio ja markkinointiviestinnän merkityksellisyys. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.) Markkinoinnin määrittelyssä myös kuluttajan näkemys viestinnän luonteesta on merkittävää eli se, kokeeko vastaanottaja viestinnän markkinoinniksi. Markkinointiviestien kestolla tai sen vastaanottajien määrällä ei kuitenkaan määrittelyn kannalta ole merkitystä. (Varhela & Virtanen 2020.)

Perinteisesti markkinoinnin tavoitteena on pidetty kuluttajiin tai muihin markkinointiviestinnän kohteisiin vaikuttamista kaupallisessa tarkoituksessa (Varhela & Virtanen 2020). Markkinointi nähdään myös tapana vastata asiakkaiden tarpeisiin sekä herättää kuluttajien mielenkiinto markkinoinnin kohdetta kohtaan. Digitalisaation seurauksena kuluttajien on yhä helpompaa etsiä tietoa saatavilla olevista tuotteista ja palveluista sekä tarjonnan tuottajista. Tämän vuoksi yritysten on yhä tärkeämpää tunnistaa potentiaalisten asiakkaiden tarpeet ja hyödyntää tietoa markkinoinnissaan. Markkinoinnissa pyritään sekä tyydyttämään tarpeita, että luomaan uusia haluja. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.)

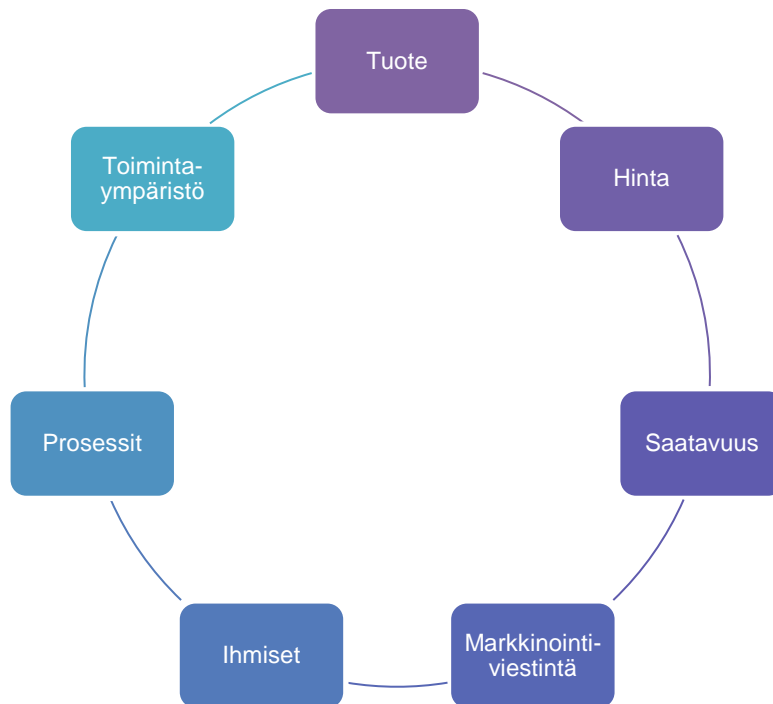
Viime vuosikymmenenä asiakkaan sitouttaminen on noussut huomattavaan asemaan yritysten markkinoinnissa. Tehokkaan sitouttamisen on todettu laskevan uusasiakashankinnan menoja, lisäävän asiakaskeskeistä tuoteinnovaatiota sekä lisäävän asiakastyytyväisyyttä. Tämän myötä markkinoinnin tavoitteeksi on noussut arvokkaan suhteen luominen asiakkaan ja yrityksen välille, jossa asiakas tuntee olevansa arvostettu. (Harmeling & Moffett & Arnold & Carlson 2017, 312–313.)

2.2 Mainonta

Vaikuttamisen keinot määritellään perinteisesti 4P-mallin eli markkinoinnin kilpailukeinojen mukaan. Nämä keinot ovat tuote (Product), hinta (Price),

saatavuus (Place) ja markkinointiviestintä (Promotion). Tuote kilpailukeinona tarkoittaa muun muassa tuotteiden kehittämistä asiakkaan toiveiden pohjalta. Hinnalla taas tarkoitetaan sen suhdetta tuotteen laatuun ja valmistuskustannuksiin. Saatavuudella pyritään luomaan asiakkaalle tilaisuus ostaa tuote tai palvelu. Markkinointiviestintä taas tarkoittaa yrityksen ulkoista viestintää ja kaikkia niitä tapoja, joilla yritys tuo tuotteen tai palvelun potentiaalisten asiakkaiden ulottuville. Mainostamisen lisäksi markkinointiviestintään kuuluu tiedottaminen, myynnin edistäminen, henkilökohtainen asiakaspalvelu, suhdetoiminta ja sponsorointi. Sosiaalinen media on muovannut yrityksen tapaa kommunikoida ja näin vaikuttanut huomattavasti markkinointiviestintään. Se on antanut yrityksille mahdollisuuden muovata potentiaalisten asiakkaiden mielipiteitä julkaisemalla sisältöä sosiaalisen median eri kanavissa. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.)

4P-malliin lisättiin vuonna 1981 myös ihmiset (People), prosessit (Process) sekä toimintaympäristö (Physical evidence). Näin muodostui uusi variaatio 7P-malli, joka sopii fyysisten tuotteiden lisäksi sovellettavaksi aineettomiin palveluihin. Ihmisillä 7P-mallissa tarkoitetaan asiakkaita ja henkilöstöä sekä kaikkia niitä henkilöitä, jotka osallistuvat palvelun kuluttamiseen tai myyntiin. Prosessit puolestaan ovat toimintatapoja, joiden mukaan yritys toimii sisäisesti sekä sidosryhmien ja asiakkaiden kanssa. Toimintaympäristö kattaa palveluympäristön, kuten kivijalkaliikkeen sijainnin tai verkkokaupan. Toimintaympäristöön kuuluu myös asiakkaiden kokemukset palveluympäristöstä. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.)



Kuvio 2. 7P-malli (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1).

Mainonta on markkinointiviestinnän osa, jonka tavoitteena on edistää mainostettavan tuotteiden tai palveluiden myyntiä markkinoitavan yrityksen lukuun. Mainonta voidaan myös määritellä organisaation maksetuksi viestinnäksi. Mainonnan tarkoituksena on lisätä myyntiä, jakaa tietoa ja herättää kuluttajien mielenkiinto. Mainonnalla pyritään vaikuttamaan kuluttajien mielikuviin ja asenteisiin. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 5.)

Mainonta on osa markkinoinnin laajempaa kokonaisuutta ja yksi kommunikaation muodoista, joilla yritys pyrkii edistämään brändiään. Brändi voi olla esimerkiksi yrityksen nimi, symboli tai näiden yhdistelmä, jolla myyjä, tuote tai palvelu erottuu kilpailijoista. Mainonnan tulisi aina olla sopuossuussa mainostaja brändin ja arvojen kanssa. Mainonnassa voidaan hyödyntää tuotesijoittelua esimerkiksi televisio-ohjelmissa, jossa tarkoituksena on tuotteen yhdistäminen ohjelmaan tai julkisuuden henkilöön. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 5.) Mainonta voidaan kohdistaa joko suurelle tai selkeästi rajatulle kohderyhmälle. Markkinointiviestinnässä on erittäin tärkeää vastaanottajan kyky

erottaa mainonta muusta viestinnästä, joten yrityksen kaupallisen viestinnän on oltava läpinäkyvää. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.)

Tuotteiden myymisen lisäksi markkinoinnin tavoitteena on vastata kuluttajien tarpeisiin. Yleisesti mainonta pyrkii luomaan positiivisen mielikuvan tuotteesta tai palvelusta ja niiden tuomista eduista. Mainonnassa hyödynnetään erilaisia psykologisia ilmiöitä tunteiden herättämiseksi. Esimerkiksi mainoksilla ihannoidaan usein erkaantumista arjesta. Lisäksi esimerkiksi pelkoa hyödynnetään lyhyissä kampanjoissa, jossa tiettyä tuotetta tai palvelua on saatavilla vain rajoitetun ajan. Tämä luo epävarmuutta tuotteen saatavuudesta ja pelkoa siitä, että kuluttaja jää paitsi jostain, jos hän ei osta tuotetta. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 5.)

2.3 Digitaalinen markkinointi

Digitaalinen markkinointi on sähköisessä muodossa tapahtuvaa markkinointia, joilla pyritään edistämään tuotteiden ja palveluiden myyntiä. Digitaalista markkinointia on muun muassa sähköpostitse, internetissä tai sosiaalisen median kanavissa markkinoiminen. (Varhela & Virtanen 2020.)

Jatkuva siirtyminen digitaalisempaan sekä mobiili ja alusta orientoituneeseen mediaympäristöön on lisännyt huomattavasti saatavilla olevan tiedon määrää (Nielsen & Fletcher 2020, 142). Digitalisaation myötä digitaalinen markkinointi on kasvanut suuresti, kun ihmiset ovat alkaneet viettämään yhä vähemmän aikaa perintesten medioiden kuten television, aikakauslehtien tai radion parissa. Sosiaalinen media on usein edullisin tapa tavoittaa suuria ihmismääriä ja lisätä brändin tunnettuutta, joka on kasvattanut sen suosiota markkinointikanavana. Digitaalinen markkinointi on muokannut markkinointiviestintää ja mahdollistanut yrityksen ja asiakkaiden välisen kommunikaation vaivattomuuden. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.)

Digitaalinen markkinointi sisältää muun muassa hakukoneoptimoinnin, sisältömarkkinoinnin, vaikuttajamarkkinoinnin sekä sosiaalisen median

markkinoinnin. Hakukoneoptimoinnilla pyritään ohjaamaan kävijöitä yrityksen verkkosivuille hakukoneista kuten Google- palvelusta. Sisältömarkkinoinnissa tuotetaan tietyille kohderyhmälle sisältöä ja viestintää tämän käyttämissä digitaalisissa kanavissa. Somemarkkinointi eli sosiaalisessa mediassa markkinoiminen on yritykselle keino edistää brändin näkyvyyttä ja sen tuottamaa sisältöä. Somemarkkinoinnin tavoite on usein lisätä tietoisuutta sekä liikennettä yrityksen verkkosivuille tai liikkeeseen. (Desai 2019, 196.)

Digitaalinen markkinointi luo paljon mahdollisuuksia organisaatioille, mutta se on tuonut myös uusia haasteita. Kuluttajien roolin kasvaessa kuluttajien mielipiteillä on yhä enemmän merkitystä. Kuluttajien tekemät arvostelut voivat joko tuoda yritykselle luotettavuutta tai vähentää sitä. Organisaatioiden toiminnan sekä tuotteiden ja palvelun laadun takaaminen on siis entistä tärkeämpää. Internet on lisännyt huomattavasti myös kuluttajien saatavilla olevaa informaatiota, jonka seurauksena kilpailu kuluttajien huomiosta ja ajasta on kasvanut. (Desai 2019, 199.)

2.4 Sosiaalinen media

Viime vuosikymmenen aikana sosiaalinen media on muuttanut yksilöiden, organisaatioiden ja yhteisöjen tapaa luoda, jakaa ja haalia informaatiota (Baccarella & Wagner & Kietzmann & McCarthy 2018, 431). Sosiaalinen media on helposti yleisön tavoitettavissa olevaa tietoa tarjoava sivusto. Sosiaalinen media voidaan myös määritellä ryhmäksi applikaatioita, jotka perustuvat käyttäjäkokemukseen ja vuorovaikutukseen. (Voorveld & Van Noorth & Muntiga & Bronner 2018, 40.)

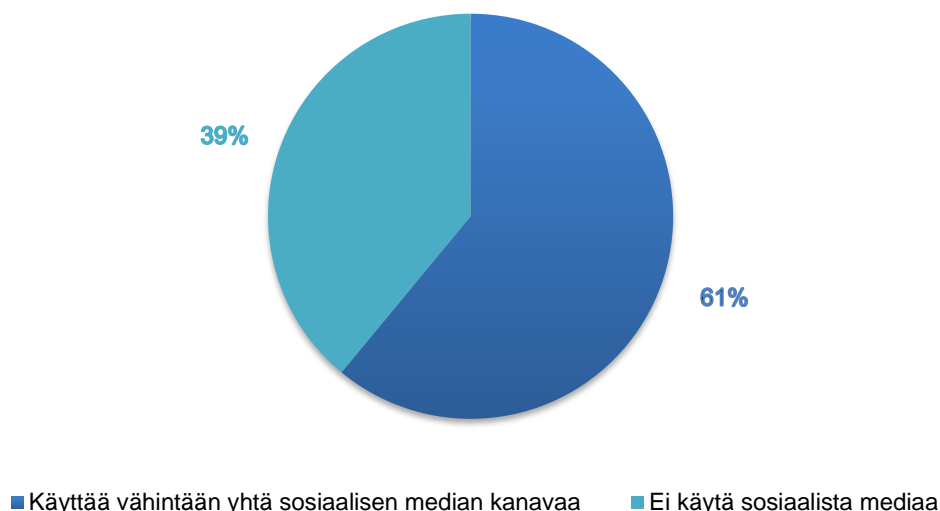
Sosiaalinen media on muuttanut kuluttajien osallisuutta markkinoinnissa passiivisesta aktiiviseksi antaen alustan jakaa ja luoda sisältöä. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 1.) Se on myös kasvattanut mediaympäristön monimuotoisuutta, kasvattaen erityisesti nuorten osallistumista yhteiskuntaa koskeviin keskusteluihin (Nielsen & Fletcher 2020, 154). Sosiaalisen median

tarkoituksena on olla interaktiivinen, ja tarjota käyttäjälle mahdollisuus luoda omaa sisältöä sekä kommentoida muiden tuottamia julkaisuja. Sosiaalinen media muodostuu sen tarjoamasta sisällöstä eli käyttäjien tuottamasta tiedosta ja julkaisuista. Sosiaalisen median alustat suosittelevat sisältöä käyttäjille heidän kiinnostuksen kohteiden, kuten aikaisempien hakutuloksien perusteella. (Harveling ym. 2017, 320.)

Digitalisaatio ja sen seurauksena tapahtunut verkkopalveluiden yleistymisen on lisännyt sosiaalisten todisteiden merkitystä huomattavasti. Social proof eli sosiaalinen todiste on psykologinen ilmiö, jossa haetaan muiden käyttäytymisen pohjalta vahvistusta ennen ostopäätöksen tekemistä. Social proof ilmenee usein suosituksina ja arvosteluina. Organisaatiot kannustavat kuluttajia tuotteiden ja palveluiden arviointiin lisätäkseen kuluttajien luottamusta toimijaan. Social proof ja puskaradio (word-of-mouth) eli kuulopuheet on kuluttajille tehokas merkki tuotteen luotettavuudesta erityisesti asiakkaille, jotka eivät ole vielä kyseistä tuotetta tai palvelua ostaneet. (Abdul Talib & Mat Saat 2017, 34.)

Sosiaalisessa mediassa korostuu sitouttamisen tärkeys, sillä julkaisujen leviäminen useissa kanavissa perustuu tykkäyksiin, kommenteihin ja julkaisujen jakamiseen. Sosiaalinen media ja sen eri kanavat tarjoavat käyttäjilleen alustan tavoittaa koko maailma (Harveling ym. 2017, 320.) Sosiaalisen median käyttö on jatkuvassa kasvussa ja vuonna 2022 arviolta noin 61% maailman väestöstä omasi vähintään yhden sosiaalisen median profiilin (Curry 2022, 5).

Sosiaalisen median käyttö



Kuvio 3. Sosiaalisen median käyttö (Curry 2022, 5).

Sosiaalisia median kanavia on olemassa laaja valikoima, joilla kaikilla on oma tarkoituksensa. Facebook on sosiaalinen verkostointipalvelu, Snapchat on kuva- ja viestintäpalvelu, Twitter on mikrobloggaus alusta, Instagram kuvien jakamiseen keskittyvä palvelu ja LinkedIn yritysten ja työntekijöiden mainokset verkostointipalvelu. (Voorveld ym. 2018, 41.)

Käyttäessään eri sosiaalisen median kanavia organisaatioiden tulee huomioida kanavien käyttö- ja markkinointisäännöt. Yhä useammat kanavat vaativat yrityksiltä erilisiä markkinointitilejä, joilla he voivat tuottaa maksettua mainontaa. Näillä tileillä tuotetut käyvät läpi prosessin, jossa arvioidaan onko mainos sivuston sääntöjen mukainen. Hyväksynnän jälkeen mainos julkaistaan. (Varhela & Virtanen 2020.)

2.4.1 Instagram

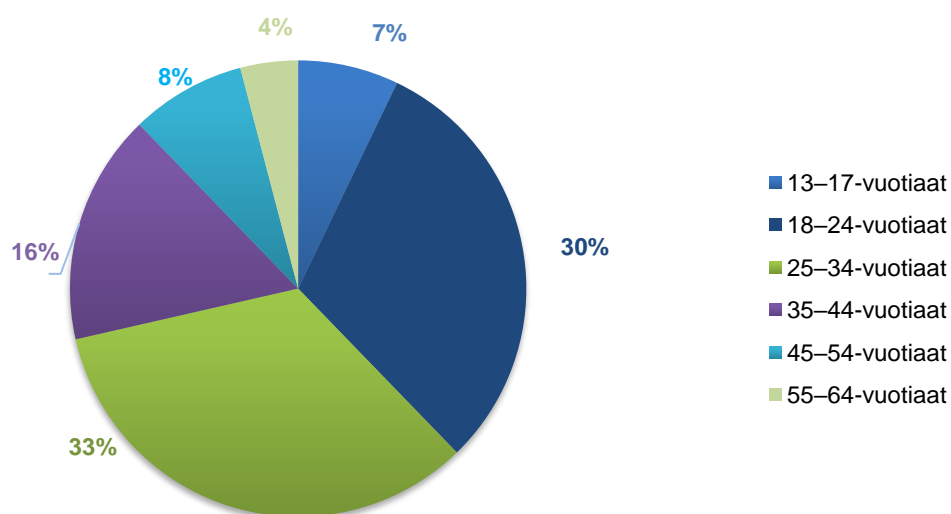
Instagram on 2010 perustettu, pohjimmiltaan kuvien jakamiseen keskittyvä sivusto, joka on tunnettu selfieiden ja ruokakuvien jakamisen alustana. Instagram on ilmainen sovellus, josta on saatavilla verkkoselain versio. Se on kuitenkin suunniteltu sovelluskäyttöön, jolloin sovelluksessa on huomattavasti enemmän ominaisuuksia. Instagramissa tärkeänä tekijänä toimivat hashtagit,

joiden avulla voi löytää eri kategorioihin kuuluvia julkaisuja. Hashtagit ovat työkalu, jonka avulla voidaan ryhmitellä julkaisuja niiden teemojen mukaan. Instagramissa tärkeänä työkaluna voidaan pitää trendaavia haasteita ja musiikkeja. (Humphrey 2016.)

Instagramista on tullut suosittu alusta pitää yhteyttä brändeihin, julkisuuden henkilöihin, ystäviin ja perheeseen. Instagramissa voi julkaista kuvia ja videoita syötteeseen (feed), tarinaan (story) tai kelaan (reels). Syötteeseen ja kelaan julkaistu sisältö säilyy julkaisijan profiilissa. Syötteeseen lisätyt kuvat ja videot tulevat seuraajien etusivulle, josta käyttäjät voivat nähdä kaikkien seuraajiensa julkaisut. Kelaan Instagramissa voi lisätä vain videoita. Kelaan julkaistu sisältö näkyy käyttäjän profiilissa, seuraajien etusivulla ja ne päätyvät myös Instagramin algoritmin mukaan toisten käyttäjien näkyville. (Antonelli 2020.)

Tarinaan lisätyt julkaisut kestävät vain 24 tuntia, jonka jälkeen ne poistuvat automaattisesti. Tarinaan voi halutessaan lisätä useita julkaisuja päivän aikana. Vuoden 2017 uudistuksien myötä tarinoita voi lisätä profiilissa olevaan kohokohdat -osioon, jossa ne säilyvät näkyvillä. Kaikki tarinat tallentuvat yksityiseen arkistoidut tarinat -osioon, jossa profiilin ylläpitäjä voi näitä katsoa. (Instagram 2017.) Tämän lisäksi Instagramissa voi lähettää yksityisviestejä, tykätä ja kommentoida julkaisuja sekä pitää striimiä eli reaaliaikaista suoratoistoa, johon Instagramin muut käyttäjät voivat liittyä katsomaan (Antonelli 2020). Instagram on yksi nykypäivän suosituimmista sovelluksista yli 2 miljoonalla kuukausittaisella käyttäjällä. Instagram on erityisen suosittu nuorten keskuudessa ja suurin osa (70%) kaikista instagramin käyttäjistä ovat alle 35-vuotiaita. Suurimmat demografiat Instagramissa ovat 18-24 (30%) ja 25-35-vuotiaat (33%). Alle kahdeksantoista vuotiaita Instagramin käyttäjiä on noin 7 prosenttia. (Mansoor 2022a.)

Instagramin käyttäjät ikäryhmittäin 2022



Kuvio 4. Instagramin käyttäjät ikäryhmittäin 2022 (Mansoor 2022a).

2.4.2 Snapchat

Snapchat on vuonna 2011 perustettu kuviin ja videoihin keskittyvä viestintäsovellus, jonka ainutlaatuinen myyntiargumentti oli lähetettyjen kuvien näkyminen vain yhdestä kymmeneen sekuntiin. Kuvien ja videoiden aikarajoitukset on kuitenkin sovelluksen useiden päivitysten myötä poistuneet eli sisältöä voi myös lähettää ilman rajattua kestoja. Snapchatissa voi myös lähettää yksityisviestejä. Myös viestien kohdalla käyttäjät voivat valita viestin keston. Vaihtoehtoja on viestien häviäminen käyttäjän luettua viestin, 24 tunnin jälkeen tai perinteiset viestit, jotka jäävät näkyviin. (Tillman 2022.)

Snapchatissa ”Streak” on suosittu ominaisuus. Striikki kertoo, kuinka monena päivänä käyttäjä on ollut aktiivinen tietyn kaverin kanssa. Striikin saa kun lähettää kaverin kanssa vähintään yhden snapin eli kuvan päivässä. Striikki katkeaa, jos kumpikaan osapuoli ei ole lähettänyt kuvaa 24 tuntiin. (Tillman 2022.) Sovelluksen julkaisemisen jälkeen siihen on lisätty paljon ominaisuuksia kuten ”Tarina”. Tarina toimii käytännössä samalla tavalla kuin Instagramin tarina eli sisältö näkyy ystäville vain 24 tuntia. Toinen Snapchattiin lisätty ominaisuus

on ”Muistot”. Muistoissa käyttäjä näkee kaikki vanhat tarinat ja hänelle tulee vuosittain muistutus edellisen vuoden julkaisusta. Muistot ovat näkyvissä vain käyttäjälle ja tarinat ovat käyttäjän valitseman asetuksen mukaan joko julkisia tai yksityisiä. Mikäli profiili on yksityinen tarinat näkevät vain käyttäjän ystävät. Ystäväksi Snapchatissa pääsee, kun sovelluksessa lähetetty ystäväpyyntö on hyväksytty. Julkisissa profiileissa kuka vain voi käyttäjänimen hakemalla nähdä julkaisut. Snapchattiin on myöhemmin lisätty Instagramin kelaa (reels) muistuttava ominaisuus, jossa käyttäjä voi selata erilaisia uutisia ja lyhyitä sarjoja. (Mansoor 2022b.)

Snapchatissa voi myös seurata julkisuuden henkilöitä. Usein nämä vaikuttajat ovat laittaneet profiilinsa julkiseksi, jolloin ne on löydettävissä vaikuttajan nimellä. Usein julkisuuden henkilöitä ei voi lisätä kavereiksi, mutta heitä voi seurata. Suurin osa vaikuttajista haluaakin pitää vain tarinan julkisena, jolloin he välttyvät viestien ja kuvien jatkuvalta syötöltä. (Emerson 2022.)

2.5 Vaikuttajamarkkinointi

Digitalisaation vastapainona ihmisiltä ihmisille markkinoinnin suosio on kasvanut huomattavasti. Tätä H2H (human-to-human) markkinointia toteutetaan usein vaikuttajamarkkinoinnin avulla. Kuluttajat uskovat yhä enemmän vaikuttajien kuin yritysten tekemiä suosituksia, jonka vuoksi luottamus vaikuttajan ja tämän seuraajien välillä korostuu entisestään. Vaikuttajan tekemät suositukset ovat sitä tehokkaampia, mitä läheisemmältä vaikuttaja yleisölleen tuntuu. Tehokkuus perustuu vaikuttajan luotettavuuteen, samaistettavuuteen ja asiantuntijuuteen. Tunne suosituksen aitoudesta on usein ratkaiseva tekijä seuraajien ostopäätöksissä, jonka vuoksi vaikuttajan henkilöbrändin ja markkinoitavan tuotteen tulee olla sopusoinnussa. Vaikuttaja turvaa omaa uskottavuuttaan seuraajiensa silmissä huolehtimalla siitä, että mainonta on läpinäkyvää ja selkeästi merkittyä. (Luoma-Aho 2018.)

Vahvistaakseen markkinointiviestintää markkinoijat hyödyntävät yhä enemmän vaikuttajia markkinoinnissaan. Vaikuttajamarkkinoinnon tavoitteena on usein

muovata kuluttajien mielikuvia sosiaalisessa mediassa. (Le Meunier-Fitzhugh 2021, luku 5.) Vaikuttajamarkkinointi on sosiaalisen median vaikuttajien käyttämistä osana yrityksen markkinointia. Vaikuttajat usein toteuttavat vaikuttajamarkkinointia julkaisemalla organisaatioiden palveluita tai tuotteita koskevaa sisältöä omiin kanaviinsa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.) Vaikuttajamarkkinointi perustuu vaikuttajien luomaan henkilöbrändiin, eli tietynlaiseen mielikuvaan vaikuttajasta (Halonen 2019, 40).

Vaikuttaja voidaan määritellä henkilöksi, jolla on keskiarvoihmistä suurempi mahdollisuus tai tavoitavuus, jonka vuoksi tämän on helpompi vaikuttaa muiden ihmisten mielipiteisiin. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi läsnäoloa useissa sosiaalisen median kanavissa tai keskiarvoa suurempaa seuraajamäärää. (Halonen 2019, 2.) Vaikuttajien vaikutusvalta perustuu usein omistautuneeseen seuraajakuntaan sosiaalisessa mediassa.

Vaikuttajamarkkinoinnissa yritykset hyödyntävät vaikuttajaa herättääkseen positiivisia asenteellisia tai käyttäytymiseen liittyviä reaktioita vaikuttajan omassa kohderyhmässä. (Evans & Phua & Lim & Jun 2017.)

Keskeistä vaikuttajan määrittelemisessä on se, että vaikuttajalla on oltava yleisö. Vaikuttaja on usein saanut yleisön luomalla luottamuksen heihin joko asiantuntijuudella tai karismaattisella persoonalla. Sosiaalisen median vaikuttajalla on myös kyky tuottaa ja jakaa hänen seuraajiaan kiinnostavaa sisältöä. Vaikuttajia käytetään kaupallisissa yhteistyöissä, sillä kuluttajat ovat valmiimpia vastaanottamaan kaupallista sisältöä julkisuuden henkilöltä, kuin yrityksiltä. (Halonen 2019, 3.)

Vaikuttajat voidaan jakaa julkisuuden vaikuttajiin (celebrities) sekä sosiaalisen median eli some-vaikuttajiin (influencers). Some-vaikuttajien tekemät kaupalliset yhteistyöt ovat usein julkisuuden henkilöitä tehokkaampia. Tätä voidaan selittää heidän samaistettavuudellaan. Usein sosiaalisen median vaikuttajat ovat tavallisia ihmisiä, jotka ovat saaneet julkisuutensa jakamalla heidän seuraajiaan kiinnostavaa sisältöä. Kuluttajat usein samaistuvat sosiaalisen median

vaikuttajiin ja näin uskovat herkemmin heidän tekemiään suosituksia. (Halonen 2019, 4–5.)

Vaikuttajamarkkinoinnin keinot ovat muuttuneet vaikuttajan esiintymisestä perinteisestä televisio tai lehtimainoksista vaikuttajien omien kanavien hyödyntämiseen. Vaikuttajat ovat yhä useammin myös osa brändin eli tuotemerkin sisällöntuotantoa. Vaikuttajan valinnassa on kuitenkin tärkeää, että mainostettava tuote tai palvelu sopii vaikuttajan julkaisemaan sisältöön ja vaikuttajan arvoihin. Tämä lisää vaikuttajan uskottavuutta kuluttajien silmissä. (Halonen 2019, 4–5.)

Vaikuttajamarkkinointia säätelee mainonnan tunnistettavuuden vaatimukset ja se on toteutustavasta riippumatta tunnistettava markkinoinniksi. Vaikuttajien tulee näin merkitä julkaisu selkeästi kaupalliseksi yhteistyöksi esimerkiksi kirjoittamalla julkaisun olevan mainos. Tämän lisäksi vaikuttajan tulee ilmaista kenen kanssa tai kenen lukuun kaupallinen yhteistyö ja sen sisältö on tehty. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.)

2.5.1 Affiliate-Markkinointi

Affiliate-markkinointi tai kumppanuusmarkkinointi on suoritukseen perustuvaa digitaalista markkinointia. Komissiota saadaan tuotteiden ja palveluiden myynnin edistämisestä. Affiliate-markkinointia hyödynnetään usein vaikuttajayhteistöissä, joissa vaikuttaja julkaisee affiliate-linkin sosiaaliseen mediaan. (Desai 2019, 197.) Painaessaan affiliate-linkkiä kuluttaja siirtyy usein mainostettavan yrityksen sivuille. Samalla sivustolla olevat evästeet eli verkkosivustojen luomat pienet tiedostot tallentavat tiedon, mitä kautta kuluttaja on verkkosivustolle saapunut. Näin vaikuttajat saavat komissiota heidän julkaisemansa linkin kautta tehdyistä ostoista. Yritykset näkevät affiliate-markkinoinnin kustannustehokkuuden houkuttelevana. Affiliate-markkinoinnissa yritys siirtää vastuun markkinoinnista vaikuttajalle ja maksaa vain tehdystä tuloksesta. (Brock 2019, 17.)

