



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Antti Salmensaari

Voittaako suomalainen aina?

Legitimiteetin rakentuminen Veikkauksen vastuullisuusraporteissa

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2020

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Antti Salmensaari		
Tutkielman nimi:	Voittaako suomalainen aina? : Legitimiteetin rakentuminen Veikkauksen vastuullisuusraporteissa		
Tutkinto:	Filosofian maisteri		
Oppiaine:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma Organisaatioiden viestintä		
Työn ohjaaja:	Heidi Hirsto		
Valmistumisvuosi:	2020	Sivumäärä:	86

TIIVISTELMÄ:

Suomen valtio-omisteisen rahapeliyhtiön Veikkauksen toimintaa ja asemaa kyseenalaistettiin vuonna 2019 enemmän kuin koskaan aiemmin nykyuotoisen Veikkauksen olemassaolon aikana. Julkisen kritiikin seurauksena yleisön usko Veikkauksen vastuullisuuteen ja legitimiteettiin horjui.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten legitimiteetti rakentuu Veikkauksen vastuullisuusraporteissa, joita on kuvailtu organisaation vastuullisuuden esittelykansioiksi. Tutkimuksessa käsitellään Veikkauksen vastuullisuusraportteja ennen ja jälkeen vuoden 2019 loppukesän ja syksyn julkista keskustelua.

Tutkimusmenetelmänä käytetään diskurssianalyysiin pohjautuvaa tulkitsevaa legitimaatioanalyysia, joka pohjautuu van Leeuwenin määrittelemiin organisaation neljään legitimointistrategiaan: auktorisaation, moralisaatioon, rationalisaatioon ja mytopoeesiin. Tutkimuksen edessä aineistohavaintojen pohjalta viidenneksi legitimointistrategiaksi tunnistetaan määrällistäminen, minkä avulla huomioidaan oikeuttaminen viittaamalla lukuihin tai tilastoihin. Analyysissa tutkitaan teemoittelua hyödyntämällä myös, millaisia legitiimin toimijan rooleja Veikkaukselle rakentuu vastuullisuusraporteissa.

Tutkimuksessa havaitaan, että oikeuttaminen Veikkauksen vastuullisuusraporteissa nojaa vahvimmin auktorisaation ja moralisaation legitimointistrategioihin. Auktorisaatio näyttäytyy aineistossa viittauksina lakeihin, säädöksiin ja viranomaisiin. Moralisaatioon perustuvassa legitimoinnissa keskeistä on yhteisen edun tavoittelu ja rikollisuuden torjunta. Teemoittelun avulla vastuullisuusraporteista tunnistetaan kolme erilaista roolia, joilla Veikkaus oikeuttaa olemassaoloaan ja toimintaansa. Tunnistetut roolit ovat auktoriteetti, hyväntekijä ja luotettava kumppani.

Veikkauksen viestinnästä nousevan hyväntekijän roolin havaitaan olevan legitimiteetin rakentamisen kannalta ristiriidassa suhteessa aiempaan suomalaiseen rahapelitutkimukseen. Tutkimustulosten yhteenvedon pohjalta voidaankin päätellä, että legitimiteetin rakentumiseksi Veikkauksen tulisi pystyä vastuullisuusraporteissaan osoittamaan ensisijaiseksi tehtäväkseen rahapelihaittojen ehkäisyn, takaisin yhteiskuntaan jaettavien rahapelituottojen keräämisen sijaan.

AVAINSANAT: Legitimiteetti, oikeutus, rahapelit, vastuullisuus, Veikkaus

Sisälllys

1	Johdanto	6
1.1	Tavoite	7
1.2	Aineisto	8
1.3	Menetelmä	10
2	Rahapelaaminen kiistanalaisena toimialana	12
2.1	Rahapelikulttuuri	13
2.1.1	Rahapelien ideologia	14
2.1.2	Motiivit rahapelaamisen taustalla	15
2.2	Rahapelimarkkinat	16
2.2.1	Rahapelaaminen Suomessa	17
2.2.2	Verkkopelaamisen yleistymisen vaikutukset Veikkauksen asemaan	19
2.2.3	Veikkauksen toimintaan kohdistettu kritiikki vuonna 2019	22
3	Legitimiteetin rakentuminen	24
3.1	Keskeiset legitimaatioteoriat ja käsitteet	25
3.1.1	Legitimaation kohde ja legitimiteetin lähde	27
3.1.2	Delegitimaatio ja illegitimiteetti	27
3.2	Legitimointistrategiat	28
3.2.1	Auktorisaatio	28
3.2.2	Moralisaatio	30
3.2.3	Rationalisaatio	32
3.2.4	Mytopoeesi	32
4	Legitimiteetin rakentuminen Veikkauksen viestinnässä	34
4.1	Vastuullisuusraporteista tulkittavat legitimointistrategiat	34
4.1.1	Veikkauksen toiminta nojaa lakeihin ja viranomaisvalvontaan	36
4.1.2	Veikkaus tekee yhteiskunnalle hyvää	41
4.1.3	Veikkaus mahdollistaa sidosryhmiensä menestyksen	46
4.1.4	Vastuullisuus vahvistaa Veikkausta	51
4.1.5	Kolme miljoonaa asiakasta ei voi olla väärässä	54