Affiliate-markkinointi mahdollistaa vaikuttajille suurien summien tuottamisen vaivattomasti. Usein tällä yritysmodellilla markkinoidaan verkkopalveluita, jolloin komissio palveluiden myynnistä voi olla jopa 50–75% palvelun hinnasta. (Brock 2019, 8 –11.) Saatavan komission suuruus saattaa ohjata vaikuttajia myymään palvelua liioitellen tästä saatavaa hyötyä tai palvelun ominaisuuksia (Hawkins 2019, 7).

2.5.2 Vaikuttajamarkkinointi ja vastuullisuus

Vastuullisuus on jatkuvasti vahvistuva trendi eli yhteiskunnallisesti merkittävä ja nähtävillä oleva muutos (Sitra 2018). Vastuullisuus kytkeytyy yhä voimakkaammin brändin arvoihin ja arvojen toteuttamiseen, jonka vuoksi läpinäkyvyyden merkitys liiketoiminnassa on huomattava (Parkkonen & Hellström 2022). Vastuullinen markkinointi perustuu rehellisyyteen, läpinäkyvyyteen, vastuun ottamiseen, ja oikeudenmukaisuuteen. Rehellisyydellä viitataan suorapuheisuuteen ja aidon informaation tarjoamiseen tuotteesta tai palvelusta. Rehellisyyttä tukee yritystoiminnan läpinäkyvyys, eli yrityksen prosessien esiintuominen ja kommunikaation avoimuus. Ottaen vastuun toiminnastaan yritys ja vaikuttaja hyväksyvät markkinointikäytännöt ja näiden mahdolliset seuraukset. Toimiessaan oikeudenmukaisesti yritys pyrkii ostajan tarpeiden ja myyjän edun tasapainoisuuteen ja rehelliseen toimintaan. (Belyh 2019.)

Kriteerit eettiselle markkinoinnille ovat tiukemmat, jos mainonta on nuorille suunnattua. Vaikuttajamarkkinoinnissa käytetään mediasta julkisuuteen nousseita hahmoja, jolloin ongelmaksi voi muodostua, ettei nuori tiedosta kyseessä olevan häneen kohdennettua markkinointia. Tämä voi koitua ongelmaksi, jos vaikuttaja on tunnettu tietystä hahmosta, ja tätä hahmoa käytetään mainoksessa myynnin edistämiseen. (Varhela & Virtanen 2020.) Vaikuttajamarkkinoinnissa mainonnan tunnistettavuus voi vaarantua myös, mikäli vaikuttaja julkaisee mainontaa tämän omaa sisältöä muistuttavalla tavalla. Yritysten ja heidän kanssaan toimivien vaikuttajien tulee harjoittaa erityistä varovaisuutta, sillä usein vaikuttajamarkkinoinnin keskeistä

kohderyhmää ovat lapset ja nuoret. Markkinoinnissa tulee siis huomioida alaikäisten erityisasema sekä heitä koskevat tiukemmat markkinointisäännökset. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.)

Vaikuttajamarkkinoinnin kohdalla medialukutaito ja kriittisyys korostuu, sillä vaikka vaikuttaja puhuu omalla kanavallaan, on tärkeää muistaa, että kaupallisten yhteistöiden takana on aina yritys. Vaikuttajamarkkinoinnissa läpinäkyvyys on erittäin tärkeää, jotta vaikuttajan oma mielipide on erotettavissa yrityksen myyntipuheesta. Mainonnasta maksetaan vaikuttajalle ja mainokset ovat usein tarkkaan yrityksen tuottamia. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.)

2.6 Markkinoinnin lainsäädäntö

Markkinoinnissa kuluttajansuojalaki on keskeisin kuluttajamarkkinointia koskeva laki. Sen tarkoituksena on turvata terve kilpailu ja suojata kuluttajia. Jotta kuluttajaa ei johdeta harhaan, tulee markkinoinnista käydä ilmi sen kaupallinen tarkoitus ja kenen lukuun markkinoidaan. (Kuluttajansuojalaki 2008, 2 Luku 4§.) Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännösten mukaan esitystavasta ja mediasta riippumatta, mainonta on voitava selkeästi tunnistaa ja se on tarvittaessa myös merkittävä mainokseksi. Mainoksen otsikko tai muu tunniste ei saa olla kuluttajaa harhaanjohtava eikä sisällön kaupallista tarkoitusta saa peitellä. Tämä korostuu varsinkin lapsista ja nuorista puhuttaessa. Markkinoija on vastuussa kaikesta markkinoinnistaan sekä sitä koskevan lainsäädännön noudattamisesta. (Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt 2018, 15.)

Markkinoinnissa on noudatettava markkinoinnin pelisääntöjä, eikä se saa olla hyvän tavan vastaista. Markkinoinnissa tulee heijastaa yhteiskunnallisia arvoja ja normeja. Normit eli säännöt ja ohjeet heijastavat yleisesti hyväksytyjä periaatteita yhteiskunnassa. Hyvän tavan mukaan syrjivä mainonta ja väkivallan käyttäminen mainonnassa on kiellettyä. Syrjivällä mainonnalla tarkoitetaan syrjivien asenteiden vahvistamista muun muassa loukkaamalla tai halventamalla tiettyä ihmistä tai ihmisryhmää. Mainonnassa tulee myös huomioida siinä esitetty käytös, sillä mainonta muovaa yhteiskunnan

käytösalleja ja voi edistää epätoivottua käytöstä. Markkinoinnin pelisäännöt myös muistuttavat ulkomainonnan laajasta tavoittavuudesta, jonka vuoksi ulkomainonnassa tulee harjoittaa erityistä varovaisuutta. Markkinoinnin hyvää tapaa arvioidaan kriittisemmin, kun kohdeyleisönä ovat lapset ja nuoret. Lapsille ei saa esittää sopimatonta sisältöä, eikä tehdä suoria ostokehotuksia tai luoda mielikuvaa elämänlaadun parantamisesta tietyn tuotteen tai palvelun avulla. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2022.)

Lainsäädännössä pyritään siis suojaamaan lapset ja nuoret heille sopimattomalta markkinoinnilta. Tämän vuoksi lapsille ja nuorille kohdennetussa markkinoinnissa on noudatettava erityistä huolellisuutta, eikä mainonta saa sisältää heille sopimatonta sisältöä. Markkinointi ei saa sisältää minkäänlaista aineistoa, joka voi vahingoittaa nuoria. (Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt 2018, 12.) Vaatimukset koskevat alaikäisille suunnattua, mutta myös lapset ja nuoret tavoittavaa mainontaa (Kuluttajansuojalaki 2008, 2 Luku 4§). Muun muassa televisiossa ennen kello 21 esitetty mainokset tai ulkomainonta katsotaan alaikäiset tavoittavaksi mainonnaksi. Sosiaalisessa mediassa alaikäiset tavoittavaksi mainonnaksi voidaan katsoa mainonta, jota yritys toteuttaa lasten tai nuorten suosimissa kanavissa tai heille suunnatun sisällön yhteydessä. Alaikäiset tavoittavaksi mainonnaksi katsotaan lisäksi, jos yritys hyödyntää alaikäisten suosimaa henkilöä mainonnassaan tai, jos suuri osa vaikuttajan seuraajista on alaikäisiä. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2019.)

Markkinoinnin valvonta on jakautunut monelle taholle. Markkinointiin voi puuttua esimerkiksi markkinaoikeus, yleinen tuomioistuin, kunnallinen kuluttajaneuvoja tai kuluttaja-asiamies, kuluttajariitalautakunta, ja liiketapalautakunta. Markkinoinnin valvonta tapahtuu sitä koskevien lakien sekä asetusten mukaisesti. Markkinaoikeus voi muun muassa kieltää sopimattoman toiminnan jatkamisen tai velvoittaa elinkeinonharjoittajaa ryhtymään oikaisutoimiin. Markkinaoikeus voi asettaa uhkasakon tehostamaan kieltoaan. (Varhela & Virtanen 2020.)

2.7 Kasinomainonnan lainsäädäntö

Suomessa kasinoiden markkinointia säätelee arpajaislaki, joka koskee arpajaisia, kasinopelien ja kasinotoiminnan harjoittamista sekä muiden raha- ja peliautomaattien ja pelilaitteiden pitämistä, josta käyttäjä voi saada osittain tai kokonaan sattumanvaraisen rahanarvoisen voiton (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 2§). Arpajaislaki koskee myös ulkomailla toimeenpantavia rahapelejä ja arpajaisia, mikäli niiden myynti tai välittäminen tapahtuu Suomessa (Arpajaislaki 2001, 1 luku 2§). Laissa määrätään arpajaisten toimeenpanosta sekä valvonnasta. Lain tarkoituksena on turvata ja taata osallistujien oikeusturva. Arpajaislain tarkoituksena on myös estää rahapeleihin liittyvät väärinkäytökset, rikokset sekä ehkäistä taloudellisia, terveydellisiä ja sosiaalisia haittoja, joita osallistumisesta voi seurata. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 13c§.)

Rahapeleillä arpajaislaissa tarkoitetaan erilaisia arpajaisia tai sattumaan perustuvia pelejä, joista pelaaja voi palkkioksi voittaa rahaa. Vedonlyöntipeleillä tarkoitetaan rahapelejä, joissa osallistutaan kilpailun tai rahapelien tapahtumien arvaamiseen rahallista panosta vastaan. Voitto määräytyy rahasumman sekä tuloksen todennäköisyyttä osoittavan kertoimen mukaan. Kasinopeleillä tarkoitetaan arpajaislaissa kortti-, ruletti- ja noppapelejä sekä muita näihin rinnastettavissa olevia rahapelejä. Toto-peleillä tarkoitetaan rahapelejä, jossa pelaaja osallistuu hevoskilpailujen tuloksien arvaamiseen rahallista panosta vastaan. (Arpajaislaki 2001, 1 luku 3§.)

Suomessa monopoliaseman omaavan Veikkaus Oy:n toimintaa säädellään valtioneuvoston asetuksilla. Säättely kohdistuu esimerkiksi siihen, kuinka suuri osa pelien toimeenpanosta kertyvistä summista on maksettava pelaajille voittoina, kuinka voitot pyöristetään ja miten ne jaetaan. Valtioneuvosto säätelee myös, millaisia pelejä Veikkaus Oy voi tarjota sekä niiden enimmäismäärää. Valtioneuvosto säätelee myös pelikasinoiden määrää, aukioloaikoja sekä sijainteja. Valtioneuvosto voi säädellä myös rahapelien sallittuja myyntiaikoja. Sisäministeriö taas puolestaan vastaa rahapelien

pelisäännöistä. Säännöt koskevat muun muassa kasinopelien suurimpia pelipanoksia, voittoja sekä pelien voitonjakoa ja pelipanosten palauttamista. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 13c§.)

Rahapelejä toimeenpantaessa on asiakas rekisteröitävä Veikkauksen pelaajaksi ja tälle on avattava oma pelitili ja varmistettava, että henkilö pystyy pelaamaan rahapelejä vain rekisteröityneenä pelaajana. Jotta tämä toteutuisi Veikkauksen pelaajilla saa olla ainoastaan yksi pelitili, joka on henkilökohtainen. Henkilöllisyys on todennettava myös pelaajan täysi-ikäisyyden varmistamiseksi. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 14§.)

Suomessa ainoastaan Veikkaus Oy saa markkinoida rahapelejä. Veikkauksen markkinointia säädellään kuitenkin tarkasti ja se on sallittua vain, jos markkinointi on näkyvyydeltään, toistuvuudeltaan, laadultaan ja määrältään maltillista. Veikkauksen markkinointi on sallittua rahapelikysynnän ohjaamiseen laillisesti ja eettisesti toimivampaan ympäristöön, jotta pelaajille ja yhteiskunnalle koituisi mahdollisimman vähän haittaa. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 14 b§.)

Rahapelien markkinoinnin säädöksillä pyritään estämään taloudellisten, sosiaalisten ja terveydellisten haittojen edistäminen. Säädösten mukaan rahapelejä ei saa mainostaa pelaamista ihannoiden eikä näyttää runsasta pelaamista positiivisessa valossa. Se ei myöskään saa luoda kielteistä mielikuvaa pelaamattomuudesta tai kohtuullisesta pelaamisesta. Periaatteiden mukaan pelaamista ei myöskään saa yhdistää mainonnassa jokapäiväiseen tai arkiseen toimintaan muun muassa rinnastamalla sitä ostoksien tekemiseen tai esittämällä pelaamista harmittomana viihteenä. Markkinoinnissa ei myöskään voi antaa ymmärtää, että pelaaminen olisi riskitöntä tai ratkaisuna taloudellisiin ongelmiin. Lisäksi pelaamista ei saa kuvata tapana edistää sosiaalista menestystä. Markkinoinnissa ei saa antaa valheellista kuvaa kuluttajien mahdollisuuksista voittaa pelaamissaan peleissä, sillä arpajaispelien, kuten rahapelien voittaminen perustuu sattumaan. Markkinoinnissa ei saa käyttää väärin kuluttajien luottamusta toimintaan ja pelialaan. Se ei myöskään pyri

hyödyntämään pelaajien kokemattomuutta tai informaation puutetta liittyen pelattaviin peleihin tai alustoihin.

Markkinoinnissa ei saa hyödyntää keinoja, jotka ovat agressiivisia tai kokonaisuudessa houkuttelevia. Veikkaus ei näin ollen voi antaa ilmaisia pelejä tai pelirahaa, lukuunottamatta pelien testaamista. Veikkaus ei myöskään saa antaa alennuksia peleihin tai tarjota peleihin liittyviä kylkiäisiä. Yhtiö ei käytä markkinointiarpajaisia kannustaakseen pelaamiseen tai peleihin tutustumiseen. Mainonnassa ei saa tuoda esille pelaamiseen käytettävän summan osuutta yleishyödyllisen toiminnan tukemisessa. Yhtiön tuotonjaosta voidaan kuitenkin viestiä, mutta ei pelimarkkinoinnin yhteydessä. Markkinointia ei saa kohdistaa alle 18-vuotiaisiin eikä markkinoinnissa saa näkyä alaikäisiä henkilöitä. Markkinointia ei myöskään saa toteuttaa sellaisissa sosiaalisen median kanavissa, televisiokanavilla tai elokuvateattereissa jotka on suunnattu alaikäisille tai on heihin vetoavaa. Kasinopelejä, raha-arpajaisia, nopearytmisiä veikkauspelejä eikä raha-automaatteja saa markkinoida kuin eristetyissä pelisaleissa ja kasinoissa, joihin nämä rahapelit on sijoitettu. Rahapelien pelipaikkoija ei myöskään saa mainostaa, mutta niistä saa antaa informaatiota. Rahapelien markkinoinnissa tulee sisällyttää aina tieto pelaamisen ikärajaista sekä informaatiota peliongelmissa auttavista palveluntuottajista ja pelaamisen hallinnan välineistä. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 14b§.) Pelaamisen hallinnan välineet ovat Veikkaus Oy:n pelaamisen rajoittamiseen ja hallitsemiseen luodut työkalut. (Raijas & Pirttilä 2019, 27.)

Mikäli rahapelin toimeenpano tapahtuu jonkun muun kuin Veikkaus Oy:n toimesta, on Poliisihallituksella oikeus kieltää se. Poliisihallituksella on oikeus myös kieltää rahapelien markkinointi, mikäli sitä toteuttaa jokin muu kuin Veikkaus Oy tai, mikäli Veikkaus Oy:n markkinointi ei vastaa sille asetettuja rajoituksia. Nämä kiellot voi kohdistua rahapelin toimeenpanijaan, joka on elinkeinonharjoittaja ja osallistuu rahapelien välittämiseen tai niihin liittyvien maksujen väliittämiseen, rahapelien markkinointiin tai antaa tilan raha-automaattien käyttämiseen. Kielto voi myös kohdistua yksityishenkilöön, joka saa taloudellista tai muuta hyötyä, kuten ilmaiskierroksia rahapeleihin osallistumalla, tai niitä markkinoimalla. Poliisin toimeenpanema kielto on

voimassa 12 kuukautta, jonka jälkeen poliisihallitus voi jatkaa kiellon voimassaoloa, mikäli kielletyt toimenpiteet jatkuvat. (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 62a-b§.)

Suomen poliisihallitus tarkistaa tasaisin väliajoin, onko selvityspyynnön tai kiellon saanut henkilö lopettanut kasinoiden mainostamisen vai jatkaako tämä toimintaansa (Varpula 2020). Mikäli uhkapelejä markkinoinut henkilö ei poista julkaisua poliisin kehotuksesta huolimatta, voidaan asiasta aloittaa esitutkinta, josta voi seurata sakko tai maksimissaan kahden vuoden vankeusrangaistus (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 13c§.)

Mainonnan eettisen neuvoston mukaan, mikäli vaikuttajan saa rahanarvoista etua mainostaessaan tuotetta, tulee mainoksen olla sellainen, että se on selkeästi tunnistettavissa mainokseksi. Rahanarvoinen etu voi olla muun muassa palvelu tai tuote. Mainokseksi ei kuitenkaan lasketa yksittäistä tuotetta edustavaa julkaisua sosiaalisessa mediassa, mikäli vaikuttaja ei tästä ole saanut rahanarvoista vastiketta. Tärkeintä kuitenkin on, että kuluttajalla on selkeä ymmärrys siitä, mikä julkaisuissa on markkinointia ja mikä ei. Pelkkä viittaus palveluntarjoajaan tai tämän verkkosivuihin tai tekstin seassa oleva maininta yhteistyöstä, ei välttämättä riitä tekemään julkaisusta selkeästi markkinointiaineistoa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.)

3 Uhkapelaaminen

3.1 Nettikasinot

Uhkapelaaminen on digitalisaation myötä siirtynyt yhä enemmän verkkoalustoille. Vaikka internet ja sosiaalisen median eri sivustot ovat loistava kanava pitää yhteyttä läheisiin, ovat ne myös väylä kasvavaan rahapeli-toimintaan. Näissä kanavissa nähtävän mainonnan laajuus ja toistuvuus on osatekijä nettikasinoiden kasvuun. (Kim & Wohl & Gupta & Derevensky 2017, 11.)

Nettikasinot ovat internetissä toimivia kasinoita, joissa pelaajat pelaavat uhkapelejä. Nettikasinoilla pelaajille tarjotaan internetin välityksellä vaivaton pääsy erilaisiin rahapeleihin, vuorokauden ympäri. (Kim & Wohl & Gupta & Derevensky 2017, 2.) Slottipelit tai tunnetummin kolikko- tai hedelmäpelit ovat nettikasinoiden suosituimpia pelejä. Ne ovat internet versioita klassisille pelikoneille ja näiden peleille. Teknologian kehityksen seurauksena suurin osa kasinopeleistä pelataan erilaisilla slottipeleihin erikoistuneilla nettikasinoilla. (Popular science 2022.) Nettikasinoissa pelitilille siirretään eli talletetaan rahaa ja peleissä tehdyt voitot siirtyvät pelaajan pelitilille. Kotiutuksella tarkoitetaan sitä, kun pelaaja siirtää rahat pelitilitä omalle pankkitililleen. (Veikkaus 2022e.)

Internet on täynnä rahapelejä tarjoavia sivustoja, mutta myös rahapeliyhteisöjä. Rahapeliyhteisöt ovat usein keskustelufoorumeita, joissa voidaan jakaa kokemuksia, strategioita ja tutustua muihin pelaajiin. Digipeliyhteisöt keskittyvät rahapeliyhteisöjä selkämmin itse pelikokemukseen ja usein lisäävät pelaamista ja siihen käytettävän rahan määrää. (Terveystieteiden tutkimuskeskus 2020, 24.) Sosiaaliset elementit ovat myös osa pelaamisen houkuttelevuutta. Yhteisöllisyys kannustaa pelaamiseen ja pelaamiseen liittyvien kanavien seuraamiseen. (Silvenoinen & Meriläinen 2016, 43.)

3.1.1 Nettikasinoiden markkinointi

Usein rahapelejä pelataan mahdollisen voiton ja helpon rahan toivossa. Tätä hyödynnetään vahvasti myös nettikasinoiden markkinoinnissa luomalla kuva suurista voittosummista ja voiton vaivattomuudesta. Rahapelien laaja tarjonta ja saatavuus näkyy myös rahapelien markkinoinnissa. Veikkaus Oy:n monopoliasemasta huolimatta nettikasinoita markkinoidaan näkyvästi ja suurella volyyymilla. (Silvenoinen & Meriläinen 2016, 38–43.) Vaikuttajien toteuttama nettikasinoiden markkinointi kohdistuu usein ulkomaalaisiin nettikasinoihin, joissa mainostaminen kuitenkin kohdistetaan Suomeen ja suomalaisille (Pitkäranta & Tervo 2021). Nettikasinoiden markkinointi suomalaisille on laitonta, vaikka mainostettava sivusto sijaitsee ulkomaalaisella palvelimella (Arpalaislaki 2001, 9 luku 62§).

Nettikasinoita markkinoivat usein suomalaiset julkisuuden henkilöt. Kyseiset henkilöt ovat usein tunnettuja sosiaalisesta mediasta tai tositelevisio ohjelmista. Nettikasinoiden markkinointi on suosittua useissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Instagramissa, Snapchatissä sekä Twitchissä. Vaikuttajat listaavat markkinoimansa kasinotarjoukset omille nettisivuilleen ja jakavat tähän linkin sosiaalisessa mediassa. Vaikuttajien verkkosivut ovat usein lähes identtisiä keskenään. (Pitkäranta & Tervo 2021.)

Vaikuttajia kannustetaan markkinointiin usein huomattavilla rahapalkkioilla sekä pelirahalla kasinoille, jossa vaikuttaja voi pelata kasinon tarjoamalla rahalla ja kuitenkin saada mahdolliset voitot itselleen. Esimerkiksi somevaikuttaja Rosanna Kulju on saanut useita yhteistyötarjouksia rahapeliyrityksiltä, joista yksi olisi tarjonnut hänelle 3000 euroa vain muutamasta Instagram-tarinasta. Mainonnan laittomuuden vuoksi osa rahapeliyhtiöistä kieltää kaupallisen yhteistyön mainitsemisesta sopimuksessaan. Yhtiöt ovat myös ohjanneet vaikuttajia julkaisemaan nettikasinoista kertovaa sisältöä vain Instagram-tarinoissa, joissa sisältö on näkyvillä vain 24 tuntia. Vuonna 2020 Arpajaishallitus lähetti 42:lle suomalaiselle selvityspyynnön liittyen kasinoiden markkinointiin. Eräs rahapeliyhtiö oli ohjannut selvityspyynnön saanutta vaikuttajaa vastaamaan pelaamisen olevan vaikuttajan omaa ajanvietettä, eikä markkinointia. (Varpula 2020.)

3.1.2 Nettikasinot ja vastuullisuus

Uhkapelien markkinoimisen laittomuuden lisäksi on huomioitava mainonnan eettinen luonne. Markkinoinnin eettisyyden merkitys korostuu erityisesti, jos sitä tarkastellaan nuoren näkökulmasta. Nuorten kriittinen ajattelykyky ja medialukutaito ovat vielä kehittyviä, eivätkä he välttämättä osaa prosessoida markkinoinnin välityksellä saamaansa informaatiota tarpeeksi kriittisesti. (Silvenoinen & Meriläinen 2016, 40.)

Vaikka rahapelejä saa markkinoida arpajaislain mukaan vain yli 18-vuotiaille, vaikuttaa rahapelien markkinoiminen myös nuoriin ja heidän pelikäyttäytymiseensä. Mainoksia näkyy muun muassa verkkosivuilla sekä sosiaalisen median kanavissa, joita nuoret käyttävät. Uhhapelaamisesta nähdyt julkaisut muovaavat nuorten mielikuvia pelaamisesta ja voivat luoda epärealistisen kuvan pelien voittomahdollisuuksista. (Silvenoinen & Meriläinen 2016, 38–40.)

Kaikkien palveluntarjoajien tai markkinoijan kannalta vastuullisella toiminnalla viitataan muun muassa pelaamisen riskien ja pelaamisen ikärajan kertomiseen sekä ohjeiden antamiseen avun hakemisessa (Tuorila 2019, 23). Vaikka kasinoiden markkinoiminen on laitonta, pyrkivät vaikuttajat usein lisäämään vastuullisuuden elementtejä nettikasinoista kertoviin julkaisuihin. Uhhapelaamiseen liittyvän sisällön yhteyteen laitetaan usein jonkin peliongelmissa auttavan tahon yhteystiedot. Esimerkiksi Peluurin, eli Veikkaus Oy:n peliongelmissa auttavan neuvontapalvelun yhteystiedot ovat esiintynyt useissa julkaisuissa. (Tervo & Pitkäranta 2021.)

3.2 Veikkaus

Veikkaus Oy:llä on yksinoikeus rahapelien toimeenpanemiseen ja markkinointiin Suomessa. Veikkauksen vastuulla on harjoittaa toimintaansa siten, että pelaajien oikeusturva taataan. Veikkauksen tulee myös toimia niin, että pelaamisen liittyviä haittoja pyritään ehkäisemään ja vähentämään. Joillain valtion omistamilla yhtiöillä, kuten Veikkauksella on hallintoneuvosto, joiden tehtävänä on valvoa yhtiön toimintaa ja sen toteuttamista lainmukaisesti (Laki arpajaislain muutoksesta 2021, 12§.) Veikkauksen hallintoneuvoksen kokoonpano vuonna 2022 koostui 28:sta varsinaisesta jäsenestä, joista 13 ovat puolueiden edustajia, 13 Veikkauksen tuoton saajien edustajaa sekä kaksi henkilöstön edustajaa. (Veikkaus 2022b.) Tuotonsaajina Veikkauksella ovat muun muassa kulttuuri- liikunta- ja tiedealojen järjestöt. Tällaisia ovat muun muassa sotaveteraanien tukipalvelut. (Yle 2022.)

Veikkaus uudistui 2017, jolloin se yhdistyi totopelien järjestäjän Fintoton ja Ray:n eli Raha-automaattiyhdistyksen kanssa. Ray:n peleihin kuuluivat rahapeliautomaatit sekä verkkosivusto nettikasinopeleihin. Uudistuksen seurauksena Veikkauksen verkkosivuilta pääsee yhdellä tunnukseella arvonta-, urheilu- ja hevospelien sekä kasinotilille, josta asiakas pääsee pokeri- ja kasinopeleihin. Uudistuksen myötä kaikki Ray:n verkkosivuilla olleet pelit siirtyivät veikkaus.fi-sivustolle. Tämän lisäksi kaikki Toto-pelit, kuten ravikisoihin liittyvä vedonlyöminen siirtyivät samaan palveluun. Muutoksen myötä kaikki Veikkauksen pelaamisen hallinnan työkalut siirtyvät koskemaan myös Fintotoa sekä Ray-palvelua. (Veikkaus 2017.)

3.2.1 Veikkauksen markkinointi

Veikkauksen sivuilta löytyvät markkinoinnin periaatteet ovat arpajaislain rahapelien markkinointisäännöksiä, joita yhtiön tulee markkinoinnissaan noudattaa. Markkinoinnin tarkoituksena on vahvistaa Veikkauksen brändiä entisestään ja tuoda esille sen vastuullista puolta. Veikkaus on keskittänyt markkinointinsa koskemaan suurimmalta osin vähemmän haitallisten pelien markkinointia. Verkkosivuilla kirjautumisen jälkeen tai Veikkauksen pelisalissa olessa mainonnan rajoitteet kuitenkin vähenevät, jolloin Veikkaus mainostaa usein pelaajan läheisyydessä pelattavia pelejä. (Veikkaus 2020.)

Vaikka Veikkaus markkinoinnissaan viittaa arvoihin, jotka perustuvat arpajaislain markkinointi säädöksiin on Veikkaus on toteuttanut arpajaislain vastaista mainontaa. Kuvan 1. mainoksessa Veikkaus rikkoo arpajaislain säädöksiä vertaamalla Keno-arvontaa päivittäiseen tekemiseen. (Lehtinen 2019.) Pelaamista ei saa rinnastaa osaksi henkilön arkea, arkirutiineja tai tavanomaista kuluttajakäyttäytymistä, kuten elintarvikkeiden kuluttamista (Laki arpajaislain muuttamisesta 2021, 14b§). Keno-arvonnassa pelaaja yrittää arvata koneen arpomat numerot ennen tuloksien julkaisemista. Veikkauksen 2019 julkaisemassa mainoksessa rahapelaamista verrattiin kahvilla käymiseen. (Lehtinen 2019.)



Kuva 1. Veikkauksen Keno-pelin mainos 2019 (Lehtinen 2019).

Veikkaus Oy toteuttaa markkinointiaan usean kanavan avulla. Markkinointia nähdään muun muassa televisiokanavilla, elokuvateattereissa, bussipysäkeillä sekä sanomalehdissä. Veikkaus voi toteuttaa myös suoramarkkinointia, eli se voi markkinoida sähköpostitse, puhelimitse, tekstiviestein sekä sovellusten push-up ilmoitusten välityksellä, mikäli kuluttaja on tähän antanut suostumuksensa. Markkinointia Veikkaus kohdennetaan kuluttajille evästeiden avulla. Veikkaus Oy luo myös markkinoi useassa sosiaalisen median kanavassa, kuten Facebookissa ja Instagramissa. (Veikkaus 2022d.)

3.2.2 Veikkaus ja vastuullisuus

Veikkaus viittaa arvoissaan vastuullisuuteen tarkoittaen, turvallisemman pelaamisympäristön luomista sekä ongelmallisen pelaamisen minimoimista. (Veikkaus 2021.) Veikkaus mainitsee liialliseen pelaamiseen liittyviksi ongelmiksi taloudelliset, sosiaaliset ja ajankäyttöön liittyvät ongelmat. Veikkaus pyrkii vähentämään liiallista pelaamista ja siihen liittyviä haittoja pelaamisen

hallinnan työkaluilla. Näiden avulla voidaan muun muassa määrittää rajoituksia pelaamisessa käytettävään aikaan tai rahamäärään. (Raijas & Pirttilä 2019, 27.)

Yksi Veikkauksen harjoittamista pelaamisen hallinnan keinoista ovat Rahansiirtorajat. Ennen ensimmäistä rahansiirtoa käyttäjä asettaa itselleen summan, jonka tämä voi maksimissaan siirtää Veikkauksen pelitilille. Summa asetetaan erillisenä vuorokauden sekä kuukauden enimmäismääräksi. Näitä rajoja käyttäjät voivat kuitenkin itse muokata omassa profiilissaan Veikkauksen sivuilla. Toinen Veikkauksen harjoittama pelaamisen hallinnan keino on tappiorajat. Veikkauksella tappiorajat, eli pelaajan valitsemat enimmäisummat tappiolle asetetaan ennen nopeatempoitelen pelien, kuten nettiarpojen ja kolikkopelien pelaamista. Kuten rahansiirtoraja myös tappioraja asetetaan sekä vuorokaudelle, että kuukaudelle.

Veikkauksen verkkosivuilla asiakas voi asettaa itselleen pelieston koskemaan tiettyä peliä tai peliryhmää, kuten kolikkopelejä. Pelitillä pelaaminen estetään asiakkaan määrittämäksi ajaksi, kuitenkin enintään vuodeksi. Pelisivulla kaiken pelaamisen voi kuitenkin estää vain vuorokaudeksi Estä pelaaminen-pikapainikkeella. Pelieston voi asettaa myös soittamalla asiakaspalveluun, sähköpostitse tai chat-palvelun kautta. Myös fyysisen pelaamisen peliautomaateilla tai pelisaleilla ja kasinoilla voidaan estää maksimissaan vuodeksi joko henkilökunnan tai Veikkauksen verkkosivujen kautta. (Veikkaus 2022a.)

Veikkauksella on käytössä nettipelaamisessa myös aikamuistuttaja, joka kertoo palvelussa vietetyn ajan tunnin välein. Aikaa voi myös itse muuttaa tiheämmäksi omasta profiilista. Pelaamista pyritään hallitsemaan myös estämällä rahan siirtämisen pelitilille klo 00–06 välisenä aikana. Pelitilien yhteenveto-kohdasta asiakas näkee tunnistautumalla pelihistoriansa, kuten pelatut pelit sekä voitot ja häviöt viimeisen vuoden ajalta. Pelitestin avulla käyttäjä taas voi testata millainen pelaaja hän on. Testissä vastataan 16 kysymykseen, jossa pyritään tunnistamaan riskipelaamisen varhaiset tunnusmerkit. Testin tekemisen jälkeen käyttäjä saa palautetta tuloksiin perustuen. Mikäli testi viittaa

peliongelmaan, kehottaa testin tulos pitämään taukoa pelaamisesta. Testin alla näkyy myös peluurin yhteystiedot. (Veikkaus 2022a.)

Veikkauksen peleihin tehdään vastuullisuusarviointi ennen pelin julkaisemista.

Vastuullisuusarviointi tehdään Veikkauksen oman työkalun avulla.

Veikkauksella riskitaso on määritetty korkeaksi muun muassa peliautomaattien, kasino- ja pöytäpelien kohdalla ja matalaksi lotto- ja arvontapeleissä.

Veikkauksen tarjoaa apua myös Peluurin kautta, joka on palveluntarjoaja pelaajille, pelaajien läheisille sekä työssään pelihaittoja kohtaaville ihmisille.

Apua peluurista voi hakea puhelimitse sekä chatin kautta. (Veikkaus 2022a.)

Veikkauksen verkkosivuilla tiedotetaan paljon yritys vastuusta, eettisyydestä ja ekologisuudesta. Yhtiöllä arvoihin kuuluu myös vastuullinen markkinointi, jonka tarkoituksena on antaa realistinen kuva pelaamisesta korostamatta liiallisesti tai perusteettomasti voittojen mahdollisuuksia. Veikkauksen markkinointiviestinnän konseptit läpikäyvät vastuullisuusarvioinnin ennen virallisten markkinointimateriaalien julkaisemista. Veikkaus ei myöskään saa kohdistaa rahapelaamisen markkinointia alaikäisille. Vastuullisuusperiaatteet ohjaavat Veikkauksen markkinointiviestintää. Vastuullisuusperiaatteiden mukaan Veikkaus Oy:n markkinointiviestinnän tavoitteena on ohjata jo pelaavia asiakkaita vastuulliseen ja valvottuun ympäristöön. (Veikkaus 2020.)

3.3 Riippuvuus

Rahapelaamista ollaan aikaisemmin verrattu muihin viihteiden muotoihin, kuten elokuvissa tai urheilupeleissä käymiseen, ja kasinoiden voiton tavoittelua ollaan oikeutettu kuluttajien valmiudella maksaa viihteestä. Kasinopelien pelaaminen on kuitenkin huomattavan erilaista muuhun viihteeseen nähden. Vaikka pelaaminen on suurimmalle osalle ajanviihdettä, voi se helposti johtaa addiktioon. Pelaamisella tuettu toiminta ja sen tuomat edut peittyvät myös kasinotoiminnasta seuraamien haittojen alle. (Silvonon & Meriläinen 2016, 52.)

Rahapeliongelmaksi katsotaan pakonomainen pelaaminen ja pelaamisen priorisoiminen muun edelle. Rahapeliongelmaan liittyy myös heikentynyt pelaamisen hallinta, jolloin pelaaminen jatkuu huolimatta sen vahingollisista seurauksista sosiaalisille suhteille, taloudelle sekä työelämälle. Kasinoiden ja uhkapelaamisesta seuraavia haittoja voi olla muun muassa varallisuuden menettäminen, tuottavuuden ja motivaation laskeminen sekä stressi, masennus ja fyysiset oireet. Nämä voivat johtaa esimerkiksi työpaikan tai ihmissuhteiden menettämiseen sekä velkaantumiseen. Uhkapelaamisella on usein myös negatiivisia vaikutuksia muihin ihmisiin. (Salonen & Lind & Hagfors & Castrén & Kontto 2020, 28.)

Patologinen uhkapelaaminen, jota voidaan kutsua myös pelihäiriöksi tai rahapeliongelmaksi on riippuvuus, joka ei ole aineellisesta käytöstä johtuvaa. Vaikka uhkapelaaminen on aineeton riippuvuus, sillä on yhtäläisyyksiä aineellisten riippuvuuksien kanssa. Molemmat riippuvuudet tarjoavat positiivista vahvistumista etenkin riippuvuuden alkuaikoina. Pakonomaiset ja negatiiviset vahvistukset ilmenevät usein myöhemmin. Negatiivisessa vahvistuksessa ihminen saa helpotuksen tunteen teon jälkeen ja positiivisessa vahvistuksessa voimaantuminen koetaan usein teon aikana. Molemmissa häiriöissä korostuu myös palkkion ennakointi. (Mann, & Fauth-Bühler & Higuchi & Potenza, & Saunders 2016.)

Rahapelaamista Suomessa seurataan ja arvioidaan väestötutkimuksella neljän vuoden välein. Terveystieteiden tutkimuskeskuksen 2019 vuoden väestötutkimuksen mukaan Suomessa on 112 000 henkilöä, joilla on pelaamisen kanssa ongelmia (Varpula 2020.) Rahapeliongelmaisten osuus rahapelien kulutuksessa on huomattavan suuri. Rahapeliongelman omaavia henkilöitä pelikulutuksesta vuonna 2019 oli jopa 35% ja eniten rahaa kuluttavien pelaajien osuudesta 62% rahasta tuli henkilöiltä, joilla on rahapeliongelma ja 14% riskitasolla pelaavilta henkilöiltä. Vain 24% rahapeliin käytetystä rahasta tuli henkilöiltä, joilla ei ole ongelmaa pelaamisen kanssa. 2019 vuoden väestötutkimukseen vastanneista 6,2% eli 231 000 henkilöä vastasi

pelanneensa vähintään yhtä Veikkaus Oy:n monopolin ulkopuolista nettikasinopeliä. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2020, 6.)

4 Toteutus

4.1 Menetelmät

Selvityksen tiedonkeruussa on hyödynnetty kvalitatiivista menetelmää. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa menetelmässä käytetään usein sanoja, kuten puhetta tai kirjoitusta datana, kun taas kvantitatiivisessa eli määrällisessä menetelmässä hyödynnetään numeroita (Merriam & Tisdell 2019, luku 3). Kvalitatiivinen menetelmä pyrkii ymmärtämään ja selittämään tutkittavan kohteen laadullisia ominaisuuksia. Kvantitatiivinen menetelmä puolestaan kuvaa tutkittavaa kohdetta pääasiallisesti numeroiden ja tilastojen kautta. Se myös etsii syy-seuraussuhteita saaduista tuloksista. (Vuori 2022.)

Opinnäytetyössä aineisto on kerätty hyödyntäen netnografista menetelmää. Netnografinen menetelmä on sosiaalisen median, verkko-yhteisöjen, ja internet-kulttuurien laadullinen tutkimusmenetelmä (Costello ym. 2017, 1). Netnografisessa tutkimusmenetelmässä hyödynnetään etnografista tutkimustekniikkaa, mutta se on mukautettu tutkimaan online -yhteisöä. Perinteinen etnografinen tutkimusmenetelmä on tutkimusprosessi, jonka tarkoituksena on tarkastella ihmisten toimintaa osana tiettyä yhteisöä tai ryhmää. (KvaliMOTV 2022.) Netnografisessa menetelmässä hyödynnetään tekstillisen datan lisäksi kuvia, videoita ja ääniä. Netnografia tutkimusmenetelmänä mahdollistaa tietojen keräämisen herättämättä tutkittavien kohteiden huomiota, joka mahdollistaa luonnollisen käyttäytymisen tutkimisen. (Castello ym. 2017, 9.)

Netnografisen tutkimusmenetelmän avulla kerättiin aineistoa selvityksessä seurattujen vaikuttajien sosiaalisen median julkaisuista. Selvityksessä pyrittiin kartoittamaan vaikuttajien nettikasinoihin liittyvää toimintaa Instagramissa ja Snapchatissa. Selvityksessä pyrittiin kartoittamaan nettikasinoista kertovien

julkaisujen sisältöä sekä niihin mahdollisesti liittyviä vastuullisuustekijöitä. Julkaisujen tallentamisella pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja aineisto analysoitavaksi. Laadullisella menetelmällä pyrittiin ymmärtämään ja kartoittamaan nettikasinoihin liittyvän sisällön ominaispiirteitä. Määrällinen ja laadullinen menetelmä eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan niitä hyödynnetään usein samassa selvityksessä (Alasuutari 2011, 32). Tässä opinnäytetyössä määrälliset elementit tukevat laadullista menetelmää.

Kaikkia selvityksessä seurattujen henkilöiden julkaisuja tarkasteltiin valituissa kanavissa neljän kuukauden ajan. Vaikka kaikkia vaikuttajia seurattiin tasan 16:sta viikon ajan, vaihtelivat seuratut ajanjaksot. Tämä johtui siitä, että tieto osan selvityksestä seurattujen vaikuttajien toteuttamasta nettikasinoiden markkinoinnista tuli ilmi vasta tiedonkeruun aikana. Luotettavuuden lisäämiseksi kaikkia vaikuttajia haluttiin kuitenkin seurata neljän kuukauden ajalta.

Tarkasteltuina ajanjaksoina Instagramissa sekä Snapchatissä olevia julkaisuja tarkkailtiin päivittäin, sillä kasinoita markkinoidaan usein vain 24 tuntia kestävässä tarina-ominaisuudessa sekä Instagramissa, että Snapchatissä (Varpula 2020). Julkaisut tallennettiin, mikäli niiden sisältö koski nettikasinoiden markkinointia. Julkaisuiden tallentaminen tapahtui pääasiassa näyttötallennuksen eli ruudunkaappausvideoiden avulla. Näin tarinat saatiin tallennettua kokonaisuudessa ja niihin voitiin palata selvityksen myöhemmissä vaiheissa. Kuva- ja videoaineisto tallennettiin älypuhelimelle sekä pilvipalveluun. Näin pystyttiin varmistamaan aineistoon säilyminen sekä se, että aineistoon pääsee käsiksi usealta laitteelta. Tarinan tallentamisen jälkeen videon tai kuvan sisältö purettiin saman päivän aikana Excel-taulukkoon. Aineisto on muutettu videomuodosta tekstimuotoon, jolloin voidaan puhua aineiston litteroinnista (Vilkkä 2021, luku 5).

Kvalitatiivinen menetelmä tuottaa usein huomattavasti dataa aineiston keräämisen aikana. Kerätyn aineiston laajuuden vuoksi usein yksi ensimmäisistä vaiheista kvalitatiivista aineistoa analysoitaessa on aineiston valmisteleminen. Usein tämä tarkoittaa ääni- ja videonauhoitteiden keräämisen

yhteen paikkaan sekä muistiinpanojen muuntamisen sähköiseen muotoon. (Lester & Cho & Lochmiller 2020.) Laadullisella menetelmällä kerätty aineisto analysoidaan usein kokonaisuutena. Näin voidaan saada tietoa yksittäisten julkaisujen sisällön laajemmasta kokonaisuudesta. Analyysi koostuu siis kerätyn aineiston pelkistämisestä sekä aineiston tulkitsemisesta. (Alasuutari 2011, 38–40.) Kvalitatiivinen analyysi pyrkii kategorisoimaan kerättyä dataa sekä havainnollistamaan tätä tuloksia esiteltäessä. Kerätty data jaotellaan pienempiin kategorioihin, joita voidaan kuvata erilaisilla tunnisteilla. (Järvinen & Mik-Meyer 2020, 7.)

Selvityksessä aineiston valmisteleminen piti sisällään Excel-tiedoston luomisen sekä videomateriaalin siirtämisen pilvipalveluun. Excel-tiedostoon kirjattu aineisto on jäsennetty ensisijaisesti vaikuttajan mukaan. Jokaisen vaikuttajan nimen alla näkyy kaikki tämän julkaisut päivämäärän mukaan vanhimmasta uusimpaan. Päivämäärän vieressä on merkittynä missä kanavassa nettikasinoihin liittyvä sisältö on julkaistu. Kanavan oikealle puolelle on merkitty itse julkaisun sisältö. Seuraavaan sarakkeeseen on merkitty, onko julkaisussa mainittu kaupallinen yhteistyö. Viimeisessä käytetyssä sarakkeessa taulukkoon merkittiin julkaisuissa mainitut vastuullisuustekijät, kuten uhkapelaamisen ikäraja. Selvityksessä tallennettiin myös muut vastuullisuuteen liittyvät tekijät, kuten maininnat vastuullisesta pelaamisesta, pelaamisen rajoittamisesta.

Tulosten analysoinnissa ollaan kiinnitetty huomiota myös määrällisiin elementteihin, kuten julkaisujen määrään sekä tietyn teeman yleisyyteen koko aineistosta. Jotta tiettyjen teemojen yleisyyttä voitiin analysoida, laskettiin Excel-tiedostossa haluttuun teemaan kuuluvat julkaisut vaikuttaja kohtaisesti. Lisäksi julkaisujen määrää ja toistuvuutta tarkasteltaessa laskettiin julkaisujen määrä vaikuttaja kohtaisesti. Selvityksen tuloksia havainnollistetaan Excel-ohjelmalla tehdyillä kaavioilla.

Havainnot opinnäytetyössä rajattiin koskemaan opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ja tutkimusongelmaa. Näin kerätystä aineistosta kirjattiin ylös opinnäytetyön kannalta olennainen informaatio. Selvityksessä aineistoa

pelkistetään kategorisoimalla kerätty data tutkimuskysymysten mukaan. Kategorioiksi muodostuivat: nettikasinoiden tarjoukset, vaikuttajien pelaaminen sekä vastuullisuustekijät. Koska aineisto haluttiin analysoida kokonaisuutena, aloitettiin aineiston analysoiminen vasta, kun kaikkia vaikuttajia oltiin seurattu 16:sta viikon ajan. Aineiston luokittelun jälkeen aineistosta pyrittiin kartoittamaan julkaisuiden yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia sekä vastuullisuustekijöitä. Excel-taulukkoon merkittiin julkaisuiden sisällön teemat väritunnistein. Tarjoukset uusille asiakkaille merkittiin harmaalla, vaikuttajan oma pelaaminen sinisellä sekä muut nettikasinoihin ja uhkapelaamiseen liittyvä sisältö vaaleanoranssilla. Väritunnisteet helpottivat eri teemojen löytämistä laajasta aineistosta. Lisäksi tunnisteet helpottivat aineiston analysointia, sillä tiettyyn teemaan liittyvät julkaisut löytyivät aineistosta tietyllä väritunnisteella. Analysoinnissa keskityttiin erityisesti teemojen sisäisten yhtäläisyyksien ja eroavaisuuksien etsimiseen eri vaikuttajien julkaisuiden välillä. Yhtäläisyyksiä verrattiin ensin Excel-taulukkoon litteroidun datan avulla ja selvityksen kannalta merkittävien julkaisuiden analysoinnin kohdalla palattiin alkuperäiseen kuva- ja videoaineistoon. Näin saatiin yksityiskohtaisempaa tietoa julkaisuiden sisällöstä, sillä Excel-taulukkoon kirjattu tieto oli aineiston selkeyttämisen vuoksi pelkistetty. Selvitystä analysoitaessa verrataan tuloksia viitekehyksessä käsiteltyyn ammattikirjallisuuteen sekä muihin lähteisiin. Aineiston analysoinnin jälkeen julkaisuiden sisältöä havainnollistettiin kuvioiden avulla.

4.2 Vaikuttajien valinta

Aihe on rajattu tarkasteltavaksi sosiaalisen median kanaviin Instagramiin ja Snapchattiin, sillä vaikuttajat julkaisevat nettikasinoihin liittyvää sisältöä usein Instagram- ja Snapchat-tarinoissa (Pitkäranta & Tervo 2021). Selvityksessä seurataan Instagramissa Miss Helsingin, mallina sekä tositelevisiosta (Viidakon tähtöset) tunnettua Katrie Daleria sekä tositelevisio-ohjelmasta Temptation Island Suomesta julkisuuteen nousseita Jonna Paakkista, Mathinda Westerbergiä, Waldemar Kettusta sekä Emilia Ikosta. Seurattavaksi valikoituivat myös Instagramin sketsivideoista julkisuuteen noussut Lauri Kangas eli Lateksituppi sekä kilpailuohjelma Big Brotherista julkisuuteen noussut Joni

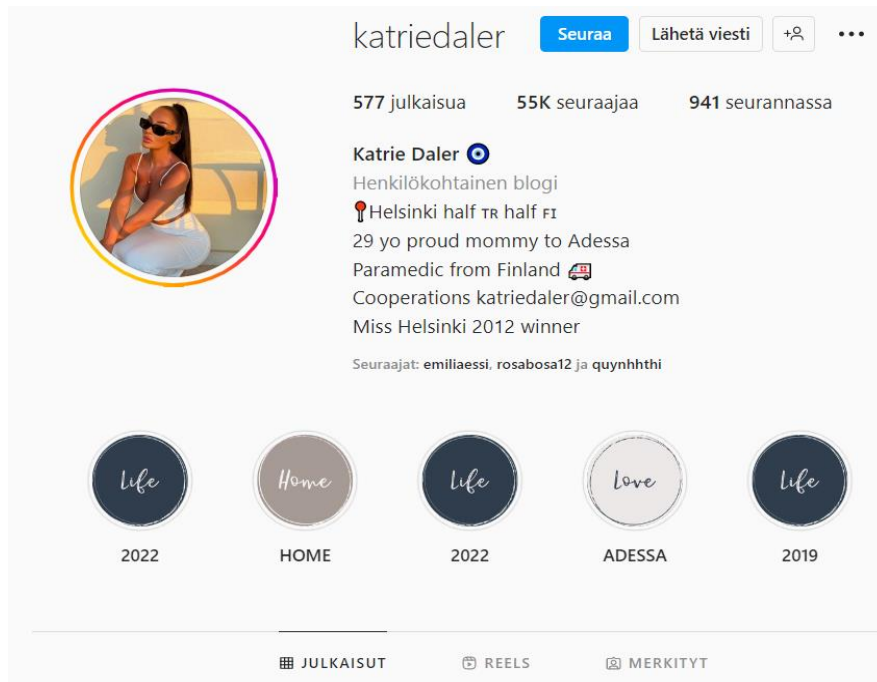
Hesselgren. Lateksituppin ja Hesselgrenin julkaisuja selvityksessä seurataan Snapchatissa.

Selvitykseen kaikki tositelevisio-ohjelmasta, Temptation Island Suomesta julkisuuteen nousseet henkilöt valikoituivat Pitkärannan ja Tervon vuoden 2021 artikkelin ”Kaksi suomalaista pyörittää tosi-tv-tähtien kanssa järjestelmällistä laitonta rahapelikampanjaa” perusteella, jossa mainittiin kyseisten henkilöiden julkaisseen nettikasinoihin liittyvää sisältöä.

Katrie Daler, Joni Hesselgren ja Lateksituppi valikoituivat seurattavaksi Snapchatin tarinaan julkaisemani kysymyksen perusteella, jossa tiedusteltiin, ovatko tuntemani henkilöt huomanneet julkisuuden henkilöiden julkaisevan nettikasinoihin liittyvää sisältöä sosiaaliseen mediaan. Kysymys oli näkyvillä 24 tuntia ystäväilleni. Ystäviäni Snapchatissa on henkilöt, jotka ovat lisänneet minut ystäväksi ja jonka lisäämispyynnön olen hyväksynyt (Mansoor 2022b). Vastauksia kysymykseen tuli useita, joissa mainittiin myös edellä mainitut tositelevisiosta julkisuuteen nousseet henkilöt. Eniten vastauksia tuli Lateksitupista sekä Temptation Island Suomesta julkisuuteen nousseista henkilöistä. Seurattavaksi valikoituivat edellä mainitut sosiaalisen median kanavat, sillä näissä ollaan nähty kyseisten vaikuttajien julkaisevan uhkapelaamiseen liittyvää sisältöä.

4.3 Vaikuttajat

Miss Helsinginä tunnettu Katrie Daler julkaisee päivittäin Instagram-tililleen sisältöä. Sisältöön kuuluu kuvia ja videoita Dalerista ja tämän elämästä. Daler julkaisee sisältöä Instagram-tarinaa sekä julkaisuihin, jotka näkyvät tämän profiilissa. Dalerilla oli 7.10.2022 Instagramissa 55,1 tuhatta seuraajaa. (Daler 2022a). Dalerilla on myös oma verkkosivu, johon tämä julkaisee yksinomaan tietoa kasinoista ja näiden parhaista tarjouksista. (www.katriedaler.com.) 29-vuotiasta Katrie Daleria on selvityksessä seurattu aikavälillä 15.3–15.7.2022. Katrie Dalerin nettikasinoita mainostavaa verkkosivua ei löytynyt enää 7.10.2022.



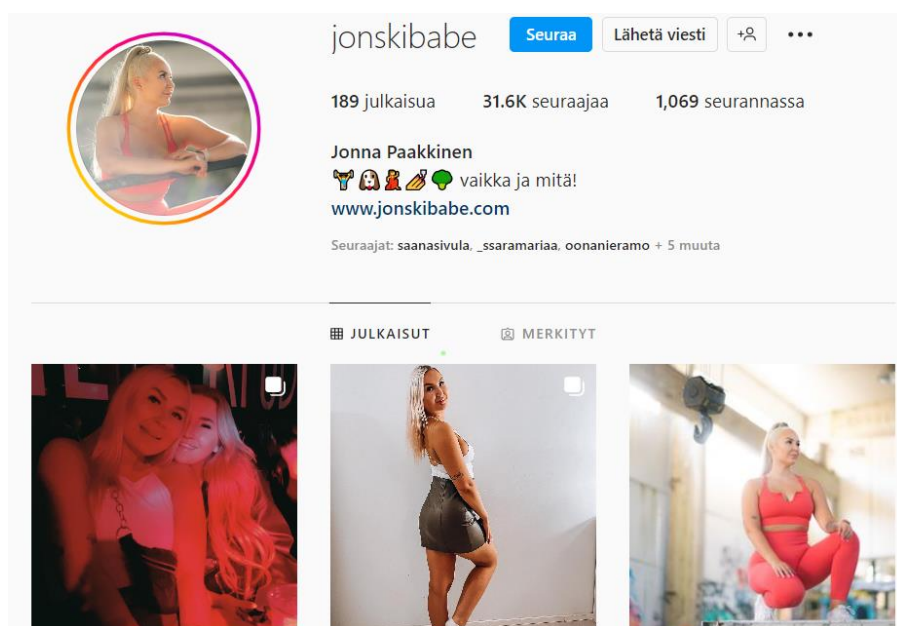
Kuva 2. Kuvakaappaus Dalerin Instagram-profiilista (Daler 2022a).

Kuvassa 2 nähdään kuvakaappaus Dalerin Instagram-profiilista. Dalerin kuvasta klikkaamalla päästään katsomaan tämän julkaisemia Instagram-tarinoita. Profiilikuvan alla olevista palloista näkyy Dalerin tallentamat tarinoiden kohokohdat. Julkaisuissa näkyy Dalerin julkaisema sisältö, kelassa tämän julkaisemat videot sekä merkittyjen julkaisujen kohdalla muiden henkilöiden julkaisut, johon Daler on merkitty. (Daler 2022a.)

24-vuotias Jonna Paakkinen on Temptation Islandin kahdeksannelta tuotantokaudelta noussut julkisuuteen. Tällä hetkellä Paakkinen julkaisee paljon sisältöä sosiaalisen median kanaviin, kuten Instagramiin. Tämän lisäksi hänellä on oma podcast ”Mitä nyt taas” Spotifyssa, jossa Paakkinen ja hänen juontajaparinsa keskustelevat erilaisista aiheista. Spotify on verkossa digitaalinen palvelu, joka tarjoaa käyttäjilleen musiikki-, video- ja podcastpalveluita (Spotify 2022).

Instagramissa Paakkinen, käyttäjänimellä @Jonskibabe julkaisee paljon kuntosalilla käymiseen liittyvää materiaalia sekä kaupallisia yhteistöitä. Kaupallisia yhteistöitä Jonna on julkaissut muun muassa urheiluvaatemerkin I

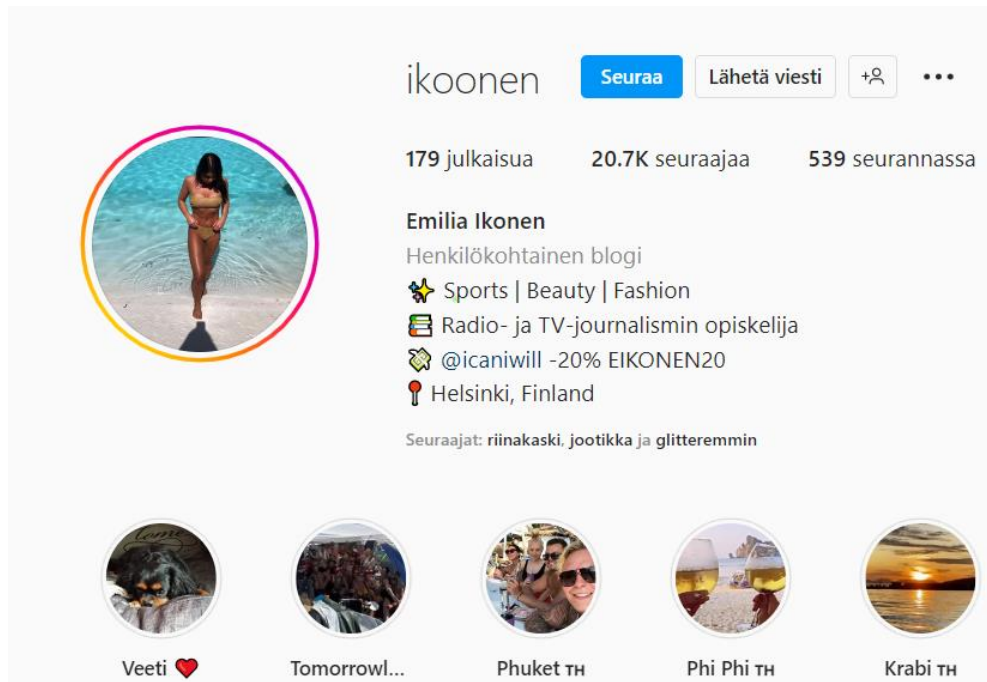
Can I Willin sekä aikuisviihdekaupan Sexshopin kanssa. Instagramin biossa eli lyhyessä esittelyssä Paakkisella on myös linkki tämän verkkosivulle (www.jonskibabe.com), jossa löytyy listattuna hänen markkinoimansa kasinotarjoukset ja kampanjat. Tämän sivuston sisältö keskittyy yksinomaan kasinoiden markkinoimiseen. Paakkisella oli 7.10.2022 Instagramissa 31,7 tuhatta seuraajaa. (Paakkinen 2022a). Jonna Paakkista on selvityksessä seurattu aikavälillä 22.3–22.7.2022.



Kuva 3. Kuvakaappaus Paakkisen Instagram-profiilista (Paakkinen 2022a).

Emilia Ikonen on Temptaion Island Suomen seitsemänneltä kaudelta julkisuuteen noussut henkilö. Hän julkaisee Instagramiinsa käyttäjänimellä @ikoonen sisältöä matkustamisesta, kauneudesta, muodista sekä jokapäiväisestä elämästään. Ikonen tekee useita yhteistöitä muun muassa I Can I Willin, verkkovaatekaupan Junkyardin sekä kosmetiikka sivustoin Goodieboxin kanssa.