4.2	Vastuullisuusraporteista tunnistettavat roolit	58
4.2.1	Auktoriteetti	58
4.2.2	Hyväntekijä	60
4.2.3	Luotettava kumppani	63
4.3	Legitimaation kohde	66
4.4	Yhteenveto	69
5	Päätäntö	73
	Lähteet	79

Kuvat

Kuva 1. Jukka Jalonen roolimallina Veikkauksen vastuullisuusraportissa. (V18)	39
Kuva 2. Rahapeliteottojen jakautuminen Veikkauksen edunsaajille. (V19)	61

Kuviot

Kuvio 1. Sulkusta ja muita (2019, s. 8) mukailleen rahapelaamisesta aiheutuva kehä.	20
Kuvio 2. Sulkusta ja muita (2019, s. 8) mukailleen rahapeliteottojen jaon haaste.	21
Kuvio 3. Auktorisaatioon perustuva legitimointi.	28
Kuvio 4. Moralisaatioon perustuva legitimointi.	31
Kuvio 5. Veikkauksen legitimoinnin rakenne ja dynamiikka.	66

1 Johdanto

Suomen valtio-omisteisen rahapeliyhtiön Veikkauksen toimintaa ja asemaa kyseenalaistettiin vuoden 2019 aikana enemmän kuin koskaan nykymuotoisen Veikkauksen olemassaolon aikana. Kritiikki koski niin Veikkausta organisaationa ja sen toimia, kuin myös suomalaista rahapelialan yksinoikeusjärjestelmää, sen hyödyllisyyttä ja tarkoitusta. Julkinen paine sai elokuussa 2019 Veikkauksen vetämään mainontansa televisiossa, radiossa, printtimediassa, ulkomainonnassa ja sosiaalisessa mediassa tauolle kahden kohua herättäneen mainoksen takia. Mainosten laillisuudesta aloitti selvityksen myös Poliisihallitus (Rauhala, 2019). Veikkauksen pelikoneiden poistamiseksi kaupoista peliriippuvaisten ja alaikäisten saatavilta käynnistettiin Pelikoneet kauPOISta! -kansalaisaloite.

Suomessa Veikkauksella on laillinen monopoliasema eli arpajaislaissa (1286/2016) määritelty yksinoikeus rahapelien toimeenpanemiseen Suomessa. Eurooppalaiset rahapeliyhtiöt voivat kuitenkin tarjota pelejään suomalaisille verkossa, minkä takia Suomen sisäisestä monopoliasemastaan huolimatta Veikkaus joutuu kilpailemaan asiakkaista. Samalla Veikkaus tasapainottelee hankalassa tilanteessa, sillä organisaation on kerättävä edunsaajiensa toiminnan jatkuvuuden varmistamiseksi tuloja rahapelituotoista, vaikka Veikkauksen lakiin kirjattu perustehtävä on tuoton maksimoinnin sijasta rahapelihaittojen ehkäisy ja vähentäminen.

Veikkauksen markkinointiviestinnän vastuullisuutta Kilpailu ja -kuluttajaviranomaisen pyynnöstä tutkinut Helena Tuorila (2019, s. 9) totesi selvityksessään, että rahapelaamisen vastuullisuuselementit jäävät Veikkauksen viestinnässä toissijaiseen asemaan suhteessa pelimarkkinointiin. Euroopan unionin sääntöjen mukaan monopoliasemassa oleva yhtiö ei saa yllyttää ja rohkaista liialliseen pelaamiseen, mikä KKV:n selvityksessä nähtiin ristiriitaiseksi Veikkauksen markkinointikäytäntöjen kanssa (Tuorila, 2019, s. 27–29). Veikkauksen toiminnan kriittinen arviointi asettaa legitimitietin – Theo van Leeuwenin (2007, s. 91) tulkinnan mukaan organisaation olemassaolon oikeutuksen – tutkimukselle mielenkiintoisen lähtökohdan ja herättää kysymyksen, miten Veikkaus oikeuttaa vastuullisuusraporteissaan perustehtävänsä vastaisen toiminnan.