Myös Ikosella on verkkosivu (www.emiliaikonen.com), johon tämä julkaisee mainostamansa nettikasinoiden kampanjat. Seuraajia 27-vuotiaalla Ikosella oli 7.10.2022 Instagramissa 20,7 tuhatta. (Ikonen 2022a). Emilia Ikosta on selvityksessä seurattu aikavälillä 21.3–21.7.2022.



Kuva 4. Kuvakaappaus Ikonen Instagram-profiilista (Ikonen 2022a).

Kuvasta 4 nähdään Ikonen tallentaneen kohokohtiin sisältöä tämän lemmikistä sekä useasta matkakohteesta. Biossa Ikosella nähdään hänen kiinnostuksenkohteensa sekä kaupallinen yhteistyö I Can I Willin kanssa, jossa seuraajat saavat 20% alennuksen Ikonen alennuskoodia käyttäessään.

Waldemar ”Wallu” Kettunen on Temptation Island Suomen seitsemänneltä kaudelta julkisuuden noussut henkilö. Hän oli edellä mainitun Emilia Ikonen kumppani Temptation Islandissa. 26-vuotiaalla Kettusella oli 7.10.2022 Instagram-tilillään @waldemvr 11,2 tuhatta seuraajaa. (Kettunen 2022a.) Hänellä on myös kasinoita mainostava verkkosivu (www.wallunpelit.com), johon hän julkaisee erilaisia nettikasinoihin liittyviä kampanjoita. Kettusta on selvityksessä seurattu aikavälillä 2.4–2.8.2022.

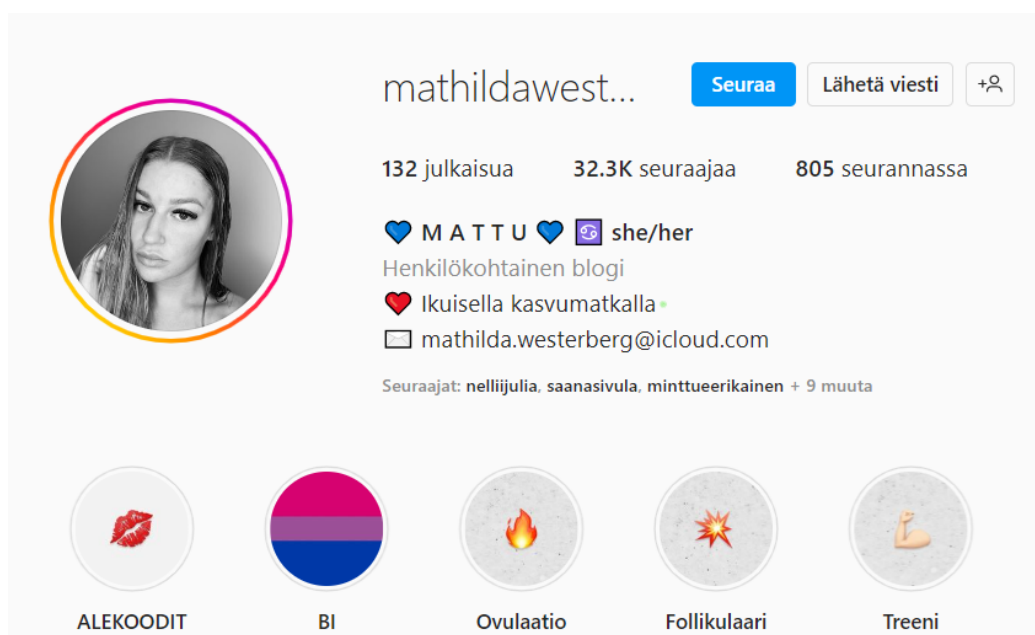


Kuva 5. Kuvakaappaus Kettusen Instagram-profiilista (Kettunen 2022a).

Kuvassa 5 nähdään Kettusen Instagram-profiili, johon tämä on tallentanut kohokohtia muun muassa matkailusta. Biossa Kettusella nähdään tämän olevan julkisuuden henkilö. Kuvassa näkyy myös Kettusen tekemä kaupallinen yhteistyö Cleopatra Ink Helsingin kanssa niin bio tekstissä kuin kohokohtaan ”Tattoo” kuvassa. Cleopatra Ink Helsinki on Helsingissä sijaitseva tatuointiliike. (Cleopatra Ink 2022).

24-vuotias Mathilda ”Mattu” Westerberg on Temptation Island Suomen seitsemänneltä kaudelta julkisuuteen nousut henkilö. Westerberg on ollut myös Ylen Sinkut Paljaana televisio-ohjelmassa. Westerbergillä oli 7.10.2022 Instagramissa 32,95 tuhatta seuraajaa. (Westerberg 2022a).

Instagramiin Westerberg julkaisee sisältöä jokapäiväisestä elämästään. Tämän lisäksi hän on julkaissut kaupallista sisältöä muun muassa puhelinkuorista tunnetun Ideal of Swedenin sekä aikuisviihdekaupan Sexshopin kanssa. Westerbergillä on Instagramin lisäksi verkkosivusto, joka omistettu nettikasinoiden uusille tarjouksille (www.mattunsuosikit.com). Mathilda Westerbergiä on selvityksessä seurattu aikavälillä 23.3–23.7.2022.



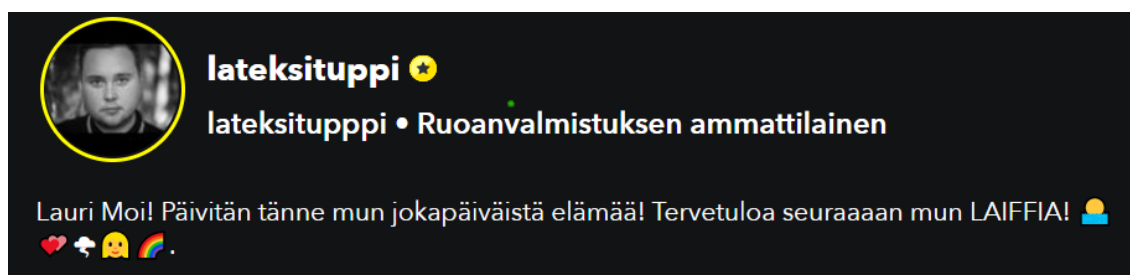
Kuva 6. Kuvakaappaus Westerbergin Instagram-profiilista (Westerberg 2022a).

Kuvassa 6 nähdään Westerbergin Instagram-profiili. Profiilista nähdään Westerbergin tallentamat kohokohtat sekä tämän bio teksti, profiilikuva ja seuraajamäärä. Westerberg on tehnyt useita kaupallisia yhteistöitä, jotka hän on laittanut ”ALEKOODIT” kohokohtaan. Tähän hän ei kuitenkaan selvityksen aikana tallentanut markkinoimiaan nettikasinoiden tarjouksia.

Lauri Kangas esiintyy sosiaalisen median kanavissa Lateksituppina, ja tällä nimellä häneen tullaan selvityksessä viittaamaan. Lateksituppi julkaisee paljon sisältöä Snapchattiin, jossa hän kertoo elämästään videoblogi-tyylisesti. Snapchatissa Kangaksen seuraajamäärää on vaikea arvioida, sillä hänen profiilissaan tietoa ei ole julkisesti esillä. Instagramissa tällä kuitenkin on 7.10.2022, 64,4 tuhatta seuraajaa. Instagramia ei kuitenkaan otettu selvitykseen mukaan, sillä Kangaksella vuosina 2021–2022 ollut tällä kanavalla vain kaksi julkaisua. (Kangas 2022a.)

Instagramin ja Snapchatin lisäksi Lateksitupilla on Twitch profiili, jossa tämä julkaisee lähinnä nettikasinoiden slottipeleihin liittyvää sisältöä. Lateksitupilla oli 7.10.2022 Twitchissä 13,3 tuhatta seuraajaa. (Kangas 2022c.) Twitch on vuonna 2011 perustettu reaaliaikainen suoratoistopalvelu, joka keskittyy

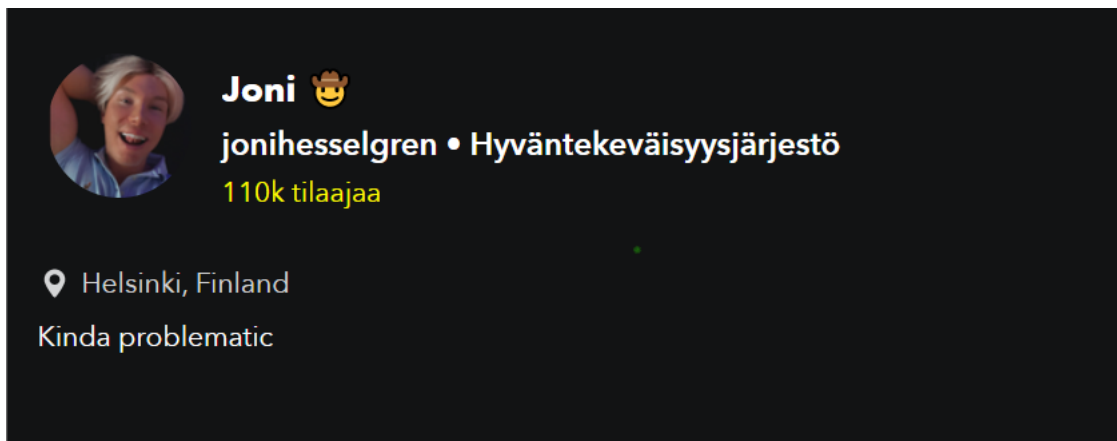
tietokonepeleihin ja viihteeseen (Varpula 2020). Kangaksella on verkkosivusto (www.lateksituppi.com), jonne tämä listaa markkinoimiaan kasinoita. Lateksituppi on selvityksessä seurattu aikavälillä 26.02–26.6.2022 Snapchatissa.



Kuva 7. Kuvakaappaus Lateksitupin Snapchat-profiilista (Kangas 2022d).

Kuvasta 7 nähdään Lateksitupin Snapchat-profiili. Profiilissa Lateksituppi kertoo päivittävänsä materiaalia jokapäiväisestä elämästään Snapchattiin. Tämän lisäksi kuvasta nähdään käyttäjänimen vieressä Lateksitupin kirjoittaneen hänen olevan ruoanvalmistuksen ammattilainen. Tämä viittaa Kangaksen julkaisemaan sisältöön, jonka on vahvasti ruoanlaittoon sekä ravintoloissa käymiseen painottuvaa. Vaikka Lateksitupin seuraajamäärää ei tämän profiilissa näy, viittaa käyttäjänimen oikealla puolella oleva viittaa suureen seuraajamäärään. Keltaisen tähden voi Snapchatissa saada, jos käyttäjän useat tarinat saavat yli 50,000 näyttökertaa (Haridas 2021).

26-vuotias Joni Hesselgren on vuoden 2014 Big Brotherista julkisuuteen noussut henkilö. Big Brother on kansainvälinen tositelevisio-ohjelma, jota esitettiin Somessa ensimmäisen kerran 2005 (Mattinen & Mäntymaa 2021). Hesselgren on tunnettu myös tubettajana sekä sometähtenä eli sosiaalisen median julkisuuden henkilönä. Hesselgren julkaisee paljon sisältöä elämästään niin Instagramiin kuin Snapchattiin. Hesselgrenin Snapchat-tilillä on 110 tuhatta seuraajaa (Hesselgren 2022c). Instagramissa hänellä on 15,8 tuhatta seuraajaa (Hesselgren 2022a). Hesselgrenillä on myös oma verkkosivu (jonihesselgren.com), johon hän julkaisee säännöllisesti kasinotarjouksia. Hesselgrenin Snapchat-julkaisuja selvityksessä on seurattu aikavälillä 15.3.2022-15.7.2022.



Kuva 8. Kuvakaappaus Hesselgrenin Snapchat-profiilista (Hesselgren 2022c).

Kuvassa 8 Nähdään kuvakaappaus Hesselgrenin Snapchat-profiilista, jossa näkyy tämän seuraajamäärä. Snapchat-tarinan julkaisun jälkeen tarina näkyy profiilikuvaa klikatessa samoin kuin Instagramissa. Toisin kuin Instagramissa Snapchattiin tulleen muutoksen jälkeen julkisuuden henkilöiden tarinat eivät näy muiden tarinoiden kohdalla vaan ”tilaukset”-kohdassa näiden alapuolella. Hesselgrenin Snapchat-profilissa on maininta hyväntekeväisyysjärjestöstä kohdassa, jossa vaikuttajat usein kertovat ammatistaan tai kinnostuksen kohteistaan. Perusteluja Hesselgrenin mainitsemalle hyväntekeväisyysjärjestölle ei löytynyt.

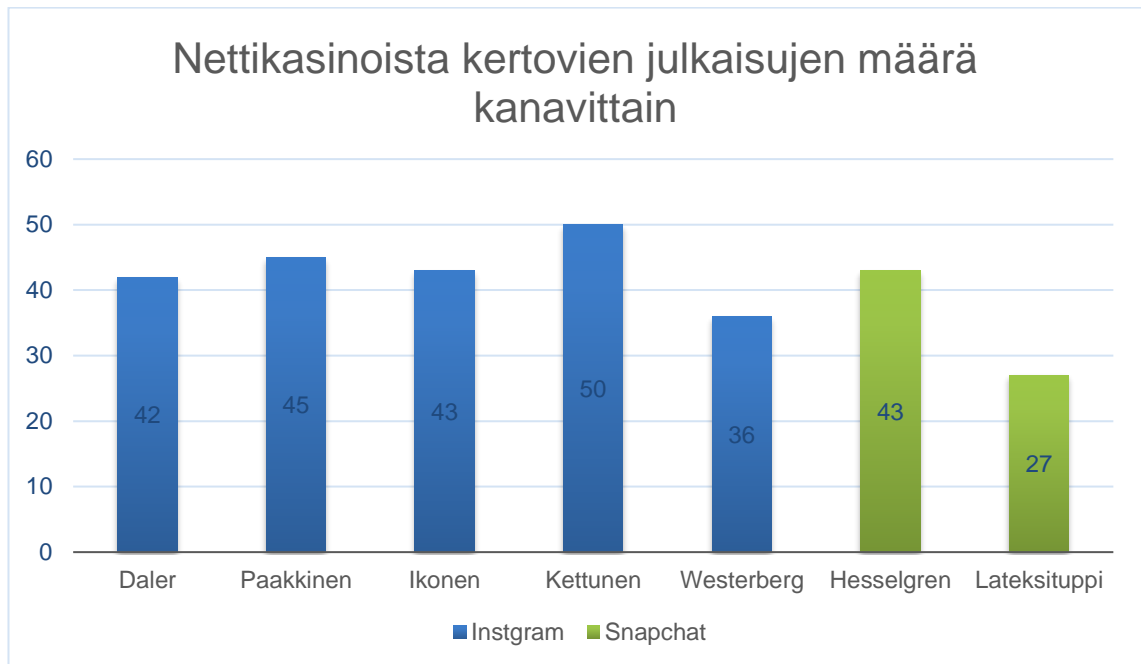
5 Tulokset

5.1 Julkaisut

Selvityksessä kerättiin informaatiota neljän kuukauden ajalta seitsemän eri, vaikuttajan sosiaalisesta mediasta, kolmesta eri sosiaalisen median kanavasta. Tämän ajanjakson aikana aineistoa kerääntyi yhteensä 286:sta eri julkaisusta.

Suurinosa vaikuttajien julkaisemasta nettikasinoihin liittyvästä sisällöstä oli videomuodossa. Instagram ja Snapchat-tarinoissa videot saattoivat kestää

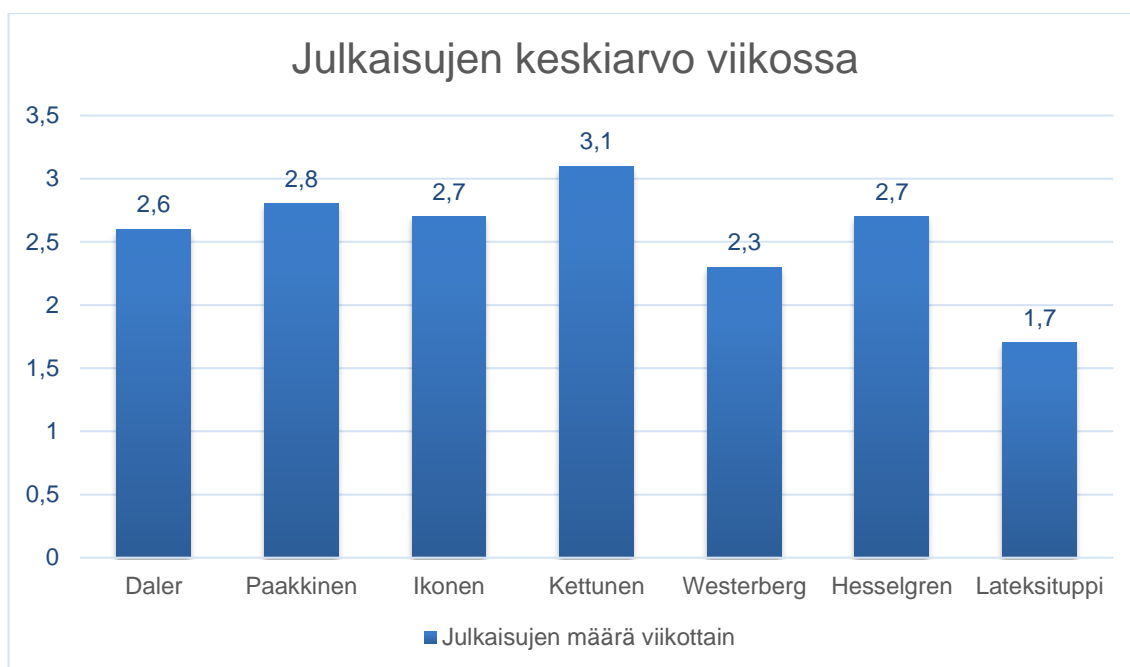
10:stä sekunnista kolmeen minuuttiin. Usein vaikuttajat lisäsivät videoiden jälkeen tarinoissaan myös kuvia kasinotarjouksista.



Kuvio 5. Nettikasinoista kertovien julkaisujen määrä kanavittain.

Kuvio 6. kertoo nettikasinoista kertovien julkaisujen määrästä selvityksessä seuratun ajanjakson aikana kanavakohtaisesti. Siniset palkit kuvaavat Instagramissa tehtyjen julkaisujen määrää ja vihreä Snapchatissa tehtyjen julkaisujen määrää.

Kuvasta voimme todeta Waldemar Kettusen tuottaneen eniten nettikasinoihin liittyvää sisältöä viimeisen neljän kuukauden aikana. Lateksitupilla nettikasinoihin liittyvien julkaisujen määrä oli alhaisin. Muilla vaikuttajilla julkaisujen määrissä ei ollut suuria eroja.



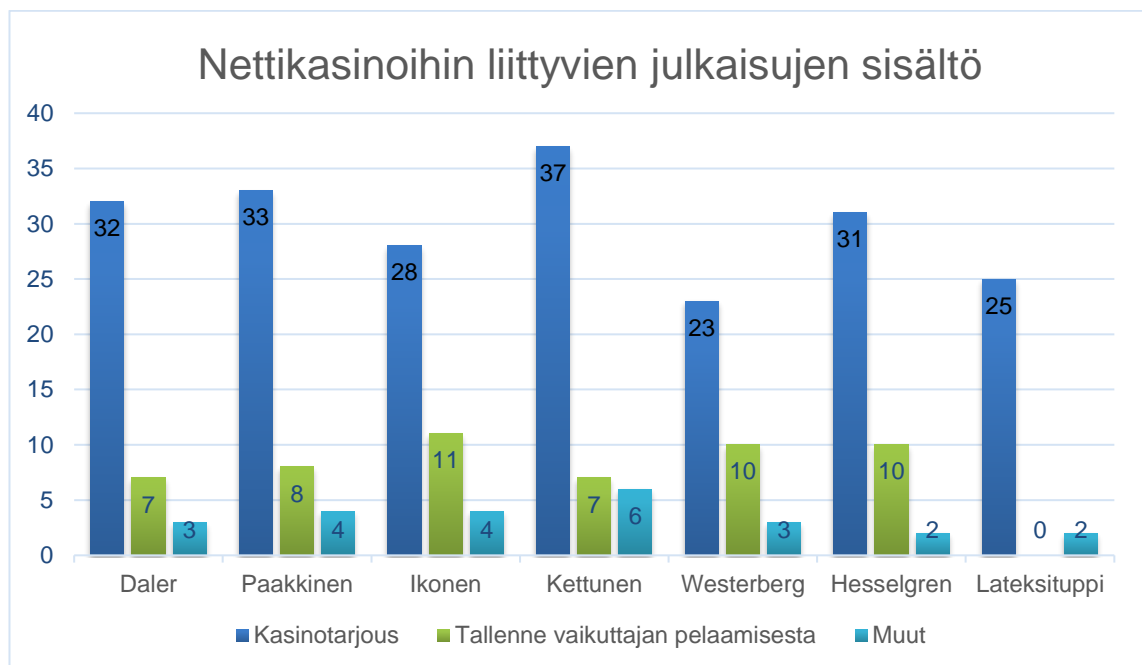
Kuvio 6. Julkaisujen keskiarvo viikossa

Kuviosta 6 nähdään Waldemar Kettusen julkaisseensa eniten nettikasinoihin liittyvää sisältöä viikossa neljän kuukauden aikana. Julkaisujen määrä on laskettu päivinä, sillä lähes kaikki vaikuttajat julkaisivat Instagramissa tai Snapchatissa useamman nettikasinoihin liittyvän tarinan kerralla. Julkaisusta puhuttaessa voidaan myös tarkoittaa useaa tarinaa, jotka ovat kuitenkin julkaistu tiheällä aikavälillä saman päivän aikana. Tarinat olivat lähes aina jatkoa edelliselle, jonka vuoksi julkaisu rajattiin koskemaan kaikkia nettikasinoihin liittyviä mainintoja yhdessä tarinassa. Alhaisin keskiarvo julkaisujen määrässä oli Lateksitupilla, joka julkaisi keskimäärin 1,7 uhkapelaamiseen liittyvää julkaisua viikossa. Kaikki selvityksessä seuratut vaikuttajat julkaisivat nettikasinoihin ja uhkapelaamiseen liittyvää sisältöä useita kertoja viikossa.

Julkaisujen määrä viikoittain antaa osittain vastauksen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen: ”Miten ja kuinka usein selvityksessä seuratut vaikuttajat julkaisevat uhkapelaamiseen liittyvää sisältöä”. Kaikki vaikuttajat mainostivat lähes viikoittain uutta kampanjaa. Tämän lisäksi he julkaisivat usein muistutuksen kampanjasta ja sen voimassaoloajasta.

5.2 Julkaisujen sisältö

Aineistossa esiintyi teemoina kaikkien vaikuttajien kohdalla nettikasinoiden kampanjat uusille asiakkaille, vaikuttajien oma pelaaminen, seuraajien ja vaikuttajien voittosummien esitteleminen sekä omien kokemusten ilmaiseminen. Instagram ja Snapchat-tarinoissa nettikasinoina markkinoidessaan vaikuttajat lisäsivät tarinaan linkin, joka vei vaikuttajan omille verkkosivuille. Näillä verkkosivuilla oli listattuna nettikasinoiden voimassaolevat tarjoukset. Jokaisen tarjouksen kohdalla oli linkki, joka vei käyttäjän markkinoidun nettikasinon verkkosivuille.



Kuvio 7. Nettikasinoihin liittyvien julkaisujen sisältö.

Kuten kuvioista 7 nähdään suuri osa kaikkien vaikuttajien nettikasinoihin liittyvistä julkaisuista koostui kasinotarjouksista. Kasinotarjousten lisäksi vaikuttajat julkaisivat sisältöä, jossa he itse pelasivat markkinoimillaan kasinoilla. Pelivideoissa vaikuttajat pelasivat nettikasinoiden slottipelejä. Kuviossa 8. tarkoitetut muut julkaisut kuvaavat ovat nettikasinoihin liittyviä julkaisuja, jotka eivät ole tarjouksia nettikasinoille, tai sisältöä vaikuttajien

pelaamisesta. Esimerkiksi kuvakaappaukset vaikuttajien seuraajien jakamista voittosummista kuuluvat tähän kategoriaan.

Kasinotarjoukset koostuivat eri nettikasinoiden kampanjoista, joita vaikuttajat markkinoivat sosiaalisessa mediassa. Kampanjoissa asiakas sai usein 100–250 ilmaiskierrosta rekisteröityessään ja tallettaessaan 20–25 euroa pelitililleen. Kampanjat olivat usein hyvin samanlaisia ja usein samoille nettikasinoille. Kampanjat olivat myös usein lähes identtisiä kaikkien selvityksessä seurattujen vaikuttajien välillä. Kaikki kampanjat oltiin tarkoitettu vain kasinoiden uusille asiakkaille. Tästä huolimatta yksi vaikuttajista antoi seuraajilleen ohjeita tämän kiertämiseen. Joni Hesselgren kertoi 5.4.2022 Snapchat-tarinassa, miten tämän voi kiertää käyttämällä uutta pankkikorttia tilin luomiseen.

Kuten kuvioista 8 nähdään lähes kaikki vaikuttajat jakoivat useaan otteeseen videoita, joissa he pelasivat itse markkinoimilliaan nettikasinoilla. Pelivideoissa vaikuttajat pelasivat eri nettikasinoiden slottipelejä ja kertoivat usein miksi pitävät pelaamistaan peleistä sekä kertoivat pelaamiensa pelien ominaisuuksista. Pelivideoihin liittyi usein myös pelissä ansaittujen voittosummien sekä lopullisten kotiutusten näyttämistä. Esimerkiksi Mathilda Westerberg kertoi 22.5.2022 Instagram-tarinassaan voittaneensa lempipelistään Aztec Gemsistä 2000 euroa. Katrie Daler jakoi 5.6.2022 kuvan, jossa tämä on kotiuttamassa 2117,40 euroa. Waldemar Kettunen on myös useaan otteeseen jakanut videoita voittosummistaan. Kettunen jakoi 7.5.2022 videon, jossa tämä on Buumi-kasinolla voittanut 1640 euroa. Hän myös kertoi 28.5.2022 Instagram-tarinassaan voittaneensa lempi kasinopelistään 2800 euroa. Myös muut selvityksessä seurattut vaikuttajat julkaisivat kuvia ja videoita voittosummistaan.



Kuva 9. Kuvakaappaukset Kettusen ja Dalerin Instagram-tarinoista (Kettunen 2022a; Daler 2022a).

Kuvassa 9 on esimerkki voittosummien näyttämisestä Instagram-tarinassa. Vasemman puoleinen osa kuvasta on 10.5.2022 Kettusen Instagram-tarinasta otettu kuvakaappaus ja oikeanpuoleinen osa kuvasta on Dalerin Instagram-tarinasta 5.6.2022 otettu kuvakaappaus. Omien voittosummien esittämisen lisäksi osa vaikuttajista kehotti seuraajiaan lähettämään kuvakaappauksia tarjoustensa kautta voitetuista summista. Vaikuttajat myös jakoivat seuraajiensa lähettämiä voittosummia omista tarinoistaan.

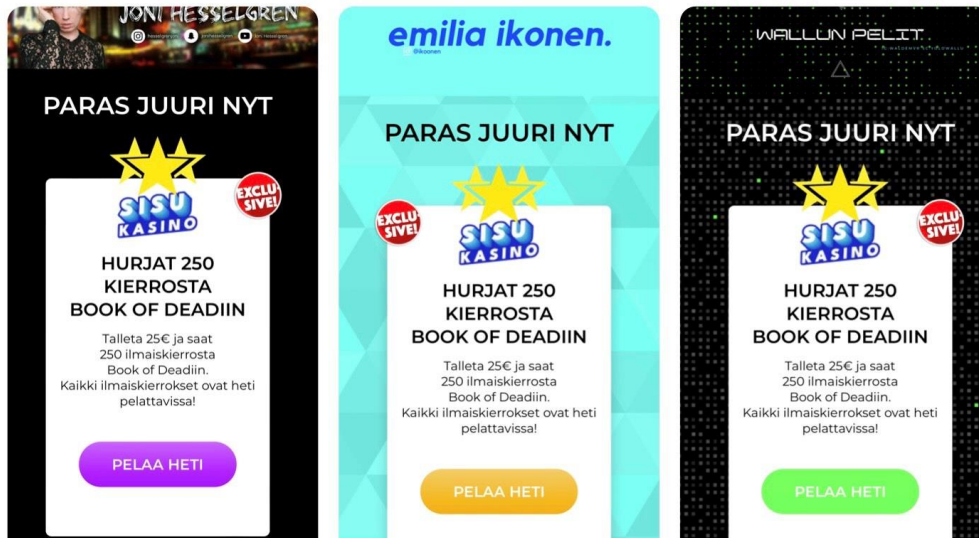


Kuva 10. Kuvakaappaus Kettusen ja Paakkisen Instagram-tarinoista (Kettunen 2022a; Paakkinen 2022a).

Kuva 10. sisältää kaksi esimerkkiä vaikuttajien jakamista sosiaalisista todisteista eli social proofista. Kuvassa sekä Kettusen, että Paakkisen seuraajat olivat voittaneet kyseisten vaikuttajien jakamia kampanjoita hyödyntäen.

Tämän lisäksi vaikuttajat korostivat tiettyjen pelin erinomaisia voittomahdollisuuksia. Mathilda Westerberg kertoo 18.6.2022 Instagram-tarinassaan Buumi kasinon Megaways pelissä olevan jopa 100 000 eri tapaa voittaa, jolloin voittomahdollisuudet ovat suuret. Katrie Daler, Joni Hesselgren ja Waldemar Kettunen julkaisivat myös Buumin Megaways peliä markkinoivat julkaisut, joissa kaikissa mainittiin pelissä olevan 100 000 eri tapaa voittaa. Julkaisut olivat lähes identtisiä ja kolme niistä oli julkaistu lähes samaan aikaan. Daler julkaisi tarinan 17.6.2022, kun taas Kettunen ja Westerberg julkaisivat tämän 18.6.2022. Hesselgren julkaisi tarinan puolitoista viikkoa edellä mainittuja vaikuttajia myöhemmin.