1.1 Tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten legitimizeetti rakentuu Veikkauksen vastuullisuusraporteissa. Legitimizeetillä tarkoitetaan organisaation olemassaolon ja sen toiminnan hyväksymistä tai oikeuttamista (Suchman, 1995, s. 574). Van Leeuwen (2007, s. 93) on tiivistänyt legitimizeetin yksinkertaisesti vastaamaan puhuttuun tai piilotettuun kysymykseen ”Miksi?”. Tarkastelen legitimizeettiä ja legitimizeatiota tarkemmin luvussa 3. Lähestyn tutkimustavoitetta kolmen tutkimuskysymyksen avulla.

- 1) Mitä legitimizeointistrategioita Veikkauksen viestinnästä voidaan tunnistaa?
- 2) Millaisia legitimizeimin toimijan rooleja vastuullisuusraporteissa rakentuu?
- 3) Mitä Veikkaus pyrkii oikeuttamaan?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla on tarkoitus selvittää, mitä van Leeuwenin (2007, s. 92; Leeuwen & Wodak, 1999, s. 108) erittelemistä neljästä legitimizeointistrategiasta (auktorisatio, moralisatio, rationalisatio ja mytopoesi) Veikkauksen vastuullisuusraporteista voidaan tunnistaa. Toisen tutkimuskysymyksen avulla puolestaan havainnoidaan, millaisia legitimizeimin toimijan rooleja Veikkaukselle rakentuu aineistossa. Kolmas tutkimuskysymys liittyy legitimizeetin rakentumisen kannalta keskeiseen kysymykseen, mitä halutaan oikeuttaa.

Oikeuttamista ja legitimizeointistrategioiden käyttöä osana legitimizeetin rakentumista on tutkittu paljon eri toimialoilta. Yhteiskunnallisen keskustelun äänekkyyteen verrattuna rahapeliyhtiöiden viestintää ja legitimizeatiota on kuitenkin tutkittu vähän. Suomessa rahapelaamiseen liittyvä tutkimus on keskittynyt mediarepresentaatioihin ja sosiologiseen kuluttajakäyttäytymiseen. Legitimizeetti rakentuu aina yleisön mielipiteistä, näkemyksistä ja kokemuksista, joten tutkimukseni linkittyy vahvasti aiempaan tutkimukseen yleisön kokemuksista. Suomalaisten mielipiteitä Suomen rahapelijärjestelmästä ja Veikkauksesta ovat tutkineet Tuulia Lerkkanen ja muut (2020) tutkimuksessa ”Citizens’ Perceptions of Gambling Regulation System: A New-Meaning Based Approach” ja Michael Egerer ja muut (2018) tutkimuksessa ”Rahapelitarjonnan tehtävä ja julkisuuskuva Suomessa”.

1.2 Aineisto

Veikkaus on Suomen valtion omistama rahapeliyhtiö, joka toimii Suomessa arpajaislain-säädännön suoman monopoliaseman puitteissa. Veikkauksella on hieman yli kaksi miljoonaa rekisteröinyttä asiakasta, mutta kokonaisuudessaan Veikkauksen pelejä pelaa vuosittain noin 3,4 miljoonaa yksittäistä henkilöä (Veikkaus, 2020). Vuoden 2018 vuosi-raportissaan Veikkaus ilmoitti liikevaihdokseen hieman yli kolme miljardia euroa, joskin Ylen MOT-ohjelman mukaan liikevaihto on kaikki pelivaihto mukaan laskettuna jopa 13 miljardia euroa (Juutilainen & Berglund, 2019). Veikkauksella on Suomessa yli 6 000 myyntipaikkaa ja 18 500 rahapeliautomaattia, joita vähennetään vuoden 2020 aikana 15 000:een (Veikkaus, 2020).