Daler on julkaissut useaan otteeseen samankaltaista sisältöä Instagram-tarinassaan. Eräässä julkaisussaan Daler pelaa Buumi kasinolla uhkapelejä ja kommentoi ”Rahantuloa ei voi estää tässä pelissä”. Kyseisessä videossa näkyy useiden satojen eurojen voittosummia. Dalerin 23.6.2022 julkaisemassa Instagram-tarinassa tämä myös kertoo saavansa lähes viikoittain suurempia voittoja kasinoilla pelatessaan, ja 12.7.2022 julkaisussaan hän mainitsee saavansa suurimmat voitot usein ilmaiskierroksilla. Emilia Ikonen julkaisi 23.6.2022 videon, jossa hän pelaa slottipeliä ja kehuu pelin hyviä voittomahdollisuuksia. Ikonen myös mainitsi monien seuraajiensa voittaneen kyseisestä pelistä. Myös Lateksituppi kommentoi 20.5.2022 julkaisemassaan tarinassa, ettei hänen julkaisemassaan tarjouksessa voi hävitä.



Kuva 11. Kuvakaappaukset Hesselgrenin, Ikosen ja Kettusen verkkosivuilta (Hesselgren 2022b; Ikonen 2022a; Kettunen 2022a).

Vaikuttajat painottivat usein, että tietyn kampanjan tarjoukset on mahdollista saada vain heidän julkaisemansa linkin tai verkkosivujen kautta. Julkaisuissa myös painotettiin kampanjan hetkellisyyttä muun muassa kertomalla, että kampanja on voimassa vain rajoitetun ajan tai, ettei näin hyvää kampanjaa ole tulossa pitkään aikaan. Kuitenkin useat tarjoukset olivat samat kaikilla selvityksessä seuratuilla vaikuttajilla, kuten kuvasta 11 nähdään. Kuva 11 on kuvakaappaus Hesselgrenin, Ikosen ja Kettusen verkkosivuilta. Kaikkien vaikuttajien verkkosivulla on vain yksi laskeutumissivu eli sivu, johon käyttäjä siirtyy linkkiä painaessaan. Tällä sivulla on vaikuttajien Instagramin käyttäjänimi, usein noin 10-20 kasinotarjousta sekä Peluurin yhteystiedot ja informaatiota sivuston laillisuudesta ja luotettavuudesta. Osalla vaikuttajista myös Snapchatin käyttäjätunnus on esillä sivulla. Kuvan 11 kuvakaappaus on sivustojen ensimmäisistä tarjouksista. Täsmälleen samanlaiset tarjoukset olivat myös Lateksitupin, Westerbergin sekä Paakkisen verkkosivulla.

Vaikuttajien verkkosivuilla tarjoukset on luokiteltu eri kategorioihin. Kuvasta 11 nähdään vaikuttajien sen hetkinen ”Paras juuri nyt”-tarjous. Tämän lisäksi kategorioita ovat ”Parhaat ilmaiskierrokset”, ”Isoimmat bonukset” sekä ”Pikakasino”. (Paakkinen 2022b.) Palveluntarjoaja näkyy myös vaikuttajien verkkosivuilla, jonne käyttäjä pääsee tarinassa olevaa linkkiä painaessaan.

Kuvassa 11 on esimerkki miltä verkkosivuilla olevat tarjoukset näyttävät ja, mitä informaatiota tarjouksesta on vaikuttajan verkkosivuilta saatavilla.

Vaikka vaikuttajat painottivat kampanjoiden eksklusiivisuutta, kampanjat olivat usein identtisiä keskenään. Verkkosivujen samankaltaisuuden lisäksi vaikuttajien julkaisemat Snapchat- ja etenkin Instagram-tarinat ovat olleet hyvin samanlaisia. Osassa julkaisuja vaikuttajat käyttivät jopa samanlaisia sanavalintoja tarjouksia esitellessään.



Kuva 12. Kuvakaappaus Westerbergin ja Ikonen Instagram-tarinoista (Westerberg 2022a; Ikonen 2022a).

Kuten kuvasta 12 nähdään vaikuttajat julkaisivat samoja kampanjoita lähes samanlaisilla sisällöillä Instagram-tarinoissaan. Molemmissa tarinoissa nähdään tarjous, mihin peliin tarjous on tarkoitettu sekä linkki vaikuttajan verkkosivuille. Molemmat tarinat oltiin julkaistu 31.3.2022. Myös Paakkisella, Dalerilla ja Hesselgrenillä oli vastaavanlaiset julkaisut 30.3.2022 samanlaisesta tarjouksesta kyseiseen peliin. Kuvasta 12 Nähdään myös, ettei julkaisussa ole mainittu, mille nettikasinolle tarjous on. Suurimmassa osassa vaikuttajien julkaisuja palveluntarjoaja ei ollut näkyvillä. Osassa julkaisuissa vaikuttajat kuitenkin mainitsivat muun muassa Buumi-nettikasinon, Pikakasinot.com sekä

Kanuuna-nettikasinon. Näiden lisäksi markkinoituja kasinoita olivat muun muassa Hipz, Galaxino, Mr. Green, Wheels, NetBet, LuckyDino, Spinz, Sisu Kasino, Wildz, Just Spin, Rapid Casino, Spinni ja Huikee nettikasinot. Näitä ei kuitenkaan selvityksessä seuratun ajanjakson aikana mainittu Instagram- tai Snapchat-tarinoissa, mutta ne olivat esillä vaikuttajien verkkosivuilla.

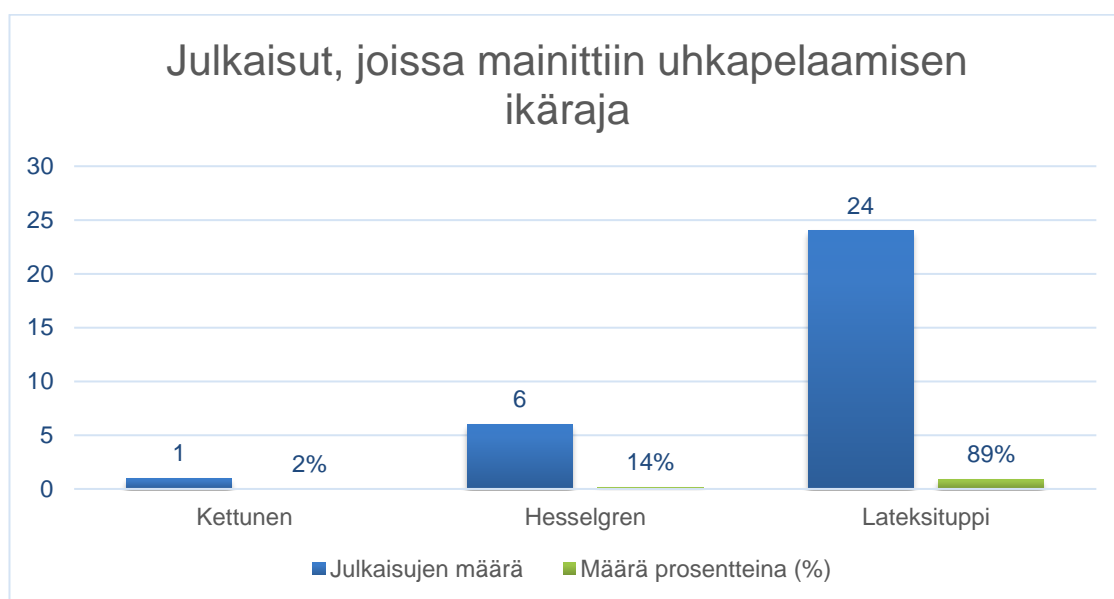
Tarjousten lisäksi vaikuttajat käyttivät muita keinoja houkutellakseen seuraajiaan pelaamaan nettikasinoilla. Ikonen, Paakkinen, Westerbeg, Lateksituppi ja Hesselgren julkaisivat 31.5.2022 kampanjan, jossa tallettamalla 20 euroa Kanuuna nettikasinon pelitilille seuraaja sai 100 ilmaiskierrosta sekä mahdollisuuden olla mukana 100 euron lahjakortin arvonnassa. Kyse oli vapaavalintaisesta lahjakortista, jolloin sen voittaja pystyi valitsemaan mihin hän rahan haluaa käyttää. Talletettuaan 20 euroa seuraajan tuli laittaa vaikuttajalle kuvakaappaus talletetusta summasta. Näin vaikuttajat saivat vahvistuksen, että seuraaja oli tallettanut rahan ja, että tarjous on käytetty heidän sivujensa kautta. Vaikuttajat painottivat arvonnassa kuvakaappauksen olevan validi vain, jos seuraaja on ottanut tarjouksen kyseisen vaikuttajan linkin tai verkkosivujen kautta. Instagram-tarinassaan Paakkinen sanoi: ”Sain superkivaa tietoa, pääsen arpomaan teille sadan euron vapaavalintaisen lahjakortin”, josta voidaan päätellä, ettei Paakkinen ole itse päättänyt lahjakorttia arpoa (Paakkinen 2022a). Myös Westerberberg Instagram-tarinassaan mainitsee: ”Siirrytään vähän positiivisempiin asioihin nimittäin tää onkin tosi hyvä, koska mä saan nytten luvan arpoa teille satan euron lahjakortin” (Westerberg 2022a). Tästä voidaan päätellä, että tieto lahjakortin arvonnasta on tullut tämän markkinoimalta nettikasinolta.

5.3 Julkaisujen vastuullisuustekijät

Selvityksessä haluttiin kartoittaa uhkapelaamiseen liittyvien julkaisujen vastuullisuustekijöitä. Toinen tutkimuskysymys selvityksessä oli: ”Millaisia vastuullisuuselementtejä julkaisut sisältävät?”. Selvityksessä esiintyneitä vastuullisuustekijöitä olivat uhkapelaamisen ikärajan, kaupallisten yhteistöiden merkitseminen sekä maininta vastuullisesta pelaamisesta. Vastuullinen

pelaaminen pitää sisällään kehotukset avun hakemiseen sekä pelaamisen rajoittamiseen.

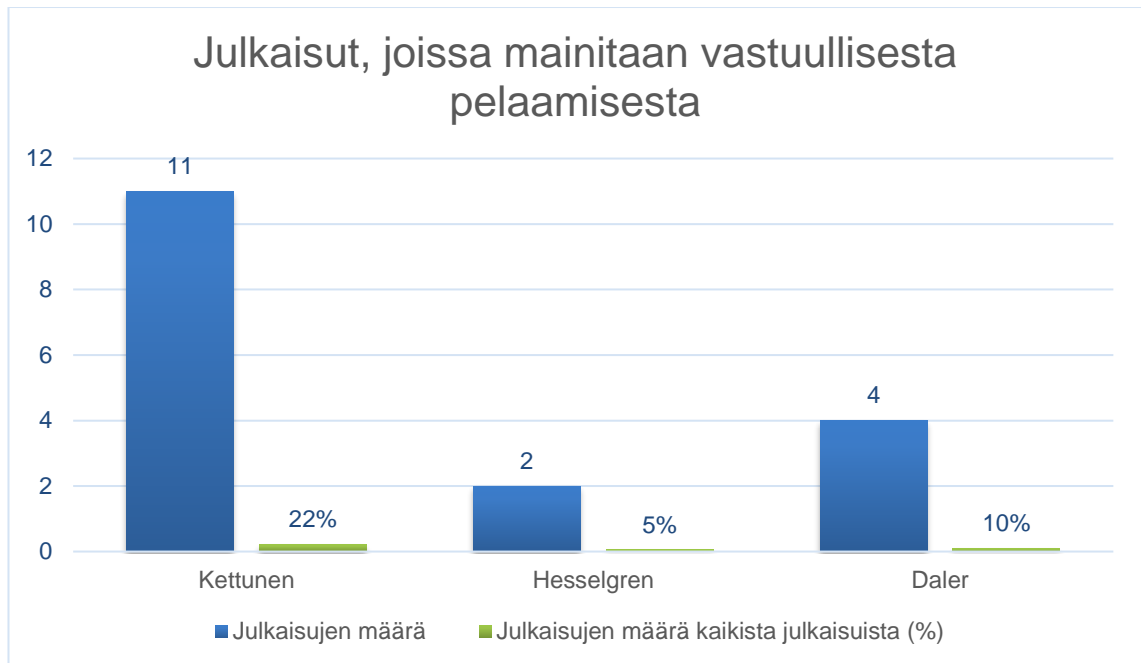
Selvityksen aikana eräillä vaikuttajilla julkaisuissa ilmeni ikärajamerkintöjä sekä muistutuksia vastuullisesta pelaamisesta. Yksi tutkimuskysymys oli: ”Miten kaupalliset yhteistyöt ilmenevät julkaisuissa”. Selvityksessä kerätyn aineiston 286:sta julkaisusta yhdessäkään ei mainittu markkinoinnin olevan tehty kaupallisessa yhteistyössä.



Kuvio 8. Julkaisut, joissa mainittiin uhkapelaamisen ikäraja.

Kuviossa 9. on merkitty näkyväksi ne vaikuttajat, joiden julkaisuissa oli merkitty uhkapelaamisen ikäraja. Seitsemästä vaikuttajasta vain kolmella esiintyi ikärajamerkintä neljän kuukauden aikana. Kuvio 9. vihreä palkki ilmaisee, kuinka suuri osa vaikuttajan kaikista julkaisuista selvityksessä seurattuna aikavälillä aikavälillä sisälsi maininnan tai merkinnän ikärajasta. Lateksitupilla ikärajamerkintää esiintyi suurimmassa osassa (89%) kaikista julkaisuista. Lateksitupin lisäksi vain Hesselgrenillä ja Kettusella oli maininta uhkapelaamisen ikärajasta. Hesselgrenillä ja Kettusella maininta ilmeni vain harvoissa julkaisuissa.

Esimerkiksi Lateksituppi käytti Snapchat-tarinoissaan useaa variaatiota lauseesta "Gämläys on K18" tai sisällytti K18-merkinnän julkaisuun. Hesselgren ja Kettunen käyttivät myös sanallista sekä K18-merkintää julkaisuissaan.



Kuvio 9. Julkaisut, joissa mainitaan vastuullisesta pelaamisesta.

Vastuullisella pelaamisella viitataan usein maltillisuuteen ajan- sekä rahankäytön suhteen. Palveluntarjoajan tai markkinoijan kannalta vastuullisuudella viitataan pelaamisen riskien ja pelaamisen ikärajan kertomiseen sekä ohjeiden antamiseen avun hakemisessa. (Tuorila 2019, 23.) Selvityksessä vastuullisella pelaamisella tarkoitettiin kaikkia julkaisuja, joissa mainittiin ajan tai rahankäytöstä sekä yleisesti vastuullisesta pelaamisesta. Kuviossa 10 näkyvät ne vaikuttajat, jotka sisällyttivät julkaisuihinsa maininnan vastuullisesta pelaamisesta selvityksessä tarkastellulla ajanjaksolla. Sininen palkki kuvaa julkaisujen määrää, jossa mainittiin vastuullisuudesta pelaamisen yhteydessä. Vihreä palkki kuvaa näiden julkaisujen osuutta vaikuttajan kaikista julkaisuista.

Waldemar Kettusen julkaisuista 22% mainittiin vastuullisuus kasinomainontaan liittyvän sisällön yhteydessä. Hesselgrenillä ja Dalerilla vain muutamassa julkaisussa oli maininta vastuullisesta käyttäytymisestä. Muilla vaikuttajilla tarkasteltuna ajankohtana ei ollut mainintaa vastuullisesta pelaamisesta.

Hesselgren kehotti 5.4.2022 julkaisussaan nettikasinoista kertovan julkaisun yhteydessä seuraajiaan pelaamaan vastuullisesti, eikä käyttämään viimeisiä rahojaan pelaamiseen. Hän myös totesi tämän olevan itsestäänselvyys, mutta ettei sitä voi koskaan painottaa tarpeeksi. Lisäksi Hesselgren kehotti 12.06.2022 julkaisussaan seuraajiaan hakemaan apua, mikäli heillä on ongelmia pelaamisen kanssa. Kettunen kehotti usein seuraajiaan pelaamaan vastuullisesti ja eräässä julkaisussaan muistuttaa omien rajojen mukaisesta pelaamisesta. Daler kehotti julkaisuissaan seuraajiaan yksinkertaisesti pelaamaan vastuullisesti.

Vastuullisuudesta puhuttaessa on mainittava vaikuttajien verkkosivut. Verkkosivuilla on kymmeniä tarjouksia erilaisille nettikasinoille. Näiden alla löytyy kaikkien selvityksessä seurattujen vaikuttajien sivuilta teksti, jossa painotetaan sivustojen laillisuutta ja turvallisuutta. Tässä myös kehoitetaan kuluttajia olemaan ongelmatilanteissa yhteydessä suomenkieliseen asiakaspalveluun. Aivan sivun alareunassa on myös K18-merkintä sekä Veikkauksen palvelun Peluurin yhteystiedot.



Kuva 13. Vaikuttajien verkkosivujen vastuullisuus-elementit (Ikonen 2022b; Paakkinen 2022b; Kettunen 2022b; Westerberg 2022b).

6 Johtopäätökset

6.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Opinnäytetyössä haluttiin ottaa selvää suomalaisten sosiaalisen median vaikuttajien toteuttamasta nettikasinoiden markkinoinnista. Selvityksessä haluttiin kartoittaa uhkapelaamisen liittyvien julkaisujen ominaispiireitä sekä niihin liittyviä vastuullisuustekijöitä. Selvityksessä haluttiin siis kartoittaa, millaisia sisältöä vaikuttajat nettikasinoihin liittyen julkaisevat. Ottaen huomioon Veikkaus Oy:n monopoliaseman ja muiden tahojen uhkapelien markkinoinnin laittomuuden, haluttiin selvityksessä myös kartoittaa, kuinka vaikuttajat nettikasinoita markkinoivat. Selvityksessä haluttiin käyttää aikaa aineiston keräämiseen, jotta informaatiota saataisiin mahdollisimman monesta julkaisusta. Aineistoa kahdesta sosiaalisen median kanavasta neljän kuukauden ajalta. Selvityksessä kerätty data tallennettiin julkaisuista kuva- sekä videomuotoon ja purettiin tämän jälkeen Excel-taulukkoon. Dataa kerättiin yhteensä 268:sta julkaisusta.

Työn luotettavuutta ja pätevyyttä voidaan kartoittaa reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetti ja validiteetti painottavat tutkimusmenetelmän eettisyyden

merkitystä sen luotettavuutta arvioitaessa (Merriam & Tisdell 2019, luku 18). Reliabiliteetti ilmaisee tutkimuksen luotettavuutta ja uskottavuutta. Tutkimuksen luotettavuudella tarkoitetaan saatujen tulosten tarkkuutta. (Vilkkä 2021, luku 7.) Reliabiliteettia arvioidaan usein suhteessa tutkimuksen toistettavuuteen eli missä määrin tutkimus voidaan toistaa ja ovatko saadut tulokset toisiaan vastaavia. Reliabiliteetin arvioiminen kvalitatiivisesta tutkimusmenetelmästä käyttäessä on haastavaa, sillä kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä nojaa henkilökohtaisiin kokemuksiin ja näkemyksiin, jolloin saadut tulokset voivat erota toisistaan. Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän reliabiliteettiä tarkasteltaessa johdonmukaisuus kerätyn aineiston ja saatujen tulosten välillä on yksi tärkeimmistä arviointikriteereistä. Eli tulkitsevatko muut kerätyn aineiston ja tulokset samoin kuin tutkija. Reliabiliteettiä voidaan vahvistaa vertaisarvioinneilla, kerätyn informaation tallentamisella, useiden lähteiden käyttämisellä sekä erilaisten menetelmien hyödyntämisellä datan keräämiseen. (Merriam & Tisdell 2019, luku 18.)

Vaikka dataa kerättiin useista julkaisuista pitkällä aikavälillä, niin perusjoukon suppeus vaikuttaa selvityksen reliabiliteettiin. Perusjoukolla tarkoitetaan tutkimuksen kohteena olevan ryhmän kokoa (Tilastokeskus 2022). Dataa kerättiin vain seitsemän sosiaalisen median vaikuttajan julkaisuista, jonka vuoksi selvitys ei ole täysin reliabeli. Luotettavuutta kuitenkin lisää tarkastelun ajanjakson pituus sekä Instagram- ja Snapchat-tarinoiden päivittäinen seuraaminen. tarinat katsottiin päivittäin läpi ja julkaisut tallennettiin, mikäli niiden sisältö koski uhkapelaamista. Näiden lisäksi luotettavuutta lisää koko aineiston tallentaminen sekä kuvalliseen, että kirjalliseen muotoon. Selvityksen tulokset kirjoitettiin Excel-taulukon pohjalta, mutta luotettavuutta lisää se, että selvityksen aikana oli mahdollista palata tutkimaan videoaineistoa, joka lisää selvityksen luotettavuutta. Esimerkiksi suorien lainausten kohdalla tämä oli erittäin tärkeää. Se, että aineistoon pystyttiin palaamaan varmisti sen, että lainaukset kirjoitettiin oikein. Reliabiliteettiin voi vaikuttaa vaikuttajien seuraaminen eri ajankohtina. Luotettavuutta pyrittiin kuitenkin lisäämään seuraamalla kaikkia vaikuttajien yhtä pitkällä aikavälillä.

Validiteetti ilmaisee tutkimuksen pätevyyttä. Validiteetilla tarkoitetaan valitun tutkimusmenetelmän toimivuutta eli tutkiiko ja mittaako se oikeita asioita. (Vilkka 2021, luku 7.) Validiteettiä arvioitaessa kiinnitetään erityistä huomiota miten aineisto on kerätty, analysoitu ja miten johtopäätöksiin ollaan päästy. Jotta tutkimus olisi uskottava, tulee tutkimuksen olla yksityiskohtainen ja siinä tehtyjen päätelmien tulee olla hyvin perusteltuja. Läpinäkyvyys on tärkeä osa validiteettia, jolloin tutkimuksen toteutustapojen on oltava selkeästi esillä. Tutkijan tulee myös olla selvillä validiteettiin vaikuttavista tekijöistä ja omasta roolistaan tutkimuksessa. Tutkijan tulee merkityksellisesti yhdistää aikaisempi tutkimusaineisto ja tekemänsä löydökset. Tutkimuksen validiteettiin vaikuttaa myös aiheen ajankohtaisuus ja merkityksellisyys. (Merriam & Tisdell 2019, luku 18.)

Selvityksen validiteettia lisää nettikasinoiden markkinoinnin ajankohtaisuus. Nettikasinoiden markkinointi on ollut vahvasti viime vuosina esillä erityisesti sosiaalisen median kanavissa (Pitkäranta & Tervo 2021). Aiheen ajankohtaisuutta tukee Twitchin muutos uhkapelaamista koskien. Syksyllä 2022 Twitch julkaisi rajoituksia uhkapelaamisen striimaamista koskien. Twitchissä on 18.10.2022 alkaen kiellettyä näyttää sellaisia uhkapelejä, jotka sisältävät slotti eli kolikkopelejä, rulettia tai noppapelejä, joilla ei ole lisenssiä lainkäyttöalueilla. Twitch on siis ottanut kantaa uhkapelaamisen esittämiseen yleisölle ja saattaa olla, että muut sosiaalisen median kanavat seuraavat Twitchin esimerkkiä slottipelien kieltämisessä. Tutkimusmenetelmän validiteettia voidaan tarkastella myös sen avulla, onnistutaanko tutkimuksessa saamaan tarvittua informaatiota valitun tutkimusmenetelmän avulla (Vilkka 2021, luku 7). Netnografia tutkimusmenetelmänä toimi hyvin halutun datan keräämiseen. Valittu menetelmä mahdollisti kohteiden seuraamisen herättämättä tarkasteltavien kohteiden huomiota. Ottaen huomioon nettikasinoiden markkinoinnin laittomuuden oli hyvä, ettei tiedonkerääminen herättänyt huomiota. Dataa saatiin valitun menetelmän avulla kerättyä runsaasti. Validiteettiin vaikuttaa myös aineiston häviäminen. Koska kerätty aineisto tallennettiin useaan muotoon, pienentää se myös aineiston häviämisen mahdollisuutta, joka lisää selvityksen validiteettia.

6.2 Selvityksen analysointi

Netnografisen menetelmän avulla saatiin kerättyä laajalti aineistoa siitä, millaista tiettyjen suomalaisten vaikuttajien tuottama uhkapelaamiseen liittyvä sisältö on. Selvityksen tavoitteina oli kartoittaa julkaisujen eroja vaikuttaja sekä kanavakohtaisesti. Kuten Pitkärannan ja Tervon (2021) artikkelissa, myös selvityksessä huomattiin vaikuttajien tuottaman sisällön yhtäläisyydet. Lähes kaikkien vaikuttajien julkaisut, kampanjat ja vaikuttajien uhkapelejä markkinoivat verkkosivut olivat lähes identtisiä keskenään, kuten kuvasta 11 ja 12 nähdään. Suuria eroja vaikuttajien julkaisujen välillä ei siis ollut. Usein vaikuttajat myös julkaisivat nettikasinoihin liittyvää sisältöä lähes samaan aikaan.

Vastuullisuus on usein puheenaiheena uhkapelaamista käsiteltäessä. Vastuullisuudesta puhuttaessa voidaan verrata ulkomaalaisia nettikasinointia myös Veikkaukseen ja sen vastuullisuusperiaatteisiin. Veikkaus ei ole aina toiminut markkinoinnin säädösten mukaan, mutta Veikkauksen markkinoinnin tavoitteena on kuitenkin ohjata pelaamista turvalliseen ja valvottuun ympäristöön. Pitkäranta ja Tervo (2021) tuovat artikkelissaan esille nettikasinoiden kampanjoiden olevan tarkoitettu vain uusille asiakkaille. Myös selvityksessä vaikuttajien toteuttama nettikasinoiden markkinointi keskittyi uusasiakashankintaan, ja siten pelaamisen lisäämiseen. Markkinoinnin hyvän tavan mukaan tulee ehkäistä ei-toivottua käytöstä, kuten uhkapelaamista (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2019).

Kuten selvityksessä vaikuttajien julkaisemasta sisällöstä (Kuvio 8) ilmeni, suurin osa julkaisuista koski Tervon ja Pitkärannan (2021) mainitsemaa uusasiakashankintaa. Tervo ja Pitkäranta mainitsevat artikkelissaan myös vaikuttajien omasta pelaamisesta, joka oli myös vahvasti esillä selvityksessä (Kuvio 8). Nettikasinoiden tarjousten samankaltaisuudesta voidaan myös päätellä, että vaikuttajat ovat tehneet yhteistöitä samojen nettikasinoiden kanssa.

Artikkelissa Tervo ja Pitkäranta (2021) käsittelevät myös sisällön julkaisemista vain 24 tuntia näkyvissä tarinoissa. Selvityksen aikana kaikki vaikuttajat julkaisivat nettikasinoihin liittyvää sisältöä Instagram- tai Snapchat-tarinoihin. Tästä voidaan päätellä, etteivät vaikuttajat tai mahdollisesti heidän markkinoimansa nettikasino halua, että markkinoinnista jää pysyviä todisteita. Näin uhkapelaamiseen liittyvää sisältöä on vaikeampi seurata. Varpulan (2020) artikkelissa mainitaan poliisihallituksen lähettäneen 41:lle suomalaisvaikuttajalle selvityspyynnön kaisnomainonnasta. Tästä voidaan päätellä muidenkin vaikuttajien markkinoineen ulkomaalaisia nettikasinoita. Poliisihallitus voi kieltää myös yksityishenkilöiden toteuttaman uhkapelaamiseen liittyvän markkinoinnin, mikäli he saavat siitä taloudellista tai muuta hyötyä, kuten ilmaiskierroksia tai pelirahaa. Kilpailu- ja Kuluttajavirasto (2021) määrittelee rahanarvoisen edun muun muassa tuotteeksi tai palveluksi. Voidaan siis katsoa vaikuttajien saamien ilmaiskierrosten ja muiden etujen olevan ilmaisia palveluita. Myös Arpajaislaki (2001) kieltää taloudellisen hyödyn tai muun vastikkeen, kuten ilmaiskierrosten saamisen kasinopelien markkinoimisesta. Katrie Daler kuitenkin 8.4.2022 julkaisussaan mainitsee ”Olisi taas 300 euroa pelattavana”, joka voi viitata siihen, että tämä on saanut 300 euroa pelirahaa osana kaupallista yhteistyötä. Selvityksessä useaan otteeseen vaikuttajien pelatessa slottipelejä heidän pelirahansa oli noin 300 euroa. Selvityksessä voidaan olettaa kyseessä olevan kaupallinen yhteistyö, jossa vaikuttajat saavat ilmaiskierroksia ja pelirahaa sekä mahdollisesti muuta rahallista kompensatiota osallisuudestaan. Näin julkaistessaan sisältöä vain tarinoihin poliisihallituksen on vaikeampi todentaa vaikuttajien toteuttamaa uhkapelien markkinointia. Vaikka vaikuttajien toteuttama uhkapelien markkinointi näyttäytyy selkeästi, on kuitenkin vaikea todistaa ovatko julkaisut tehty kaupallisessa yhteistyössä.

Tässä opinnäytetyössä uhkapelaamisen vastuullisuutta tarkasteltiin julkaisujen läpinäkyvyyden, kuten kaupallisten yhteistöiden sekä ikärajamerkintöjen avulla. Vaikka vain Veikkaus Oy saa markkinoida uhkapelejä Suomessa, voidaan Veikkaukselle tarkoitettujen säädösten avulla tarkastella myös muiden osapuolten uhkapelien markkinointia. Arpajaislain (2001) mukaan kaikessa uhkapelaamiseen liittyvässä markkinoinnissa on mainittava pelaamisen ikäraja.

Vaikka tätä ilmeni selvityksessä tietyillä vaikuttajilla, suurimassa osassa julkaisuja ei kuitenkaan ollut K18-merkintää. Voidaan olettaa, etteivät useimmat selvityksessä seuratut vaikuttajat kokeneet tätä tärkeäksi. Koska vaikuttajat kuitenkin markkinoivat nuoret tavoittavilla kanavilla, tulisi tieto uhkapelaamisen ikärajaista olla aina näkyvillä. Markkinoinnin säädösten mukaan markkinoinnissa tulee harjoittaa erityistä varovaisuutta, mikäli markkinointi on lapset ja nuoret tavoittavaa. Selvityksestä voidaan päätellä, etteivät vaikuttajat ole olleet markkinoinnissaan erityisen varovaisia.

Tervo ja Pitkäranta (2021) kertoivat artikkelissaan vaikuttajien lisäävän usein vastuullisuuteen liittyviä elementtejä julkaisuihin. Esimerkiksi Peluurin yhteystiedot esiintyivät heidän mukaan useissa julkaisuissa. Tätä ei kuitenkaan selvityksessä ilmennyt. Selvityksessä ilmeni vastuullisuustekijöitä, mutta yhdessäkään julkaisussa ei ollut Peluurin yhteystietoja. Nämä kuitenkin löytyivät kaikkien vaikuttajien verkkosivujen alareunasta. On siis mahdollista, että nettikasinot ovat vaatineet auttavan tahon yhteystietojen lisäämistä vaikuttajien sivuille, kuten Tervon ja Pitkäranta artikkelissaan mainitsevat.

Vastuullisuustekijöistä puhuttaessa tulee käsitellä myös vaikuttajien vaikutusvaltaa. Selvityksessä seuratuilla vaikuttajilla voidaan todeta olevan suuri tavoitavuus, sillä heillä oli 11-110 tuhatta seuraajaa sosiaalisen median tileillään. Suuri tavoitavuus lisää vaikuttajien vaikutusvaltaa, jonka voidaan katsoa lisäävän myös vaikuttajien vastuuta toimia eettisesti. Osa vaikuttajista pyrki vaikuttamaan vastuulliselta lisäämällä vastuullisuuselementtejä julkaisuihin, mutta toimintaa ei voi silti sanoa millään tavalla vastuulliseksi. Etenkin, kun vaikuttajat markkinoivat addiktion ja muiden mahdollisten haittavaikutuksien kannalta korkean riskitason K18-palvelua. Heidän tekemänsä markkinointi tavoittaa siis suuria määriä ihmisiä ja on luultavasti vaikuttanut seuraajien kuluttamiskäyttäytymiseen kaupallisilla yhteistöillä. Tällä voi olla vakavia seurauksia, sillä uhkapelaaminen voi vaikuttaa negatiivisesti arkeen sekä ihmissuhteisiin (Salonen ym. 2020, 28). Uhkapelaamiseen liittyvien julkaisujen suuri määrä (Kuvio 6) ja toistuvuus (Kuvio 7) arkipäiväistävät uhkapelaamista ja voivat lisätä siihen liittyviä negatiivisia seurauksia.

Arpajaislaissa (2001) nettikasinoiden mainostamisen ja kohdentamisen suomalaisille olevan laitonta, vaikka mainostettava sivusto sijaitsee ulkomaalaisella palvelimella. Nettikasinoiden nimet, kuten Sisu Kasino, ja Huikee sekä suomenkielinen asiakaspalvelu nettikasinoilla viittaavat näiden olevan kohdennettu suomalaisille. Kyse on tällöin Arpajaislain (2001) vastaisesta markkinoinnista. Arpajailain (2001) mukaan rahapelejä ei myöskään saa mainostaa ihailien, mutta kuten selvityksessä ilmeni vaikuttajien käyttämät ilmaiset ja suurien voittosummien korostamisen voidaan katsoa olevan pelaamista ihannoivaa, ja siihen kannustavaa. Vaikuttajat myös yhdistivät pelaamista jokapäiväiseen tekemiseen muun muassa kirjoittamalla tänään olevan taas ”pelipäivä”. Kaikki selvityksessä seuratut vaikuttajat käyttivät vastaavanlaisia ilmaisia pelaamisestaan. Arpajaislaki kieltää myös mainonnan, joka viittaa pelaamisen riskittömyyteen. Kuten työssä aikaisemmin käsiteltiin useat vaikuttajat korostivat pelien erityisen hyviä voittomahdollisuuksia ja matalaa riskiä. Tämä rikkoo myös lain toista kohtaa, joka kieltää virheellisen kuvan antamisen kuluttajien voittomahdollisuuksista. Arpajaislain mukaan kuluttajille ei myöskään saa antaa ilmaista pelirahaa tai ilmaiskierroksia. Pelirahalla viitataan nettikasinoiden tarjoamaan etuun, jossa pelaaja voi käyttää virtuaalista rahaa kokeillakseen nettikasinon pelejä. Ilmaiskierroksia selvityksessä tarjottiin usein tiettyihin peleihin, jolloin pelaa voi tutustua peliin. Selvityksessä kuitenkin kävi ilmi, että lähes kaikki vaikuttajien tuottamat uhkapelaamiseen liittyvät julkaisut perustuivat tämänkaltaisiin kampanjoihin, joissa pelaajat saivat joko ilmaiskierroksia tai pelirahaa tallettamalla rahaa pelitililleen.

Kuten Varpula (2020) artikkelissaan mainitsi, suuri osa nettikasinoita markkinoivista julkisuuden henkilöistä esittää uhkapelaamiseen liittyvän sisällön omanaan, mainitsematta kaupallista yhteistyötä. Selvityksen aikana useat vaikuttajat tekivät kaupallista yhteistyötä muun muassa vaatemerkin I Can I Willin kanssa, jolloin he ilmoittivat kaupallisesta yhteistyöstä. Yksikään vaikuttaja ei kuitenkaan selvityksessä seuratun 16:sta viikon aikana maininnut kasinomainontaan liittyvän sisällön olevan tehty kaupallisessa yhteistyössä. Tämä rikkoo kuluttajansuojalakiä (2008), jonka mukaan markkinoinnista on aina

tultava esiin sen kaupallinen tarkoitus, ja se kenen lukuun markkinoidaan. Tästä voidaan päätellä vaikuttajien tienneen uhkapelien markkinoinnin olevan laitonta, jonka vuoksi he ovat esittäneet sisällön omanaan. On myös mahdollista, että osa rahapeliyhtiöistä on kieltänyt kaupallisen yhteistyön mainitsemisesta sopimuksessaan, kuten Varpula (2020) artikkelissaan tuo ilmi.

Yhdessäkään julkaisuissa ei tullut esiin markkinoinnin kaupallinen luonne, ja vain harvoissa tuli esiin taho, jonka lukuun markkinoidaan. Vain muutamissa julkaisuissa vaikuttajat tarinoissaan mainitsivat, kuka tarjouksen antanut palveluntarjoaja oli. Kilpailu- ja kuluttajaviraston (2021) mukaan kaupallisissa yhteistöissä on tultava esiin kenen lukuun yhteistyö ja sen sisältö on tehty. Usein palveluntarjoaja ilmeni kuitenkin vasta vaikuttajan vaikuttajan verkkosivuilla, ja selvityksen loppua kohden yhä harvemmissä julkaisuissa oli maininta palveluntarjoajasta. Ulkomaisten nettikasinoiden vaikuttajamarkkinointi on ollut esillä viime vuosien aikana ja on mahdollista, että rahapeliyritykset pyrkivät olemaan yhä varovaisempia markkinoinnissaan. Kuten selvityksestä kävi ilmi, markkinointia kuitenkin tapahtuu ainakin selvityksessä seurattujen vaikuttajien kohdalla suurella volyymillä. Aihe on ajankohtainen, sillä vuoden 2019 väestötutkimuksessa 6,2% eli 231 000 henkilöä oli myöntäneet pelanneensa Veikkauksen ulkopuolisilla nettikasinoilla. (Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos 2020, 6.)

Desai ja Brock (2019) kertovat artikkeleissaan affiliate-markkinoinnin olevan erityisen yleistä keskisuurien vaikuttajien seurassa. Affiliate-markkinoinnissa vaikuttajat julkaisevat linkin, joka vie joko näiden omille- tai markkinoitavan yrityksen verkkosivuille. Tämä ilmeni myös Pitkärannan ja Tervon (2021) artikkelissa. Selvityksessä lähes jokaisessa uhkapelaamiseen liittyvässä julkaisussa oli linkki vaikuttajan nettikasinoita markkinoivalle verkkosivulle. Affiliate-markkinoinnissa vaikuttajat käyttävät usein linkkejä, jotka vievät vaikuttajan tai markkinoitavan palvelun verkkosivuille. Selvityksessä lähes kaikissa nettikasinoihin liittyvässä sisällössä vaikuttaja oli julkaissut linkin verkkosivulle, joka voi viitata affiliate-yhteistyöhön. Affiliate-markkinoinnissa vaikuttaja saa komissiota hänen kauttaan ostetuista tuotteista tai palveluista.

Voimme olettaa tämän olevan syy vaikuttajien nettikasino-toimintaan ja siihen, miksi vaikuttajat usein painottivat, että seuraajat saavat tietyn tarjouksen vain heidän sivujensa kautta. (Desai 2019, 297; Brock 2019, 17.) Tätä tukee myös Pitkärannan ja Tervon (2021) artikkeli, jossa painotetaan vaikuttajien mahdollisuuksia tuottaa suuria rahamääriä nettikasinoiden markkinoinnista. Hawkins (2019) mainitsee vaikuttajien usein liioittelevan tuotteesta tai palvelusta saatua hyötyä, joka näkyi selvityksessä esimerkiksi voittomahdollisuuksien korostamisena. On mahdollista, että voittomahdollisuuksia liioitellaan, jotta vaikuttajien seuraajat kokevat voittomahdollisuudet riskejä suuremmiksi. Liioitleminen voidaan nähdä myös kuluttajien harhaanjohtamisena, joka korostaa vaikuttajien toiminnan epäeettisyyttä.

Kuten Talib ja Mat Saat (2017) artikkelissaan mainitsevat social proofin eli sosiaalisten todisteiden merkitys on kasvanut huomattavasti, ja se on ollut vahvasti esillä myös selvityksessä. Vaikuttajat jakoivat paljon sisältöä omasta pelaamisestaan, mutta pyysivät myös seuraajiaan jakamaan omia tarinoitaan sekä kertomaan, millaisia voittoja he ovat tarjouksien kautta saaneet. Vaikuttajien seuraamista jatkettiin myös selvityksessä seuratun ajanjakson jälkeen, vaikka julkaisuja ei tällöin enää tallennettu. Seuraajien voittosummien näyttäminen vaikuttajien tarinoissa näytti jatkuvan vahvasti myös selvityksen jälkeen. Vaikuttajat lisäsivät usein julkaisuihinsa, ettei samankaltaista tarjousta ole tulossa pitkään aikaan ja, että kampanja on voimassa vain tietyn ajan. Voidaan siis katsoa, että he hyödynsivät psykologisena ilmiönä kuluttajien pelkoa siitä, että he jäävät paitsi jostain, kuten Le Meunier-Fitzhugh (2021) teoksessaan kertoi.

Yhtenä opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa miten ja, kuinka usein selvityksessä seuratut vaikuttajat julkaisevat nettikasinoihin liittyvää sisältöä. Vaikuttajat julkaisivat nettikasinoihin liittyvää sisältöä Instagram- ja Snapchat-tarinoissa. Vaikuttajat julkaisivat usein monta nettikasinoihin liittyvää julkaisua yhden vuorokauden sisällä. Tällaista sisältöä vaikuttajat julkaisivat keskimäärin kahtena-neljänä päivänä viikossa. Tutkimuksessa haluttiin myös selvittää miten

seurattujen vaikuttajien julkaisut eroavat toisistaan. Julkaisut olivat hyvin samantyyllisiä ja ajoittain lähes identtisiä. Suuria eroja nettikasinoiden markkinoinnin välillä ei selvityksen aikana ilmennyt. Pieniä eroja markkinoiduissa tarjouksissa kuitenkin oli. Esimerkiksi osa vaikuttajista markkinoi eri kampanjoita selvityksen aikana. Pieniä eroja oli myös siinä, miten vaikuttajat tarjoukset esittivät. Selvityksessä haluttiin myös kartoittaa suomalaisten vaikuttajien toteuttaman kasinomainonnan vastuullisuus elementtejä. Vastuullinen markkinointi on Belyhin (2019) mukaan vastuun kantamista omasta toiminnastaan sekä toiminnan toteuttamista mahdollisimman läpinäkyvästi. Vaikka ikärajamerkintöjä ja kehotuksia vastuulliseen pelaamiseen esiintyi osalla vaikuttajista, ei seuraamieni vaikuttajien toimita kuitenkaan täyttänyt vastuullisuuden kriteerejä. Selvityksessä haluttiin myös kartoittaa kuinka kaupalliset yhteistyöt näkyivät nettikasinoihin liittyvissä julkaisuissa. Yhdessäkään julkaisussa ei kuitenkaan ollut mainintaa kaupallisesta yhteistyöstä eli mikäli kyseessä on kaupallinen yhteistyö, rikkoivat vaikuttajat ja heidän markkinoimansa kasinot useaa lakia sekä yleisiä arvoja ja normeja. Toiminta voidaan nähdä epäeettisenä ja harhaanjohtavana, sillä vaikuttajat piilottavat julkaisujen kaupallisen luonteen esittäen niiden siällön omanaan.

6.3 Opinnäytetyön arviointi

Vaikuttajien kasinomarkkinoinnin on erittäin ajankohtaista. Sosiaalisen median vaikuttajien suosion jatkuva kasvu ja affiliate-markkinoinnin suuret palkkiot saattavat johtaa nettikasinoiden markkinoinnin suosion nousuun. Vaikuttajaksi on yhä helpompi päästä ja affiliate-markkinointi antaa vaikuttajille tilaisuuden ansaita suuria summia, joka saattaa houkutella yhä useampia vaikuttajia julkaisemaan nettikasinoihin liittyvää sisältöä. Aihe on tärkeä, sillä uhkapelaamisella voi olla vakavia negatiivisia seurauksia sosiaalisille suhteille, taloudelle sekä työelämälle. Suomessa peliongelmaa ilmeni vuoden 2019 väestötutkimuksessa 112 000 henkilöllä eli noin kuudella prosentilla väestöstä, joten uhkapelaamisen voidaan nähdä olevan yleinen ongelma Suomessa. Selvityksessä seurattujen vaikuttajien esittämät tarjoukset oltiin tarkoitettu vain

kasinoiden uusille asiakkaille, joten kampanjoiden voidaan olettaa lisäävän uhkapelaamista ja siten myös uhkapelaamiseen liittyviä ongelmia.

Se, ettei aiheesta ollut saatavilla ammattikirjallisuutta kertoo, kuinka uudesta ilmiöstä on kysymys. Selvityksessä nähdään, kuinka helposti vaikuttajat saavat piilotettua julkaisujen takana olevan kaupallisen luonteen. Useat vaikuttajat esittivät sisällön omanaan, joka on eettisesti kyseenalaista. Kuten Silvenoinen ja Meriläinen (2016) artikkelissaan puhuivat etenkin nuoret ihmiset voivat markkinointia nähdessään muodostaa epärealistisia kuvia uhkapelaamisesta ja voittomahdollisuuksistaan. Myös social proofin yleistymisen ja sen hyödyntämisen kasinomainonnassa voi vahvistaa näitä käsityksiä. Uhkapelaamisen mahdollisten negatiivisten vaikutusten ja muiden kuin Veikkaus Oy:n mainonnan laittomuuden vuoksi on tärkeää olla tietoinen, että tällaista uhkapelaamiseen liittyvää markkinointia toteutetaan.

Eettisyyden ja vaikuttajan luotettavuuden kannalta on tärkeää, että vaikuttajat toimisivat läpinäkyvästi kaikissa yhteistöissään, tuoden rehellisen mielipiteensä esille. Veikkaus Oy:n monopolin vuoksi tämä kuitenkin tarkoittaa, että vaikuttajat eivät voisi nettikasinoita markkinoida. Koska muiden kuin Veikkaus Oy:n markkinoiminen Suomessa on laitonta, on vaikuttajien toteuttama markkinointi myös epäeettistä ja lainvastaista.

Selvityksessä ilmenevä nettikasinoiden markkinoinnin samankaltaisuus herättää mielikuvan, ettei vaikuttajia erityisesti kiinnosta, mitä he ovat markkinoimassa, tai millaisia seurauksia sillä voi olla. Varsinkin heidän myyntipuheidensä lähes identtinen sisältö luo kuvan, että vaikuttajat lukevat vain yritykseltä saamansa myyntipuheen. Koska vaikuttajat piilottavat nettikasinoista kertovien julkaisujen kaupallisen luonteen on tärkeää, että kuluttajat ovat tietoisia julkaisujen taustalla piilevistä motiiveista. Mikäli nettikasinoiden markkinointiin kiinnitetään jatkossa enemmän huomiota on mahdollista, että toiminta vähenee.

Opin selvitysprosessin aikana paljon aiheesta ja pidin aineiston keräämisen prosessia mielenkiintoisena. Perusjoukon suppeuden vuoksi haluaisin nähdä

laajemman selvityksen samankaltaisesta aiheesta. Haasteita tuotti nettikasinoita markkinoivien vaikuttajien löytäminen tarkasteltavaksi. Haasteita tuotti muun muassa se, että vaikuttajat usein julkaisevat nettikasinoihin liittyvää sisältöä vain Instagram- ja Snapchat-tarinoissa. Ellei vaikuttajaa seuraa jo entuudestaan on epätodennäköistä, että näkee vaikuttajan tuottamaa nettikasinoista kertovaa sisältöä. Julkaisuihin ei myöskään jälkikäteen pääse käsiksi, joka hankaloittaa julkaisujen seuranta.

Jatkossa mielenkiintoista olisi myös kartoittaa, kuinka moni päivän aikana tarinaan julkaistusta sisällöstä koskee kasinomarkkinointia niinä päivinä, kun vaikuttajat nettikasinoihin liittyvää sisältöä julkaisevat. Jatkossa olisi mielenkiintoista kartoittaa tarkemmin myös Twitch-kanavalla tapahtuvaa nettikasinoiden markkinointia. Selvityksessä seurattiin Lateksitupin Twitch-kanavaa, jossa hän julkaisi uhkapelaamiseen liittyvää sisältöä. Tätä ei kuitenkaan otettu lopulliseen selvitykseen, sillä aineistoa ei keritty käydä kokonaisuudessaan läpi ennen kuin videot olivat kanavalta poistuneet. Aineiston pitäminen olisi heikentänyt selvityksen luotettavuutta ja opinnäytetyön eettisyyttä. Tämän vuoksi Twitch poistettiin selvityksestä. Uhkapelaamisen aiheen ajankohtaisuutta tukee Twitchin muutos uhkapelaamista koskien. Tämän lisäksi Twitch on kieltänyt tarjouslinkit, jotka vievät käyttäjät uhkapelisivustolle. (Hern 2022.) Olisi myös mielenkiintoista selvittää, kuinka Twitchin kieltäminen slottipelien näyttämiseen vaikuttaa, ja jatkavatko vaikuttajat kiellettyä toimintaa kiellosta huolimatta. Slottipelien striimaaminen on suosittua myös videopalvelu YouTubessa, joten olisi mielenkiintoista nähdä selvitys myös muiden kanavien nettikasinoihin liittyvästä sisällöstä.

Jatkotutkimusehdotukseksi antaisin samankaltaisen selvityksen tekemisen netnografista menetelmää hyödyntäen muista täysi-ikäisille suunnatun sisällön markkinoinnista ja näkyvyydestä. Muun muassa sosiaalisen median kanavassa YouTubessa on todella paljon alkoholiin ja sen käyttöön kohdistuvia videoita. Muun muassa The Cold Ones -tili, joka on keskusteluohjelma, jossa kaksikko käyttäjänimillä @Anything4views ja @Maxmoefoe tekevät erilaisia asioita maalaamisesta, tuotteiden testaamiseen. Tämä kanavan tarkoituksena on

kuitenkin alkoholin juominen. Mitä vain muuta he videolla tekevätään, he juovat aina alkoholia, josta kanavan nimi "The Cold Ones" myös tulee. Selvityksessä seuratut Mathilda Westerberg ja Jonna Paakkinen tekivät myös kaupallisia yhteistöitä aikuisviihdekauppa Sexshopin kanssa. Tällainen tutkimus aikuisviihteen markkinoinnista voisi olla myös mielenkiintoinen, sillä aikuisviihdemainontaa näkee ja kuulee jatkuvasti eri kanavissa.

Lähteet

Abdul Talib, Y.Y. & Mat Saat, R. 2017. Social proof in social media shopping: An experimental design research. SHS Web of Conferences, 34, 2005. Academic Search Elite. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2017/02/shsconf_four2017_02005.pdf. Viitattu 29.9.2022.

Alasuutari, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. Uudistettu painos. Vastapaino, Tampere.

Antonelli, William 2020. A beginner's guide to Instagram. The wildly popular photo-sharing app with over a billion users. Business Insider 14.12.2020. <https://www.businessinsider.com/guides/tech/what-is-instagram-how-to-use-guide?r=US&IR=T>. Viitattu 9.9.2022.

Laki arpajaislain muuttamisesta 22.12.2021/1284. Finlex. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20211284>. Viitattu 7.10.2022.

Arpajaislaki 23.11.2001/1047. Finlex. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011047>. Viitattu 23.6.2022.

Baccarella, Christian V. & Wagner, Timm F. & Kietzmann, Jann H. & McCarthy, Ian P. 2018. Social media. It's serious. Understanding the dark side of social media. 36 (4), 431-438. <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.metropolia.fi/science/article/pii/S0263237318300781?via%3Dihub>. Viitattu 9.9.2022.

Belyh, Anastasia 2019. Social Responsibility & Ethics in Marketing. Cleverism. Päivitetty 19.9.2019. <https://www.cleverism.com/social-responsibility-ethics-marketing/>. Viitattu 29.9.2022.

Brock, David. Affiliate marketing excellence. Scribl, 2019. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/metropolia-ebooks/detail.action?docID=6375645>. Viitattu 8.9.2022.

Cleopatra Ink 2022. Cleopatra Ink Helsinki Tattoo Studio. <https://www.cleopatraink-helsinki.com/>. Viitattu 5.11.2022.

Costello, Leesa & McDermott, Marie-Louise & Wallace, Ruth 2017. Netnography. Range of practices, misperceptions, and missed opportunities 04.04.2017. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1609406917700647>. Viitattu 26.02.2022.

Curry, David 2022. Social app report. Revenues, users and demographics for major social platforms. Business of apps 24.08.2022.

https://www.businessofapps.com/data/social-app-report/?utm_source=social&utm_medium=click&utm_campaign=infogram. Viitattu 15.9.2022.

Daler, Katrie (@Katriedaler) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022. <https://www.instagram.com/katriedaler/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Daler, Katrie 2022b. Paras juuri nyt 12.4.2022. <https://www.katriedaler.com>. Viitattu 9.8.2022.

Desai, Vaibhava 2019. Digital Marketing. A review. Fostering Innovation, Integration and Inclusion Through Interdisciplinary Practices in Management. International Journal of Trend in Scientific Research and Development. 48, 196-199. <https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd23100.pdf>. Viitattu 23.9.2022.

Emerson, Rob. How to add celebrities on Snapchat. Itgeared 21.7.2022. <https://www.itgeared.com/how-to-add-celebrities-on-snapchat/>. Viitattu 15.9.2022.

Evans, Nathaniel J. & Phua, Joe & Lim, Jay & Jun, Hyoyeun 2017. Disclosing Instagram Influencer Advertising. The Effects of Disclosure Language on Advertising Recognition, Attitudes, and Behavioral Intent. Journal of Interactive Advertising. 17 (2), 138-149. <https://www.tandfonline.com.ezproxy.metropolia.fi/doi/full/10.1080/15252019.2017.1366885>. Viitattu 24.9.2022.

Halonen, Misme 2019. Vaikuttajamarkkinointi. Alma Talent, Helsinki.

Hawkins, John 2019. Affiliate Marketing Blueprint. How to Generate Super Affiliate Level Commissions. Scribi. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/metropolia-ebooks/detail.action?docID=6375668#>. Viitattu 24.9.2022.

Haridas, S. 2021. What is Snapchat and how to get verified on Snapchat. Here's a detailed overview. Republic World 2.1.2021. <https://www.republicworld.com/technology-news/apps/what-is-snapchat-and-how-to-get-verified-on-snapchat-heres-a-detailed-overview.html>. Viitattu 5.11.2022.

Harmeling, Colleen M & Moffett, Jordan W. & Arnold, Mark J. & Carlson, Brad D 2017. Toward a theory of customer engagement marketing. Journal of the Academy of Marketing Science. 45 (3), 312-335. <https://www.proquest.com/docview/1881682519/fulltextPDF/6C99304188C74F84PQ/1?accountid=11363>. Viitattu 9.9.2022.

Heikkilä, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Hern, Alex 2022. Twitch to ban users from streaming unlicensed gambling content. The Guardian 21.9.2022.
<https://www.theguardian.com/games/2022/sep/21/twitch-to-ban-users-from-streaming-unlicensed-gambling-content>. Viitattu 28.10.2022.

Hesselgren, Joni (@Jonihesselgren) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022.
<https://www.instagram.com/hesselgrenjoni/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Hesselgren, Joni 2022b. Parasta juuri nyt 7.10.2022.
<https://www.jonihesselgren.com/>. Viitattu 8.10.2022.

Hesselgren, Joni (@Jonihesselgren) 2022c. Snapchat-profiili 16.10.2022.
<https://www.snapchat.com/add/jonihesselgren>. Viitattu 16.10.2022.

Humphrey, Bev 2016. Instagram. The school librarian. 64 (4).
<https://www.proquest.com/docview/1860947754?parentSessionId=kwluksF7n6nCM5oAF7WruDP3F1Ehe1pL4XSpawYFTg%3D&pq-origsite=primo&accountid=11363>. Viitattu 9.9.2022.

Harvard international review 2020. Esports part1. What are esports. Päivitetty 24.4.2020. <https://hir.harvard.edu/esports-part-1-what-are-esports/>. Viitattu 15.09.2022.

Ikonen, Emilia (@ikoonen) 2022a. Instagram-profiili. 7.10.2022.
<https://www.instagram.com/ikoonen/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Ikonen, Emilia 2022b. Paras juuri nyt 7.10.2022. <https://www.emiliaikonen.com/>. Viitattu 8.10.2022.

Instagram 2017. Esittelyssä Stories- kohokohdat ja Arkistoidut tarinat. 5.12.2017.
https://business.instagram.com/blog/stories-highlights-and-archive?locale=fi_FI. Viitattu 30.9.2022.

Järvinen, Margaretha & Mik-Meyer, Nanna 2020. Qualitative Analysis. Eight Approaches for the Social Sciences. Sage, London.

Kangas, Lauri (@Lateksituppii) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022.
<https://www.instagram.com/lateksituppii/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Kangas, Lauri (@Lateksituppi) 2022b. Twitch profiili. 16.10.2022.
<https://www.twitch.tv/lateksituppi>. Viitattu 16.10.2022.

Kangas, Lauri 2022c. Lateksituppi. Paras juuri nyt 7.10.2022.
<https://www.lateksituppi.com/>. Viitattu 8.10.2022.

Kangas, Lauri (@Lateksituppi) 2022d. Snapchat-profiili 16.10.2022.
<https://story.snapchat.com/@lateksituppi>. Viitattu 16.10.2022.

Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt 2018. https://www.icc.fi/wp-content/uploads/Marketing-Code-Finnish-s%C3%A4%C3%A4nn%C3%B6t-suomeksi-kes%C3%A42019_new_web-003.pdf. Viitattu 4.7.2022.

Kauppalehti 2021. Veikkaus Oy.
<https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/veikkaus+oy/27652201>. Viitattu 17.9.2022.

Kenneth, Le Meunier-Fitzhugh 2021. Marketing. A very short introduction. Tantor Media. <https://learning.oreilly.com/videos/marketing/9781705281673/>. Viitattu 22.9.2022.

Kettunen, Waldemar (@Waldemvr) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022.
<https://www.instagram.com/waldemvr/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Kettunen, Waldemar 2022b. Wallun pelit. Paras juuri nyt 7.10.2022.
<https://www.wallunpelit.com/>. Viitattu 8.10.2022.

Kilpailu- ja Kuluttajavirasto 2022. Markkinointi ja menettely asiakassuhteissa. Markkinoinnin hyvä tapa. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/markkinoinnin-hyva-tapa/>. Viitattu 7.10.2022.

Kilpailu- ja Kuluttajavirasto 2021. Mainonnan tunnistettavuus.
<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/mainonnan-tunnistettavuus/>. Viitattu 23.9.2022.

Kilpailu- ja Kuluttajavirasto 2019. Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/vaikuttajamarkkinointi-sosiaalisessa-mediassa/>. Viitattu 20.6.2022.

Kim, Hyoun s, & Wohl, Michael J.A & Gupta, Rina & Derevensky, Jeffrey L. 2017. Why do young adults gamble online. A qualitative study of motivations to transition from social casino games to online gambling. Asian Journal of Gambling Issues and Public Health 7 (6), 1-11.
<file:///C:/Users/Saga%20Sollman/Downloads/s40405-017-0025-4.pdf>. Viitattu 30.9.2022.

Kohvakka, Rauli & Saarenmaa, Kaisa 2021. Median merkitys on kasvanut pandemian aikana. Monet ikäihmiset ovat ottaneet melkoisen digiloikan. Tilastokeskus. <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/median-merkitys-on->

kasvanut-pandemian-aikana-monet-ikaihmiset-ovat-ottaneet-melkoisen-digiloikan/. Viitattu 26.5.2022

Kuluttajansuojalaki 29.8.2008/561. Finlex.
<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2008/20080561>. Viitattu 25.4.2022.

KvaliMOTV. Etnografia.
https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_3.html. Viitattu 6.10.2022.

Lehtinen, Toni 2019. Poliisihallitus selvittää Veikkauksen kohutun keno-mainoksen, jossa rahapelaaminen rinnastettiin kahvilla käyntiin. 4.7.2019.
<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006163279.html>. Viitattu 6.10.2022.