Veikkauksen tehtäväksi on arpajaislaissa (1286/2016) määritelty rahapeleihin osallistu-vien oikeusturvan takaaminen, väärinkäytösten ja rikosten estäminen sekä pelaamisesta aiheutuvien taloudellisten, sosiaalisten ja terveydellisten haittoja ehkäisy ja vähentämi-nen. Tehtävänsä Veikkaus suorittaa tulouttamalla osan rahapeliuotoista ministeriöiden kautta edunsaajajärjestöille. Veikkauksen pelikatteesta eli rahamäärästä, joka yhtiölle jää pelaajille maksettujen voittojen jälkeen, tuloutetaan edunsaajaministeriöille noin 58 prosenttia (Raijas & Pirilä, 2019, s. 20). Edunsaajaministeriöitä ovat maa- ja metsätalous-ministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä sosiaali- ja terveysministeriö. Lisäksi Veik-kaus maksaa 12 prosenttia arpajaisveroa sekä arvonnisäveroa (Raijas & Pirilä, 2019, s. 20).

Tutkimusaineistona ovat Veikkauksen vuoden 2018 ja 2019 vastuullisuusraportit. Kuvaja ja Malmelin (2008, s. 150) määrittelevät vastuullisuusraportin tehtäväksi tukea organi-saation strategiaa. Legitimaation näkökulmasta kyse on siis paitsi organisaation niin myös organisaation strategian oikeuttamisesta. Vastuullisuusraportti on julkaisu, jonka kohderyhmää ei ole eritelty. Siksi voidaan olettaa, että vastuullisuusraportissa Veikkaus pyrkii oikeuttamaan asemaansa ja toimintaansa niin yksilöllisellä tasolla kuin yhteiskun-nallisella tasolla. Vastuullisuusraportilla pyritään myös lisäämään ja ylläpitämään organi-saation mainetta (Kuvaja & Malmelin, 2008, s. 150). Maine linkittyy suoraan organisaat-ion legitimizeettiin, koska se kuvaa millaisena yleisö näkee organisaation.

Veikkauksen vuoden 2018 vastuullisuusraportti on 35 A4-paperiarkin suuruinen kokonaisuus, joka koostuu Veikkauksen toimitusjohtaja Olli Sarekosken puheenvuorosta, johdannosta ja neljäksi eri osioksi jaotellusta vastuullisuudesta kertovasta sisällöstä. Vastuullisuutta perustellaan raportissa yhtiön, yhteisön ja yksilön tasolla, sekä neljäntenä osa-alueena suhteessa vastuullisuutta mittaaviin GRI-standardeihin. Vuoden 2018 vastuullisuusraportti julkaistiin omana erillisenä kokonaisuutenaan. Vuoden 2018 vastuullisuusraporttiin viitataan tässä tutkimuksessa tekstissä julkaisuvuoden mukaan (Veikkaus 2019) ja aineiston analyysin esimerkeissä tunnisteella (V18).

Veikkaus julkaisi vuoden 2019 vastuullisuusraportin sisällytettynä yhtiön vuosiraporttiin. Vastuullisuusraportin koko ja sisältö vastaa kuitenkin vuoden 2018 vastuullisuusraporttia. Vuoden 2019 vastuullisuusraportti on kooltaan 31 A4-paperiarkkia. Se sisältää Veikkauksen laki- ja vastuullisuusjohtaja Pekka Ilmivallan puheenvuoron, johdannon ja vuoden 2018 vastuullisuusraportin tavoin neljä erilaista osiota vastuullisuudesta. Vastuullisuudesta kertovat osuudet on jaoteltu edellisvuoden tavoin yhtiön, yhteisön ja yksilön tasolle, sekä neljäntenä osa-alueena suhteessa vastuullisuutta mittaaviin GRI-standardeihin. Vuoden 2019 vastuullisuusraporttiin viitataan tässä tutkimuksessa tekstissä julkaisuvuoden mukaan (Veikkaus 2020) ja analyysin esimerkeissä tunnisteella (V19).