Lester, Jessica N. & Cho, Yonjoo & Lochmiller, Chad R. Learning to Do Qualitative Data Analysis. A Starting Point. Human Resource Development Review 19 (1), 94-106. Learning to Do Qualitative Data Analysis: A Starting Point (sagepub.com). Viitattu 7.11.2022.

Luoma-aho, Vilma 2018. Mikrovaikuttaja tuntuu samaistuttavalta. Alma media 3.12.2018. <https://www.almamedia.fi/blog/2018/12/03/mikrovaikuttaja-tuntuu-samaistuttavalta/>. Viitattu 29.9.2022.

Mann, Karl & Fauth-Bühler, Mira & Higuchi, Susumu & Potenza, Marc N. & Saunders, John B. 2016. Patologinen uhkapeli. Käyttäytymiseen liittyvä riippuvuus. Maailman psykiatria (3), 279-298.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/wps.20373>. Viitattu 23.6.2022.

Mansoor, Iqbal 2022a. Instagram revenue and usage statistics. Business of apps 6.9.2022. <https://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/>. Viitattu 9.9.2022.

Mansoor, Iqbal 2022b. Snapchat revenue and usage statistics. Business of apps 31.8.2022. <https://www.businessofapps.com/data/snapchat-statistics/>. Viitattu 15.9.2022.

Mattinen, Johanna & Mäntymaa, Jaakko 2021. Tosi-tv:n kohtuuton hinta. Yle haastatteli kymmeniä tosi-tv-osallistujia, jotka kertovat kulussien takaisista epäkohdista. Päivitetty 6.5.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11894400>. Viitattu 5.11.2022.

Merisalo, M. 2016. Electronic capital. Economic and social geographies of digitalization, Department of Geosciences and Geography. Unigrafia.
<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/162722/Electron.pdf?se>. Viitattu 27.10.2022.

Merriam, Sheran B. & Tisdell, Elisabeth J. 2019. Qualitative Research. A Guide to Design and Implementation. Ascent Audio.
<https://learning.oreilly.com/videos/qualitative-research/9781469074948/9781469074948-a00018/>. Viitattu 7.9.2022.

Nielsen, Kleis & Fletcher, Rasmus 2020. Democratic Creative Destruction. The Effect of a Changing Media Landscape on Democracy. Cambridge Core 24.8.2020. https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/8C6548E16FA63289FC4C731AC512B075/9781108835558c7_139-162.pdf/democratic-creative-destruction-the-effect-of-a-changing-media-landscape-on-democracy.pdf. Viitattu 29.9.2022.

Paakkinen, Jonna (@Jonskibabe) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022. <https://www.instagram.com/jonskibabe/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Paakkinen, Jonna 2022b. Jonskibabe. Paras juuri nyt 7.10.2022. <https://www.jonskibabe.com/>. Viitattu 8.10.2022.

Parkkonen, Pinja & Hellström, Eeva 2022. Vastuullisuuden tulevaisuus. Miten vastuullisuus kohtaa kestävyuden ja vaikuttavuuden. Sitra 30.6.2022. <https://www.sitra.fi/julkaisut/vastuullisuuden-tulevaisuus/>. Viitattu 29.9.2022.

Pitkäranta, Pilvi & Tervo, Elli 2021. Kaksi suomalaista pyörittää tosi-tv-tähtien kanssa järjestelmällistä laitonta rahapelikampanjaa. Uusi laki voi tuottaa porukalle isot sakot. Päivitetty 3.2.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11768707>. Viitattu 27.2.2022.

Popular Science 2022. Popular Science Book Reviews. The Science Behind Different Types of Slot Machines. <https://www.popularscience.co.uk/RTPinSlots.html>. Viitattu 14.10.2022.

Raijas, Anu & Pirtilä Maria 2019. Vastuullisuus rahapeli-toiminnassa. Kilpailu- ja Kuluttajaviraston selvityksiä. <https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2021/11/2019-kkv-selvityksia-7-2019-vastuullisuus-rahapeli-toiminnassa.pdf>. Viitattu 24.9.2022.

Salonen, Anne & Lind, Kalle & Hagfors, Heli & Castrén, Sari & Kontto, Jukka 2020. Rahapelaaminen, peliongelmien ja rahapelaamiseen liittyvät asenteet ja mielipiteet vuosina 2007-2019. Suomalaisten rahapelaaminen 2019. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Punamusta, Helsinki. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/140820/RAP2020_018_Rahapelaaminen%20peliongelmien%20ja%20rahapelaamiseen%20liittyv%c3%a4t%20asenteet%20ja%20mielipiteet%20vuosina%202007-2019_s.pdf?sequence=4&isAllowed=y. Viitattu 29.9.2022.

Spotify 2022. Mikä on Spotify. <https://support.spotify.com/fi/article/what-is-spotify/>. Viitattu 7.10.2022.

Silvenoinen, Inka & Meriläinen, Mikko 2016. Nuoret pelissä. Tietoa kasvattajille nuorten digitaalisesta pelaamisesta ja rahapelaamisesta. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Grano, Helsinki. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/131837/URN_ISBN_978-952-302-759-6.pdf. Viitattu 29.9.2022.

Sitra 2018. Aloita tästä: Trendit ja signaalit. Sitra 7.5.2018.
<https://www.sitra.fi/caset/aloita-tasta-trendit-signaalit/>. Viitattu 29.9.2022.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2020. Rahapelihaittojen seuranta, tutkimus, ehkäisyn ja hoidon kehittäminen. Raportti THL:n koordinoimasta arpajaislain 52.§:n mukaisesta toiminnasta vuonna 2020.
<https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/142858/Rahapelihaittojen%20tutkimus%20ehk%C3%A4isyn%20ja%20hoidon%20kehitt%C3%A4minen%20-%20toimintaraportti%20%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Viitattu 29.9.2022.

Tilastokeskus 2022. Perusjoukko.
<https://www.stat.fi/meta/kas/perusjoukko.html>. Viitattu 13.10.2022.

Tillman, Maggie 2022. What is Snapchat, how does it work and what's the point. Pocket-lint 15.8.2022. <https://www.pocket-lint.com/apps/news/snapchat/131313-what-is-snapchat-how-does-it-work-and-what-is-it-used-for>. Viitattu 15.9.2022.

Tuorila, Helena 2019. Veikkauksen rahapelien markkinointi ja markkinoinnin vastuullisuus. Kilpailu- ja Kuluttajavirasto.
<https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2021/11/2019-kkv-selvityksia-5-2019-veikkauksen-rahapelien-markkinointi-ja-markkinoinnin-vastuullisuus.pdf>. Viitattu 6.11.2022.

Varhela, Markku & Virtanen, Pertti 2020. Markkinoinnin pelisäännöt. Alma Talent, Helsinki. Alma Talent Pro Fokus -verkkopalvelu. Ilmestynyt ensimmäisen kerran 1999. Päivitetty 14.9.2020. Luku 12: Etämyynti ja digitaalinen markkinointi > Digitaalinen mainonta > Mitä on digitaalinen mainonta. [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/BAHBGXCTDG#/kohta:12.\(\(20\)ET\(\(c4\)MYYNTI\(\(20\)JA\(\(20\)DIGITAALINEN\(\(20\)MARKKINOINTI\(:Digitaalinen\(\(20\)mainonta\(:Mit\(\(e4\)\(\(20\)on\(\(20\)digitaalinen\(\(20\)mainonta?/piste:t2f6](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/BAHBGXCTDG#/kohta:12.((20)ET((c4)MYYNTI((20)JA((20)DIGITAALINEN((20)MARKKINOINTI(:Digitaalinen((20)mainonta(:Mit((e4)((20)on((20)digitaalinen((20)mainonta?/piste:t2f6). Viitattu 9.7.2022.

Ylä-Anttila, Aleks 2020. Koronakriisin yllättävä seuraus.Vaikuttajamarkkinoinnin suosio kasvaa. Yleisön laatu voi olla merkittävämpi kuin sen koko. Kauppalehti 1.9.2020. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/koronakriisin-yllattava-seuraus-vaikuttajamarkkinoinnin-suosio-kasvaa-yleison-laatu-voi-olla-merkittavampi-asia-kuin-sen-koko/3956deca-0293-4cb6-b339-5dffbf0f655>. Viitattu 8.9.2022.

Varpula, Salla 2020. Arpajaishallinto on pyytännyt tänä vuonna 41 suomalaisjulkaiselta selvitystä nettikasinoiden somemainostuksesta. Näin toimii laitton rahapelien vaikuttajamarkkinointi. Helsingin Sanomat 28.12.2020. <https://www.hs.fi/talous/art-2000007706443.html>. Viitattu 5.8.2022.

Veikkaus 2022a.
[Phttps://www.veikkaus.fi/fi/tietosuoja?selectedTab=/tietosuoja/mihin-tarkoituksiin-kasittelemme-tietojasi/miten-kaytamme-tietojasi-mainonnassa-ja](https://www.veikkaus.fi/fi/tietosuoja?selectedTab=/tietosuoja/mihin-tarkoituksiin-kasittelemme-tietojasi/miten-kaytamme-tietojasi-mainonnassa-ja)

markkinoinnissa elää maltilla. Pidetään pelaaminen ilon puolella.
<https://www.veikkaus.fi/fi/pelaamaltilla>. Viitattu 23.6.2022.

Veikkaus 2022b. Organisaatiomme.
<https://www.veikkaus.fi/fi/yritys#!/yritystietoa/organisaatiomme/hallintoneuvosto>.
Viitattu 27.9.2022.

Veikkaus 2022c. Pelaa maltilla. Pelien riskitasot.
<https://www.veikkaus.fi/fi/pelaamaltilla?page=game-risk-levels>. Viitattu 23.6.2022.

Veikkaus 2022d. Tietosuoja. Miten käytämme tietojasi mainonnassa ja markkinoinnissa. 1.3.2022.
<https://www.veikkaus.fi/fi/tietosuoja?selectedTab=/tietosuoja/mihin-tarkoituksiin-kasitlemme-tietojasi/miten-kaytamme-tietojasi-mainonnassa-ja-markkinoinnissa>. Viitattu 30.9.2022.

Veikkaus 2022e. Ohjeita ja vastauksia kysymyksiin. Veikkaus.
<https://www.veikkaus.fi/fi/artikkeli#!/dimy/kampanjat/yritys/usein-kysytya>.
Viitattu 13.10.2022.

Veikkaus 2021. Vuosi- ja vastuullisuusraportti.
https://cms.veikkaus.fi/site/binaries/content/assets/dokumentit/vuosikertomus/2021/vuosi_vastuullisuusraportti-2021.pdf. Viitattu 28.10.2022.

Veikkaus 2020. Veikkauksen markkinointiviestinnän vastuullisuusperiaatteet. Veikkauksen toimintaan kuuluu oleellisena osana yhteiskuntavastuu. Sen ydintä on vastuullinen rahapeli-toiminta sekä sen markkinointi.
<https://www.veikkaus.fi/fi/yritys#!/article/tiedotteet/vastuullisuus/2022/markkinointiviestinnan-vastuullisuusperiaatteet>. Viitattu 27.9.2022.

Veikkaus 2017. Asiakkaana uudessa Veikkauksessa. Tietoa Fintoton, Ray:n ja veikkauksen asiakkaille.
<https://www.veikkaus.fi/fi/yritys#!/article/tiedotteet/2016/asiakasinfo>. Viitattu 23.6.2022.

Vilka, Hanna 2021. Tutki ja kehitä. 5. päivitetty painos. PS Kustannus, Jyväskylä. Ellibslibrary Verkkokirjahylly.
<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701731>. Viitattu 13.10.2022.

Voorveld, Hilde A. M. & Van Noort, Guda & Muntiga, Daniël G. & Bronner, Fred 2018. Engagement with social media and social media advertising. Differentiating role of platform type. 47 (1), 38-54. <https://www.tandfonline.com.ezproxy.metropolia.fi/doi/full/10.1080/00913367.2017.1405754>. Viitattu 9.9.2022.

Vuori, Jaana 2022. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Yhteiskuntatieteellinen verkkokäsikirja, Tampere.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/kvaliohjeet/#Viittausohje>. Viitattu 6.10.2022.

Yle 2022. Veikkauksen voitot siirtyvät valtion budjettiin. Nykyisten edunsaajien tulotaso säilyy kolme vuotta puolueiden sopimana. 4.2.2022.
<https://yle.fi/uutiset/3-12303094>. Viitattu 6.10.2022.

Westerberg, Mathilda (@Mathildawesterbergg) 2022a. Instagram-profiili 7.10.2022. <https://www.instagram.com/mathildawesterbergg/?hl=fi>. Viitattu 8.10.2022.

Westerberg, Mathilda 2022. Mattun suosikit. Parasta juuri nyt 7.10.2022.
<https://www.mattunsuosikit.com/>. Viitattu 8.10.2022

Liite 1. Excel-taulukko julkaisujen sisällöstä

1	Milloin	Missä	Mikä + Onko kaupallinen yhteistyö mainittu	Kyllä/Ei	Muuta			
2		lateksituppi	snapchat ja Twitch					
3	2.03	snapchat		Ei	k18 merkki			
4	6.04	snapchat	Mukava hyvä kiva jakaa mun mielestä koska 1x kierräts tässä setissä (Boomi kasino 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders megadice normaalisti olisi 50x kierräts) "tuln vinkkaamaan yhden sopivan diilin. Kaikille uhapelaajille, jotka tykkää pelata ja niille jotka ei tykkää se on ihan ok" "Tää poistuu en tiä milloin mut tartu tilaisuuteen"	Ei	"gämbäläys on aina k18"			
5	7.04	snapchat		Ei	"gämbäläys on täysi-ikäisille"			
6	8.03	snapchat		Ei	Ei			
7	11.03	snapchat		Ei	Ei			
8	12.04	snapchat	Non stickynä ja tietäjät tietää spinzille 20e depolla 40e pelirahaa ja 100 spinnii. Tälläne setti löytyy, tällä rahalla saadaan tällästä. Jos tulee kysyttävää kysy multa, kysy aspasta.	Ei	"Gämbäläys is always k18 yes"			
9	15.03	snapchat	muistakaa, että gämbäläys on aina gämbäläystä ei tällä miljoonia voita Ja viel yks pääsiäisbonari tosiaan. Ennenkin puskettu mut nyt uudestaan vaan mun kautta toi on normaalisti 50x mut nyt se on 1x ja vaan mun kautta voit vaikka etii et löydä muualla. Buumi 200 ilmaiskierrosta 20e depolla.	Ei	k18 merkki			
10	15.04	snapchat		Ei	"gämbäläys k18"			
11	16.03	snapchat		Ei	k18			
12	18.03	snapchat	Hyvää huomenta ja erityisenhyvää viikonloppua kaikille nyt on myös estoon	Ei	k18merkki liisänä kuva non-sticky käsitteestä			
13	20.04	snapchat	Buumi 200 kierrosta voitoilla vaan 1x kierräts normisti 50x	Ei	"gämbäläyss is K18 yessss."			
14	23.03	snapchat	sellanen setti uutena. 150 ilmaiskierrosta 20e talletuksella gonzos questiir	Ei	gämbäläys on k18			
15	23.03	snapchat	150 spinnii 20e depolla Gonzos Questiin	Ei	gämbäläys bonariehdot kannattaa kerrata			
16	26.02	snapchat	Ollaan saatu vähän uutuutta tänne saitille tälläen viikonlopun kunniaksi.	Ei	Ei			
17	25.03	snapchat		Ei	k18 "gämbäläys is k1 gonzos quest			
18	7.03	snapchat	Tuttuun tapaan lauri tarjoo kanuunalle 20e talletuksella 200 free spinnii aivan älytön bonari, nonstickyy ja spinnit tulee osissa	Ei	"gämbäläys on aina k18"			
19	22.04	snapchat	"Tulin just täst huonees nopeesti käväsee ja muisuttelee et Kanuuna on taas ykkösenä. Spinnit tulee tässä osissa, mutta 2x kierräts kokonaisuudessaan ihan hyvä setti. Tää löytyy ykkösenä 20e depolla parisataa ilmaiskierrosta.	Ei	"Gämbäläys is k18 yes yes, muista säännöt ja ehdot"			
20	5.04	snapchat	Buumi 200 kierrosta voitoilla vaan 1x kierräts normisti 50x en tiä kauan tää on joten tartu tarjoukseen k18. En tiä kauan tää on, joten tartu tähän tarjoukseen.	Ei	"k 18 setti"			
21	18.05	snapchat	Arvonassa 100€ k-lahjakortti eli voit valita sen minne vaan eli siirry tonne saitille siinä on Buumi ensimmäisenä 1x kierräts eli ota tarjous ja laita mulle screen shot ja arvotaan tää heti huomenna	Ei	"gämbäläys täysiikäisille"			
22	20.05	Snapchat	Leijonat vs itävalla tässä swipwup, muistakaa lukee tarksti tässä ei oikein voi hävitä	Ei	Ei	Ei voi oikeen hävitä		
23	21.05	Snapchat	Tehtaan takuu jos leijonat murskaa itävallan saat 57€ jos ei niin saat rahas takaisin! ei kierrätsvaatimusta	Ei	"Gämbäläys täysiikäisille"			
			Jengi kyselee aina et eitä joku hyvä bonari mitä ei oo vielä käytetty. Tässä					
25	31.05	Snapchat	Pistä saman diilin kun viimeviikolla eli swipeupin kautta löytyy listattuna kaikki parhaat tarjoukset	Ei	"gämbäläys täysiikäisille"			
26	9.6	snapchat	Tuolla mun sivuilla ois vielä toi KOI kasinotarjous eli 20€ depolla 200 ilmaisspinnii ihan hyvä tarjous mun mielestä	Ei	Ei	Vain mun sivujen kautta		
27	14.6	Snapchat	Tulin muistuttelee et mun sivuilla on vielä tarjous eli 1x kierräts 100 ilmaiskierrosta Koi kasinolle dog house peliin. VAAN mun sivun kautta. " Ei mitään eli k18 muistakaa että gämbäläys on aina gämbäläystä, ei oo tapa tehdä miljooni yms yms."	Ei	K18 merkk Katso teksti			
28	17.6	snapchat	Käykää tsiigaa sivut siel on päivitetty jokaselle jotain yms yms parhaat mitä tällä hetkellä löytyy	Ei	"gämbäläys täysiikäisille"			
29	22.6	Snapchat	Tulin vähän muistuttelee pikakasino.com täält löytyy parhaat pelimestat	Ei	"gämbäläys täysiikäisille"			
30	25.6	Snapchat	"Nyt on hyvä tälle sivulle ei mitään surkeita bonareita tuu. Vain tän sivun ke	Ei	Ei			
31	2.02	twitch	LATE night SLOTTEI	Ei	Ei			
32	3.03	twitch	aikainen rotta rotan nappaa :)	Ei	k18 merkki			
33	6.03	twitch	Otetaas muutama erinlainen ikimppa	Ei	Ei			
34	7.03	twitch	Maanantai ja pieni aamudepo! :) (mun kaveri Sanna on täällä)	Ei	Ei			
35	11.03	twitch	OSTOKIMPPA:) <3<3 ikimppa	Ei	Ei			
36	11.03	twitch	20.00 OSTOBONUSKIMPPAA !kimppa	Ei	Ei			
37	13.03	twitch	SUNNUNTAIN BONUSHUNTTI :) + HYVÄ RAFFLE IKIMPPA	Ei	Ei			
38	14.02	twitch	Mä rakastan sua!	Ei	Ei			
39	14.03	twitch	suloinen iltadepo! kimppa taas keskiviikkona <69!	Ei	Ei			
40	14.03	twitch	Ei tuu uni.....! Kimppa	Ei	Ei			
41	15.02	twitch	Moikkumoi :) !	Ei	Ei			
42	15.03	twitch	slots	Ei	Ei			
43	19.03	twitch	BONARIHUNTTI. !kimppa	Ei	Ei			
44	20.02	twitch	BONARIHUNTTI JOS SALDO SALLII...	Ei	Ei			
45	23.02	twitch	ä tällä hetkellä saada noist bonareista. Ja mitäsköhän pelei tos oli muutan	Ei	Ei			
46	24.03	twitch	VÄHÄ OMAA DEPOO JA SIT KIMPPAA AIKASI ET EHING LAIVAA. !kimppa	Ei	Ei			
47	11.04	twitch	Rapu täällä + Slotit. Bonarit sivuilla! Kimppaa ehkä tänään?... !kimppa (videolla pelataan muun muassa	Ei	Ei	HUOM: Twitch seurannassa ollut tauko		
48	11.04	twitch	Kraken slotsia)	Ei	Ei	Kaksi eri videota 11.4		
49	12.04	twitch	Toi tilitas	Ei	Ei			
50	13.04	twitch	Heräsin papukajana tänää. !kimppa /Bonarit sivuilla! (Jamming Jars peli, Sweet bonaza, Fruit Party..)	Ei	Ei			
51	15.04	twitch	Kimppa RAFLELLA KIITOS JA SUOMEEN. !kimppa /Bonarit sivuilla! (Jungle Spirit, Vikings.) Videossa myös arvotaan voittaja arvotaan ilmaiskierroksia streamiin osallistuien kesken Book of death peliin	Ei	Ei			

52	28.04	twitch	Back at it! Bonarit sivulla!	Ei	Ei			
53	28.04	twitch	ISOLLA BETILLÄ KIMPPAA! !kimppa	Ei	Ei			
54	8.5	twitch	feeling little bit sickyes/bonuses	Ei	Ei			
55	9.5	twitch	pieni depo tähän iltaan pelaa muun muassa legacy of dead	Ei	Ei			
56	9.5	twitch	moroo/bonuses pe	Ei	Ei			
57	10.5	twitch	lateksi livenä nyt	Ei	Ei			
58	27.5	twitch	Viideolla pelaa kasino slot pelejä	Ei	Ei			
59	31.5	twitch	Pelaa kasinopelejä	Ei	Ei			
60	1.06	twitch	Pelaa kasinopelejä twitchissä "Kimppa" 20€ depolla 200 ilmaiskierrosta vaan mun kautta normisti tätä ei oo ollenkaan. Gämbläys täysikäisille.	Ei	Ei			
61	7.6	snapchat		Ei				gämbläys täysikäisille
62	8.6	twitch	Slots	Ei	Ei			
63	9.6	twitch	Slots	Ei	Ei			
64	9.6	twitch	Slots	Ei	Ei			
65	17.6	twitch	kimppa! slots	Ei	Ei			
66	21.6	twitch	Legacy of dead slot peli	Ei	Ei			
67	Katrie Daler							
68	15.03	Instagram	Paras juuri nyt: 50 kierrosta twin spinniin. Talleta 20e saat 50 ilmaiskierrosta twin spiniin, pelaa nyt. Muistuttelen muuten tosta viikon partaasta tarjouksesta eli kun sä klikkaat tota linkkiä tai meet suoraat www.katriedaler.com niin 20e talletuksella saat 50 ilmaiskierrosta twin spin peliin.	Ei kerrottu	Ei			
69	16.03	Instagram	talleta 20e saat 150 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
70	22.03	Instagram	talleta 20e saat 150 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
71	23.03	Instagram	talleta 20e saat 150 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
72	25.03	Instagram	talleta 20e saat 150 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
73	1.04	Instagram	buumi kasinolla "laitoin 2e panoksen lähetään kattelee, jees 6 freespins ja 38e oli jo voitettuna, oho noni 43e iso win 83e jo ja tää on siis ihan ensimmäinen peli, mitä pelasin mun sivut on täytetty ja nyt on aikamoinen tarjous tälle viikolle eli kun sä talletat 20e saat 200 ilmaiskierrosta snakes and latters megadice peliin ja vain yhdellä kierrätyksellä eli on melkein varmoa voittoja tulossa	Ei kerrottu	Ei			
74	30.03	Instagram	kun sä talletat 20e saat 200 ilmaiskierrosta snakes and latter megadice ja vaan 1x kierrätys eli melkein varmoja voittoja tulossa	Ei kerrottu	Ei			
75	3.04	Instagram	200 kierrätysvapaata ilmaiskierrosta + 5e livekasinolle.	Ei kerrottu	Ei			
76	6.04	Instagram	Nopeasti ja helposti pelaamaan suoraan omilla pankkitunnuksilla "voitot nopeasti omalle tilille #pikakasinot	Ei kerrottu	Ei			
77	7.04	Instagram	#Buumia, ois taas 300e pelattavana alotan tällä. Videossa pelaa pelejä ja siinä näkyvillä voittosummia 336e, 756e, 111e, 93,210, 141, 72 "rahantuloa ei voi estää tässä pelissä"	Ei kerrottu	Ei			"Rahantuloa ei voi estää"
78	8.04	Instagram	katriedaler.com tallettavain 20e saat 100 ilmaiskierrosta ja 40e pelirahaa talletukset tuplana 300e asti!	Ei kerrottu	Ei			
79	12.04	Instagram	katriedaler.com tallettavain 20e saat 100 ilmaiskierrosta ja 40e pelirahaa	Ei kerrottu	Ei			
81	15.04	Instagram	katriedaler.com tallettavain 20e saat 100 ilmaiskierrosta ja 40e pelirahaa talletukset tuplana 300e asti!	Ei kerrottu	Ei			täsmällleen sama kuin 12.04
82	19.04	Instagram	20e 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders megadice-pliin katriedaler.com	Ei kerrottu	Ei			
83	22.04	Instagram	20e 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders megadice-pliin katriedaler.com	Ei kerrottu	Ei			täsmällleen sama kuin 19.04
84	23.04	Instagram	#Buumi sekä video jossa pelaa erilaisia pelejä Buumi kasinolla "tänään tuli taas hyviä voittoja"	Ei kerrottu	Ei			
85	26.04	Instagram	katriedaler.com talleta 20e saat 200 ilmaiskierrosta voitoilla ei kierrätysvaatimusta!	Ei kerrottu	Ei			
86	2.05	Instagram	#buumi bonussaldo 300e	Ei kerrottu	Ei			
87	3.05	Instagram	siellä on taas mun sivut päivitetty 20e saat 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders, josta mä viimeviikolla talletin isoimmat voitot ja vaan 1x kierrätys talleta 20e saat 200 ilmaiskierrosta vaan 1x kierrätys mistä talletin viimeviikolla hyvin. Pelaathan vastuullisesti.	Ei kerrottu	Ei			Pelaathan vastuullisesti
88	5.05	Instagram	ennen leffa ja peliiltää aattelin pelaa vähän buumia (videolla saldo 297	Ei kerrottu	Ei			
89	7.05	Instagram	Mainostaa uutuuspelejä buumilla videolla muun muassa voitto 166€	Ei kerrottu	Ei			
90	9.05	Instagram	Kaikki jotka tykkäätte pelata myös kasinopelejä, kasinosivut on päivitetty ja tässä viikon paras tarjous eli tallettamalla 20€ saat 40€ pelirahaa plus 100 ilmaiskierrosta. Mähän oon kotiuttanut isoimmat voittoni ilmaiskierroksilla eli ei kannata missaa tarjousta.	Ei kerrottu	Ei			
91	17.05	Instagram	Mä oon isot voittoni saanut ilmaiskierroksilta eli talleta 20€ saat 40€ pelirahaa ja 100 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
92	18.05	Instagram	videolla esittelee kahta lempipeliään sekä uutta pleiä yht noin 2minuuttia videolla voittosumma 54€ ja kertoo voittaneensa ensimmäisestä pleistä suuria summia	Ei kerrottu	Ei			
93	20.05	Instagram	www.katriedaler.com 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta ei kierrätystä 20€ talletuksella 40€ pelirahaa ja 200 ilmaiskierrosta non-stickyä pelatkaa vastuullisesti	Ei kerrottu	Ei			Pelaathan vastuullisesti
94	23.05	Instagram		Ei kerrottu	Ei			Pelaathan vastuullisesti
95	25.05	Instagram		Ei kerrottu	Ei			Pelaathan vastuullisesti
96	27.5	Instagram		Ei kerrottu	Ei			
97	31.5	Instagram	Hei kaikki kasinopelejä pelaavat mun sivut on päivitetty ja siellä viikon paras huipputarjous eli talletus tuplana ja 200 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			Pelaathan vastuullisesti
98	2.6	Instagram		Ei kerrottu	Ei			
99	4.6	Instagram	voit saada 15% bonuksen buumi kasinolta voitot tai hävisit Nyt on tiistai ja mun sivut on taas päivittyneet ja jos oot seurannu mua tiit et oon voittanu aika paljon ilmaiskierroksilla ja nyt niitä ois tarjolla mun lempipeliin ja se tulee tässä	Ei kerrottu	Ei			
100	7.6	Instagram		Ei kerrottu	Ei			