Kuvaja ja Malmelin (2008, s. 155) tulkitsevat vastuullisuusraportin yrityksen vastuullisuuden laajennetuksi käyntikortiksi ja eräänlaiseksi esittelykansioksi. Vastuullisuusraportti tähtää perusteluiden ja oikeutusten etsimiseen yhtiön toimintatavoille luottamuksen herättämiseksi (Malmelin, 2011, s. 127). Vastuullisuusraportit keskittyvät Malmelinin (2011, s. 100) mukaan muita julkisia dokumentteja enemmän juuri organisaation yhteiskuntasuhteeseen. Vastuullisuusraportit soveltuvatkin hyvin legitimaation tutkimukseen, koska raportti itsessään toimii organisaation oikeuttamisen välineenä (Malmelin, 2011, s. 96). Raportit nähdään usein jatkumona, jossa jokainen raportti viittaa saman yrityksen edellisiin raporteihin ja on suhteessa oman alansa yhteiskuntavastuuta koskeviin diskursseihin ja ongelmiin. Siksi aineistoksi on rajattu Veikkauksen vastuullisuusraportit ennen ja jälkeen vuoden 2019 kriittistä julkista keskustelua.

1.3 Menetelmä

Tämän tutkielman menetelmällisenä lähtökohtana käytetään tulkitsevaa legitimaatioanalyysia. Analyysi johdetaan tieteellisestä teoriapohjasta Theo van Leeuwenin legitimoitintähtästrategioihin perustuen. Menetelmä perustuu diskurssianalyyttiseen näkökulmaan siitä, miten legitimaatiokeinot voidaan nähdä maailman rakentamisen välineinä (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 4–5). Legitimaatiota tutkineet van Leeuwen ja Ruth Wodak (1999, 104–106) näkevät diskursiivisesta näkökulmasta legitimitietin sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muotoutuvana asiantilana, joka määrittää toimijan teot hyväksyttäviksi tietyssä organisaatiossa tai yhteiskunnallisessa kontekstissa.

Diskurssianalyysi on kielenkäytön tutkimukseen soveltuva menetelmä, jonka avulla tekstien merkityksiä pyritään tulkitsemaan niiden diskurssien kehyksissä, eli osana laajempaa kontekstia (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Diskurssianalyttisen tutkimuksen perustana on sosiaalinen konstruktionismi. Sosiaalisessa konstruktionismissa tarkastellaan merkitysten ja todellisuuden rakentumista (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 4–5). Diskurssiteoreettisessa suuntauksessa tarkastelun kohteena onkin, kuinka kielellisillä ja tekstuaalisilla ilmaisukeinoilla muodostetaan käsityksiä organisaatioista, todellisuudesta ja organisaatioiden konventioista (Phillips ja muut, 2004, s. 24).

Tässä tutkimuksessa diskurssianalyttinen pohja näkyy legitimoitintähtästrategioiden linkittymisenä kontekstiin ja diskursseihin, joiden kautta mahdollistuu kuvan rakentuminen maailmasta. Kontekstisidonnaisuus tarkoittaa tämän tutkimuksen kehyksessä sitä, että aineistosta löytyviä virkekokonaisuuksia ja legitimoitintähtästrategioita tarkastellaan suhteessa tiettyyn aikaan, paikkaan ja kulttuurilliseen kehukseen (Jokinen ja muut, 2008, s. 30). Diskurssiteoreettiseen ajatteluun kuuluu, että käsitykset syntyvät diskursseista ja ovat samalla diskurssien rajaamia. Näin muodostuu joukko diskursseja, jotka mahdollistavat tiettyjä toimija-asemia ja ääniä (Porttikivi, 2016, s. 23).

Porttikivi (2016, s. 9) näkee väitöskirjassaan organisaatioiden pyrkimykseksi oikeuttaa olemassaoloaan sopeutumalla yhteiskunnassa hyväksytyihin arvoihin, jotka

näyttäytyvät diskursseina. Diskursiivisen legitimaation käsitteellä viitataan siihen, että legitimitetin nähdään muodostuvan instituutioiden ja niiden toimintaa kuvailevien diskurssien kriittisestä tarkastelusta (Porttikivi, 2016, s. 23). Vaara ja muut (2006, s. 793) näkevät legitimitetin kuvailevan diskursiivisesti luotua tunnetta hyväksynnästä suhteessa tiettyihin diskursseihin tai diskurssijärjestyksiin, jolloin diskurssi itsessään määrittää legitimitetin tai sen puutteen.

Diskursiivinen legitimaatioanalyysi on luonteeltaan tulkitsevaa, koska analyysi tapahtuu aineistolähtöisesti tulkiten vastaanottajalle välittyviä viestejä vastuullisuudesta (Siltaoja & Vehkaperä, 2011, s. 207). Diskurssianalyttisen tutkimuksen lähtökohtana on perinteisesti nähty, ettei tekstiä ole olemassa ilman vastaanottajan tulkintaa, eikä teksti ole siten irrallista kontekstista, vaikka tutkija tekisikin vain yksityiskohtaisia havaintoja aineistosta (Siltaoja & Vehkaperä, 2011, s. 217). Valitsin legitimaatioanalyysin tämän tutkimuksen menetelmäksi, koska diskursiivisen näkökulmansa takia sen avulla valittu aineisto on mahdollista liittää laajempaan kontekstiin.