101	14.6	Instagram	Mun kasinosivut on päivittynyt ja nyt saat 100 ilmaiskierrosta ja noilla on vaan 1x kierrätys. Ite oon voittanu isoimmat voitot juuri noilla ilmaiskierroksilla	Ei kerrottu	Ei
102	28.6	Instagram	#Buumi megaways pelit ovat olleet jo vuosikausia nettikasinoiden rakastetuimpia pelejä. Ero tavalliseen on erilaisten voittotapojen määrä megawaysseissä jopa 100 000 eri tapaa voittaa	Ei kerrottu	Ei
103	21.6	Instagram	Pikakasinot.com listaa kaikki parhaat kasinot. Mulle on tullu nyt melkein viikottain joku isompi voitto.	Ei kerrottu	Ei
104	23.6	Instagram	Terveisiä Korfulta pikakasinot.com listaa pikakasinoita ja niiden parhaita tarjouksia ja sinne pääsee helposti kirjautumaan pankkitunnuksilla ja myös voitot saa nopeasti.	Ei kerrottu	Ei
105		Instagram	Jos kiinnostaa kierrätysvapaat ilmaiskierrokset niin kannattaa käydä kattoo mun sivu sillä niitä ois nyt tarjolla 200 sekä muita tarjouksia. Haluisin myös, että lähettäisitte mulle videoita tai screen shotteja teidän voitoista niin tiedän myös miten teillä menee.	Ei kerrottu	Ei
106	39.6	Instagram	Muistutus ilmaiskierroksista (video sama kuin viimeksi)	Ei kerrottu	Ei
107	2.7	Instagram	Tänään ku mä pelailen aijon kattoo vähän noita pelinvalmistajia että ne jotka on enemmän pelaileet on varmaan huomannu että eri sivuilla saattaa olla samoja pelejä. #Buumi (videolla myös pelaa muun muassa flip royale peliä Buumi kasinolla)	Ei kerrottu	Ei
108	7.7	Instagram	Tästä linkistä pääset mun sivuille ja siellä parhaimpana tarjouksena on ilmaiskierroksia jälleen eli vaan 20€ saat 200 ilmaiskierrosta eli kaikki voitot saat itsellesi ja ite henkilökohtaisesti mä oon voittanut parhaimmat voittoni ilmaiskierroksilla eli nyt jos koskaan kannattaa kokeilla vaikka ei olisi pelaillutkaan	Ei kerrottu	Ei
109	10.7	Instagram	Muistutus ilmaiskierroksista	Ei kerrottu	Ei
110	12.7	Instagram	Mun sivut on päivittynyt 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta non-sticky'nä eli jos voitot omilla rahoilla voit perua tarjouksen. Talletus myös tuplana 500€ asti. Ite voittanut isoimmat voittoni ilmaiskierroksilla.	Ei kerrottu	Ei
111	14.7	Instagram	Muistutus 12.7 tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei
112	Joni Hesselgren				
113	15.03	Snapchat	"saat 50 ilmaiskierrosta twin spinin peliin tallettamalla 20€ sun PLAYERZ p	Ei kerrottu	Ei
114	17.03	Snapchat	"Kun talletat 20 euroa sun KANUUNA-pelitalille saat 200 ilmaiskierrosta. Ilme	Ei kerrottu	Ei
115	20.03	Snapchat	talleta 20e sun KANUUNA-pelitalille & saat 200 ilmaiskierrosta (ilmaiskierro	Ei kerrottu	Ei
116	22.03	Snapchat	talleta 20e niin saat 150 ilmaiskierrosta non-sticky	Ei kerrottu	Ei
117	24.3	Snapchat	talleta 20e sun kassu pelitalille & saat 100 ilmaiskierrosta jaettuna allaolev	Ei kerrottu	Ei
118	26.03	Snapchat	talleta 20e sun kassu pelitalille & saat 100 ilmaiskierrosta jaettuna allaolev	Ei kerrottu	Ei
119	1.04	Snapchat	boomikasinoilla pelaa snakes and ladders megadice "omg mä sain bonusrou	Ei kerrottu	Ei
120	3.04	Snapchat	kun talletat 20e saat 200e Boomi kasinolla. Snakes and ladders megadice. I	Ei kerrottu	Ei

121	5.04	Snapchat	talleta 20e saat 200e ilmaiskierrosta kerran kierrätyksellä. En oo pitkään aikaan hehkuttanu mitään mut tää on sen arvoinen. Videossa näytetään miten ilmaiskierros hyödynnetään sekä sanotaan, että kamppis vain uusille asiakkaille, mutta sen voi kiertää käyttämällä myös toista pankkikorttia. Hän oli tallettamassa 20e ja talletti vahingossa 100 ja varottaa, että kannattaa olla varovainen kun tallettaa rahaa ja tarkistaa summan. "jos if you love gambling sillee kohtuudella älä ikinä mee perikatoon älä ikinä käytä sun viimesii rahoi we all know this shit its 's basic knowledge we all know this mut sitä ei voi painottaa tarpeeks"	Ei kerrottu	vastuullisuus
122	7.04	Snapchat	on tammönen mesta kun pikakasinot.com, mitä tää sivusto tekee on se listaa pikakasinoita ja voit kirjautua verkkopankkitunnuksilla helposti ja nopeasti ja rahan kotiuttaminen on nopeaa. Saat 200e ilmaiskierrosta plus 5e bonusrahaa livekasinolle	Ei kerrottu	voit ite päättää haluuko sä käyttää tän
123	9.04	Snapchat	"mä oon queen joka voittaa kasinolla aina rahaa. Mä en tiä mitä mieltä oon tästä pelistä en oo ikinä pelannut mä oon ollu all about snakes and ladders megadice. Ei tää kyl vedä vertoja mä haluun megavoittoja" videossa näytetään kun pelaa kasinopelejä	Ei kerrottu	Ei
124	11.04	Snapchat	nyt kun talletat 20e saat 40 e pelirahaa + 100 ilmaiskierrosta (non-sticky) joniesselgren.com	Ei kerrottu	Ei
125	14.04	Snapchat	talleta 20e saat sen tuplana (40e) + 100 ilmaiskierrosta! Talletuksen saa tuplana aina 300e asti hyödynnä tarjous tästä joniesselgren.com	Ei kerrottu	Ei
126	19.04	Snapchat	talleta 20e BUUMI kasinolla & saat 200 ilmaiskierrosta snakes & ladders megadice-peliin voitoilla vain 1x kierrätys	Ei kerrottu	Ei
127	23.04	Snapchat	Videolla pelaa peliä ja Buumi kasinolla Snakes and ladders ja mainitsee sen olevan lempipeli. Videolla näkyy voittosumma 132. Mainitsi ennen tätä voittoa, että peli ei nyt anna voittoja.	Ei kerrottu	c Ei
128	5.04	Snapchat	Videolla pelaa peliä ja Buumi kasinolla Snakes and ladders "meitsi tuli dominoimaan lautapeliä". Videolla näkyy voittosumma 253e	Ei kerrottu	Ei
129		Snapchat	videolla pelaa peliä Buumi kasinolla ja videolla näkyy voittosumma 120€	Ei kerrottu	Ei
130	17.05	Snapchat	Kassusivut päivitetty eli tallettamalla 20€ spinz kasinolla saat 40€ pelirahaa +100 ilmaiskierrosta eli raha tuplaantuu.	Ei kerrottu	k-18 merkki
131	19.05	Snapchat	Muistuttelin kasinotarjouksesta laitau tähän swipeup linkin eli 20€ talletuksella 40€ pelirahaa +100 ilmaiskierrosta you know what to do	Ei kerrottu	"gämbäläys on k18 swipe up jos gämbäläys
132	22.05	Snapchat	Esittelee lempipeliään snakes and ladders megadice ("niinkun tiiätte mä en oo hirveen hyvä kasinopeleissä mun seuraajat on laittanu kuvia isoista voittosummista mutta ite voittanut vain 200€ no se muuttu nyt! 515 kotiutus")	Ei kerrottu	Ei
133	23.05	Snapchat	Mun sivut on päivittynyt 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta non-sticky ja ei kierrätystä	Ei kerrottu	"gämbäläys on k18 babe"
134	1.12	Snapchat	27.05 voitit aamuaikaan 600€ mut ilta-aikaan täs mun isoin voitto jos oot vakiintunu kasinopelaaja kerro onks tässä joku #buumi	Ei kerrottu	Ei
135	30.05.00	Snapchat	30.5 talleta 20€ sun KANUUNA pelitalille ja saat 100 ilmaiskierrosta ja oot mukana 100€ kasinolahiakortin arvonnassa	Ei kerrottu	Ei

136	3.06	Snapchat	3.6 arvonta on päättynyt concrats @ voittaja	Ei kerrottu	Ei						
137	4.06	Snapchat	4.6 Boomilla on cashback ominaisuus jossa voit saada jopa 15% käteispalutuksen	Ei kerrottu	Ei						
138	7.06	Snapchat	7.6 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta KOI kasinolle	Ei kerrottu	Ei						
139	10.06	Snapchat	10.6 quick reminder kamppiksesta eli 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta magians secrettii its a fun game mä oon pelannu sitä pariin otteeseen. Mun nettisivut on auki 247 sä et tarvii swipeup linkkiä	Ei kerrottu	Ei	On pelannut					
140	12.06	Snapchat	12.6 darasunnuntaipelaillut sängynpohjalta best. Ennen mä pelasin vaa nopeesti mun saldot pois mut nykyään voisin pelaa koko päivän mut jos sulla on ongelmia pelaamisen kautta hae apuu. (Videolla pelaa myös peliä Buumilla ja kertoo kotiuttamisen nopeudesta ja helppoudesta)	Ei kerrottu	Ei	Jos sul on ongelma pelaamisen kaa hae apuu"					
141	13.06	Snapchat	13.6 talleta 20€ sun CoiKasino pelitiille saat 100 ilmaiskierrosta dog house peliin. Vain uusille asiaille. Uhkapelaus on k-18 pojat.	Ei kerrottu	Ei	"uhkapelaus on k-18 bois"					
142	15.06	Snapchat	15.6 talleta 20€ sun Koicasino pelitiille saat 100 ilmaiskierrosta the dog house tiille	Ei kerrottu	Ei						
143	17.06	Snapchat	17.6 kiitos #buumi (videolla pelaa megaways slot peliä) Megaways pelissä voittomahollisuuksia on kolossalisesti enemmän mitä normi slotissa. Ne elää ihan omaa elämänsä ja kiinteiden linjojen sijaan niiden määrä vaihtelee. Iso suositus	Ei kerrottu	Ei	Pelaa					
144		Snapchat	#pikakasinot.com listaa sulle parhaat kasinotarjoukset. Pikakasinolle pääset kirjautuu nopeesti pankkitunnuksilla ilman isompaa säätöä ja myös kotiutukset tulee nopeasti tiille.	Ei kerrottu	Ei						
145	23.06	Snapchat	23.6 pikakasinot.com listaa parhaimmat kasinotarjoukset. Pikakasinot ei vaadi rekisteröymistä vaan pääset kirjautumaan helposti pankkitunnuksilla myös kotiutukset nopeasti	Ei kerrottu	Ei	k-18 merkki					
146	28-Jun	Snapchat	28.6 Jos sun höyheniä ravitelee kierrätysvapaat ilmaiskierrokset niin mun sivut päivitty joka viikko joka päivä ja on auki 24/7. Siel ei oo vaan sitä yhtätarjousta jonka mä annoucaan täällä vaan ne vaihtelee	Ei kerrottu	Ei	Muista et gämläys on K-18					
147	30.06.2022	Snapchat	30.6 muistutus kierrätysvapaista ilmaiskierroksista ja kasinonettisivuista	Ei kerrottu	Ei						
148	2.07	Snapchat	2.7 mainosti omia sivujaan	Ei kerrottu	Ei						
149	5.07	Snapchat	Mainosti omia sivujaan ja tarjousta	Ei kerrottu	Ei						
150	8.07	Snapchat	8.7 Muistutus sivuista ja bonustarjouksesta kierrätysvapaisiin ilmaiskierroksiin	Ei kerrottu	Ei						
151	10.07	Snapchat	Muistutti bonustarjouksesta kierrätysvapaisiin ilmaiskierroksiin	Ei kerrottu	Ei						
152	15.07	Snapchat	15.7 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta ja talletus tuplana 500€ asti	Ei kerrottu	Ei						
153	17.07	Snapchat	17.5 sama kuin 15.7	Ei kerrottu	Ei						
154	19.07	Snapchat	19.7 mun nettisivut on jälleen päivittynyt 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta ja 5€ pelirahaa (galaxino) jos sä et laita mulle screen shottia sun voitoista ilma ne real MAD koska mä haluan nähdä ku sä ja mä haluan jakaa sen ilon sun kanssa koska tää on mahtava kamppis ja sä voit helposti kääri himaan kassit tällä succeed	Ei kerrottu	Ei	Kannustaa jakamaan voitoja					
155	21.07	Snapchat	21.7 muistutus aikaisemmasta + tämmöset kamppikset saa hyvälle mielelle ku niiden takana voi todella seistä	Ei kerrottu	Ei						
156	23.07	Snapchat	Muistutus aikaisemmasta	Ei kerrottu	Ei						
157	Waldemar "Vallu" Kettunen										
158											
159	2.04	Snapchat	#buumi videossa vallu pelaa 250e summalla buumikasinolla ja näyttää kuir	Ei kerrottu	Ei						
160	3.04	Snapchat	pelaa peliä, jossa näkyy saldolla muun muassa 285e #boomi mulla taas jäl	Ei kerrottu	Ei						
161	3.04	Snapchat	"siis huhhuh mun seuraaja kotiuttanu hullun potin mun sivujen kautta 1480	Ei kerrottu	Ei	Seuraaja kotiuttanut melkein 15k					
162	5.04	Snapchat	oikein ihanaa maanantai iltpäivää vaan teille kaikille kasinopelaajille t	Ei kerrottu	Ei						
163	7.04	Snapchat	pikakasinot.comiin listaa parhaimpia tarjouksia ja kasinoita. Pikakasinolle	Ei kerrottu	Ei						
164	11.04	Snapchat	talleta 20 e saat 100 ilmaiskierrosta sekä 40e pelirahaa NON STICKY bonus.	Ei kerrottu	Ei						
165	14.04	Snapchat	klikkaamalla tästä linkkitarrasta pääset tarjoukseen jossa tallettamalla 20€	Ei kerrottu	Ei						
166	19.04	Snapchat	talletta 20e saat 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders Megadice-peliin w	Ei kerrottu	Ei						
167	23.04	Snapchat	Tänään pelit meni tälle #Buumi (Videolla näkyy voittosummina muun mu	Ei kerrottu	Ei	Pelaa + miksi tykkää					
168	25.04	Snapchat	kun talletat 20 e sun KANUUNA kasino pelitiille saat 200 kierrätysvapaata	Ei kerrottu	Ei	K-18 maininta ja merkki					
169	26.04	Snapchat	viikon kuumin kassutarjous löytyy mun sivuilta wallunpelit.com talleta 20e	Ei kerrottu	Ei						
170	27.04	Snapchat	Talleta 20e saat 200 kierrätysvapaata ilmaiskierrosta wallunpelit.com	Ei kerrottu	Ei						
171	29.04	Snapchat	pelaa snakes and ladders, videossa näkyy voittosumma 259	Ei kerrottu	Ei						
172	30.04	Snapchat	videolla pelaa #buumi ja näkyy voittosummia 104.50 ja 50e ja 22,50e	Ei kerrottu	Ei						
173	3.04	Snapchat	tän viikon pelitarjous löytyy taas tuttuun tapaan mun sivuilta talleta 20e	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata vastuullisesti					
174	5.05	Snapchat	muistuttelin viikon parhaasta kassutarjouksesta wallunpelit.com 20e tall	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata vastuullisesti					
175	7.5	Snapchat	Tän päivän pelit #buumi (videolla voittosumma 1640)	Ei kerrottu	Ei	Pelaa + voittosumma 1640					
176	10.5	Snapchat	Lähettiin kokeilee uutta peliä kun vanhoissa ei hetkeen ollut niin hyvää tu	Ei kerrottu	Ei	Pelaa					
177	19.5	Snapchat	Tulin muistuttamaan viikon parhaasta kassutarjouksesta 20€ talletuksella	Ei kerrottu	Ei						
178	22.5	Snapchat	Mainostaa lempi peliään sekä sitä, että pelistä voittaa suuria summia. vide	Ei kerrottu	Ei	Pelaa					
179	24.5	Snapchat	Loistavia uutisia kasinopelaajille mun sivut on päivitetty eli www.wallunpe	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata vastuullisesti					
180	26.5	Snapchat	Tulin muistuttelemaan viikon parhaasta kassutarjouksesta eli tallettamalli	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata maltilla ja vastuullisesti					
181	28.5	Snapchat	Pelasin mun entistä lempipeliä, josta oon voittanu joskus mun isoimmat ko	Ei kerrottu	Ei	Pelatakaa vastuullisesti					
182	30.5	Snapchat	Kasinosivut päivitetty nyt löytyis talletus tuplana 500€ asti ja 200 ilmaiskie	Ei kerrottu	Ei	Pelatakaa vastuullisesti					
183	1.06	Snapchat	Hox Hox mun sivuilla on vielä viikon paras kamppis eli talletus tuplana 500€	Ei kerrottu	Ei						
184	6.6	Snapchat	Loistavia uutisia kasinopelaajille mun sivut on päivitetty eli www.wallunpe	Ei kerrottu	Ei						
185	11.6	Snapchat	Buumilla pääset helposti pelaamaan pelillä pankkitunnuksilla	Ei kerrottu	Ei						
186	13.6	Snapchat	Kasinson pelaajille huipputarjous www.wallunpelit.com pelatakaa vastuullisi	Ei kerrottu	Ei	Pelatakaa vastuullisesti					
187	16.6	Snapchat	Tulin muistuttamaan viikon parhaasta kassutarjouksesta 20€ talletuksella	Ei kerrottu	Ei						
188	18.6	Snapchat	Megaways pelissä on enemmän voittomahdollisuuksia kuin normi pelissä	Ei kerrottu	Ei	Enemmän voittomahdollisuuksia kuin normi					
189	20.6	Snapchat	#pikakasinot.com listaa sulle parhaat kasinotarjoukset. Pikakasinolle pää	Ei kerrottu	Ei						
190	22.6	Snapchat	Pikakasinot.comiin pääset helposti kirjautumaan pankkitunnuksilla ja voit	Ei kerrottu	Ei						
191	27.6	Snapchat	Jos kierrätysvapaat ilmaiskierrokset nappaa yhtään niin kannattaa tsekata	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata vastuullisesti					
192	29.6	Snapchat	muistutus kierrätysvapaista ilmaiskierroksista	Ei kerrottu	Ei						
193	2.7	Snapchat	muistutus kierrätysvapaista ilmaiskierroksista	Ei kerrottu	Ei						
194	4.7	Snapchat	Muistutus aikaisemman viikon kasinotarjouksesta ja omista sivuista	Ei kerrottu	Ei						
195	6.7	Snapchat	Mun sivuilta löytyy parhaimmat kasinotarjoukset (sama kuin aikaisemman	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata etenkin vastuullisesti					
196	7.7	Snapchat	Muistutus aikaisemmasta tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei	Muistakaa pelata etenkin vastuullisesti					
197	8.7	Snapchat	Tällaiset kotiutukset (900€) tulii lillain mun sivujen kautta	Ei kerrottu	Ei						

197	8.7	Snapchat	Tällaiset kotoutukset (900€) tuli jollain mun sivujen kautta	Ei kerrottu	Ei			
198	12.7	Snapchat	Ihania uutisia gämläajät nimittäin viikon paras tarjous on taas päivittynyt	Ei kerrottu	Ei			
199	12.7	Snapchat	Kuva	Ei kerrottu	Ei			
200	13.7	Snapchat	Muistutus tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
201	16.7	Snapchat	Muistutus tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
202	18.7	Snapchat	Paljon kysellään onko kierrätyksen tai onkos ole nyt saat 20€ talletuksella 2	Ei kerrottu	Ei			
203	20.7	Snapchat	Muistutus aikaisemmasta tarjouksesta +pelataan omien rajojen mukaan ei	Ei kerrottu	Ei	Pelatakaa omien rajojen rajojen mukaan		
204	23.7	Snapchat	Muistutus tarjouksesta (sama vide) gaaxino	Ei kerrottu	Ei			
205	26.7	Snapchat	Neljä päivää rypännyt ja ääni lähteny te tiiättekö miten se menee mut nyt r	Ei kerrottu	Ei			
206	27.7	Snapchat	Muistutus 26.7 tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
207	29.7	Snapchat	Muistutus 26.7 tarjouksesta (ei enää kauaa voimassa just tästä tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei	Ei kauaa voimassa		
208	1.8	Snapchat	Tätä tarjousta oli niin paljon kyselyt eli viime viikon paras kasinotarjous vie	Ei kerrottu	Ei			
209								
210			Emilia Ikonen					
211	21.03	Instagram	"jos voitat omalla rahalla pystyt perumaan bonustarjouksen" "hyvää pelion	Ei kerrottu	Ei			
212	24.03	Instagram	20€ talletuksella saat 150 ilmaiskierrosta Gonzos Quest peliin non sticky ta	Ei kerrottu	Ei			
213	1.04	Instagram	videoa jossa pelaa buum kasinolta peliä, videossa näkyy voittosummia 20€	Ei kerrottu	Ei	Pelaa		
214	31.03	Instagram	video, jossa pelaa ja voittaa 19,90 "1x kierrätys, melkein varma voitto, norma	Ei kerrottu	Ei			
215	3.04	Instagram	muistuttelin vielä tosta kasinotarjouksesta eli kun meet mun sivuille niin ei	Ei kerrottu	Ei			
216	6.04	Instagram	mikäli pikakasino.com ei ole tuttu paikka käy ihmeessä katsomassa. Saat ko	Ei kerrottu	Ei			
217	7.04	Instagram	"huullunmyllyt käynnissä myös pikakasinoilla. Jos et oo vielä käynyt käy ihm	Ei kerrottu	Ei			
218	9.04	Instagram	pelaa peliäBoomi kasinolla, jossa voittosummia 41.5, 342e	Ei kerrottu	Ei			
219	12.04	Instagram	emiliaikonen.com tallettamalla 20€ tai enemmän saat talletuksen tuplana	Ei kerrottu	Ei			
220	14.04	Instagram	emiliaikonen.com tallettamalla 20€ tai enemmän300€ asti saat talletuksen	Ei kerrottu	Ei			
221	17.04	Instagram	Tässä on hyvä kun voittaa saa aika uusia yrityksiä #boomi" voittoina näky	5	Ei kerrottu	Ei	Pelaa + voittosumma "nyt ei liikoja pelailla"	
222	19.04	Instagram	Elimiaikonen.com Tallettamalla 20€ saat 200 ilmaiskierrosta 1x kierrätys, us	Ei kerrottu	Ei			
223	23.04	Instagram	pelaa peliä Buumi kasinolla, jossa voittosumma 13 "tänään ei pelit sujunu	Ei kerrottu	Ei	Pelaa + miksi tykkää		
224	26.04	Instagram	Ei kierrätystä! Emiliaikonen.com 20€ talletuksella saat 200 kierrätysvapaata	Ei kerrottu	Ei			
225	28.04	Instagram	tänään tehty suursivousta ja kävin kokeilee pelionnee osoitteessa emiliai	Ei kerrottu	Ei			
226	30.4	Instagram	#Buumi (Videolla pelaa peliä ilmaiskierroksilla ja näkyy muun muassa 52€	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse + miksi tykkää		
227	3.05	Instagram	tallettamalla 20€ saat 200 ilmaiskierrosta 1x kierrätys normisti saattaa olla	Ei kerrottu	Ei	Superhyvä tarjous oon itseksi kokeillut		
228	5.05	Instagram	tallettamalla 20€ saat 200 ilmaiskierrosta 1x kierrätys	Ei kerrottu	Ei			
229	7.5	Instagram	Kävin testaa buumilla uutta prinsessa peliä (videolla näkyy muun muassa v	Ei kerrottu	Ei			
230	9.5	Instagram	mainosti uutuuspelejä #buumi videolla voitto 162€ ja lopussa talletus 600	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse		
231	17.5	Instagram	Uusi huipputarjous eli kun talletat 20€ saat 40€ pelirahaa +100 ilmaiskierro	Ei kerrottu	Ei			
232	18.5	Instagram	Aurinkoista päivää haluisin muistutella tosta parhaasta kasinotarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
233	20.5	Instagram	Videolla pelaa ja esittelee lempi peliään #Buumi kasinolla. Videolla muun	Ei kerrottu	Ei			
234	26.5	Instagram	Hei haluaisin muistuttaa viikon parhaasta kasinotarjouksesta eli 20€ taller	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse esittelee peljää		
235	28.05	Instagram	Tässä pelissä oon parhaimillaan voittanu yli 800 euroa. (näyttää videolla m	Ei kerrottu	Ei			
236	29.05	Instagram	Nyt jäi voitot vähän pieniksi (50€) #buumi	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse kertoo voittaneensa 800		
237	30.05	Instagram	talleta 20 e saat 200 ilmaiskierrosta sekä oot mukana 100€ lahjakortin arv	Ei kerrottu	Ei			
238	1.06	Instagram	Haluisin muistutella tosta 100€ lahjakortin arvonnasta teii on viimeiset hetk	Ei kerrottu	Ei			
239	6.6	Instagram	Kasinosivut taas päivittynyt 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta magians s	Ei kerrottu	Ei			
240	8.6	Instagram	20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta magians secret peliin ja tällä kasinoll	Ei kerrottu	Ei			
241	13.6	Instagram	20€ talletuksella 100 ilmaiskierrosta the dog house peliin ja ja tällä vaa	1x	Ei kerrottu	Ei		
242	15.6	Instagram	Muistuttaa aikaisemmasta tarjouksesta ja korostaa yhden kerran kierrätyst	Ei kerrottu	Ei	Hyvät mahdollisuudet voittaa		
243	23.6	Instagram	Pikakasino.comiin pääset kirjautumaan helposti ja nopeasti pankkitunnuk	Ei kerrottu	Ei			
244	27.6	Instagram	Hei jos sua kiinnostaa noi ilmaiskierrokset nii mee www.emiliaikonen.com	Ei kerrottu	Ei			
245	29.6	Instagram	muistutus kierrätysvapaista ilmaiskierroksista	Ei kerrottu	Ei			
246	1.7	Instagram	Tarjous	Ei kerrottu	Ei			
247	5.7	Instagram	muistutus edellisen viikon tarjouksesta (kierrätysvapaat ilmaiskierrokset)	s	Ei kerrottu	Ei		
248	7.7	Instagram	muistutus edellisen viikon tarjouksesta (kierrätysvapaat ilmaiskierrokset)	s	Ei kerrottu	Ei		
249	8.7	Instagram	muistutus edellisen viikon tarjouksesta (kierrätysvapaat ilmaiskierrokset)	s	Ei kerrottu	Ei		
250	12.7	Instagram	Hei noi parhaat kasinosivut on taas päivittynyt eli mee www.emiliaikonen.c	Ei kerrottu	Ei			
251	14.7	Instagram	muistutus edellisestä tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
252	16.7	Instagram	muistutus edellisestä tarjouksesta	Ei kerrottu	Ei			
253	18.7	Instagram	Mun kasinosivut on päivittynyt ja kaikki aina kysyy niitä ilmaiskierroksia ja	r	Ei kerrottu	Ei		
254	22.7	Instagram	Muistutus edellisestä	Ei kerrottu	Ei			
255			Jonna Paakkinen					
256	22.03	Instagram	20€ talletuksella 150 ilmaiskierrosta non-stickyä "jos tulee ongelma niin a	Ei kerrottu	Ei			
257	26.03	Instagram	20€ talletuksella 100 ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei	viikonlopun kunniaksi.		
258	24.03	Instagram	20€ talletuksella 100 ilmaiskierrosta (freespinnit jakautuu pariin eri peliin)	Ei kerrottu	Ei			
259	30.03	Instagram	20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders peliin ja mikä para	Ei kerrottu	Ei			
260	1.04	Instagram	pelasin tossa vähän kans #buumi videossa näkyy voittosumma 36€ ja 27€	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse		
261	3.04	Instagram	20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders ne kaikki saa heti	Ei kerrottu	Ei			
262	5.04	Instagram	kasinoiden ystävät nyt ollis super hyviä uutisia pikakasino.com listaa kasin	Ei kerrottu	Ei	Miksi tykkää		
263	7.04	Instagram	nyt #pikakasino.com sivulla löytyy hyvä bonari! 20€ talletuksella 200 kierrä	Ei kerrottu	Ei			
264	9.04	Instagram	pelaa videolla, jossa voittosummia 30€, 90€, 120€, 101,50€ ja alussa peliraha	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse		
265	12.04	Instagram	uus viikko uudet kujeet ja uus kassutarjous jonskibabe.com nyt on kova kar	Ei kerrottu	Ei			
266	17.04	Instagram	#boomi "tää aztec gems on mun lempari" (saldolla näkyy 247.35€ videossa	Ei kerrottu	Ei	Pelaa peliä		
267	18.04	Instagram	viikon paras tarjous jonskibabe.com 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta sr	Ei kerrottu	Ei			
268	20.04	Instagram	Jonskibabe.com 200 ilmaiskierrosta saat heti käyttöön	Ei kerrottu	Ei			
269	23.04	Instagram	#boomi aztec gems lempari (saldolla näkyy 240.31€ videossa myös esim 2	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse + voittosumma		
270	1.04	Instagram	Cassusivut päivitetty 20€ talletuksella 200 kierrätysvapaata ilmaiskierrosta	Ei kerrottu	Ei			
271	27.04	Instagram	Hetki aikaa viel nappaa tää 20€ talletuksella 200 kierrätysvapaata ilmaiskie	Ei kerrottu	Ei	Hetki vain aikaa napata tarjous		
272	29.04	Instagram	pelaa videolla "nopee helppo kirjautuminen verkkopankkitunnuksilla (ei re	Ei kerrottu	Ei			
273	3.04	Instagram	20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta snakes and ladders megadice peliin il	Ei kerrottu	Ei	Pelaa + nopee helppo kirjautuminen		
274	5.05	Instagram	viel hetken tää bonari mun sivuilla 20€ talletuksella 200 ilmaiskierrosta sn	Ei kerrottu	Ei			
275	7.5	Instagram	Buumilta löytyy paljon uutuus pelejä, mutta mä tydyn aina nähin vanhoihin	Ei kerrottu	Ei	Pelaa		
276	9.5	Instagram	Mainostaa buumin uutuuspelejä ja pelaa näitä. videolla muun muassa voit	Ei kerrottu	Ei	Pelaa uutuuspelejä		
277	17.5	Instagram	Cassusivut päivitetty talleta 20€ saat 40€ pelirahaa eli talletus tuplana ja si	Ei kerrottu	Ei			
278	19.5	Instagram	Muistutus tän viikon cassutarjouksesta 20€ talletuksella 40€ pelirahaa +100	Ei kerrottu	Ei			
279	21.5	Instagram	esittelee lempipeliään buumi kasinolla ja videolla näkyy muun muassa voi	Ei kerrottu	Ei	Pelaa itse voittosumma 277		