Analyysini etenee kolmiportaisesti tutkimuskysymysten mukaisesti. Ensimmäiseksi pyrin tunnistamaan, mitä van Leeuwenin (2007, s. 92) erittelemistä neljästä legitimoitistategiasta (auktorisatio, moralisatio, rationalisatio ja mytopoeesi) vastuullisuusraporteista on tulkittavissa. Näin saadaan kuva siitä, millaisia strategioita aineistosta on tunnistettavissa verrattuna teoriaan. Toiseen tutkimuskysymykseen vastatakseni käytän apuna teemoittelua. Teemoittelulla tarkoitetaan aineistolähtöistä tutkimusmenetelmää, jossa tekstimassasta haetaan yhdistäviä seikkoja (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Teemoittelun avulla on tarkoitus pystyä tunnistamaan aineistosta erilaisia kokonaisuuksia, joista legitimitetti rakentuu. Kokonaisuudet näyttäytyvät erilaisina rooleina, joiden kautta Veikkaus pyrkii osoittamaan olevansa legitiimi toimija. Viimeisessä vaiheessa pyrin vielä tarkastelemaan tekstiaineiston implisiittisintä osaa eli pohtimaan, mitä todellisuudessa halutaan oikeuttaa. Pyrkimyksenäni on löytää aineistosta syitä sille, miten legitimitettiä pyritään rakentamaan ja ylläpitämään siten, että rahapelaaminen nähdään myönteisenä.

2 Rahapelaaminen kiistanalaisena toimialana

Rahapeliyhtiöt toimivat niin kutsutulla kiistanalaisella toimialalla. Leung (2019, s. 98) tunnistaa kiistanalaisen toimialan piirteiksi tuotteet, palvelut tai konseptit, jotka aiheen arkuuden, säädyllisyyden, moraalien tai pelon vuoksi herättävät vastenmielisyyttä, inhoa tai raivostuneisuutta. Esimerkiksi tupakka- ja alkoholi-teollisuuden sekä rahapelialan toimijoiden tarjoamat palvelut tai tuotteet voidaan kokea epäeettisiksi, hyökkääviksi tai moraalisesti vääriksi (Leung, 2019, s. 98). Rahapeliyhtiöiden toimintaa pidetään epäeettisenä, koska niiden tulot koostuvat asiakkaiden tappioista ja ongelmapelaajat ovat yhtiöille merkittäviä asiakkaita. Alan toimijoita on kritisoitu vastuun siirtämisestä kuluttajalle ja oman toiminnan esittämisestä vilpittömänä (Geiger & Cuzzocrea, 2017, s. 263). Suomalaisen rahapelaamista tutkineiden Salosen ja muiden (2017, s. 551) mukaan 23,2 prosenttia pelaajista tuotti 80 prosenttia rahapelaamisen kokonaiskulutuksesta vuoden 2015 aikana ja viisi prosenttia pelaajista tuotti puolet kokonaiskulutuksesta.

Rahapelaaminen rinnastetaan usein terminä uhkapelaamiseen, koska englanninkielinen termi *gamble* käsittää suomeksi molemmat merkitykset. Erityisesti uhkapelaamisella on negatiivinen sävy. Stevensin ja Youngin (2010, s. 90) mukaan rahapelaaminen on yläkäsite erilaisille pelimuodoille kuten lottoamiselle, peliautomaateille, verkossa pelattaville rahapeleille, pokerille ja vedonlyönnille. Rahapelaamiseen liittyy aina riski panokseksi asetetun rahan häviämisestä. Raha- ja uhkapelaamisen termejä erottavana tekijänä voidaan nähdä pelaamisen uhkaavat sivuhaitat, kuten peliriippuvuus.

Suomessa termejä selkeimmin erottava tekijä on, että termiä *rahapeli* käytetään arpajaislaissa, mutta termi *uhkapeli* mainitaan rikoslaissa (Raijas & Pirilä 2019, s. 9). Suomen arpajaislaissa (1286/2016) rahapeleiksi määritellään sellaiset arpajaiset, joista pelaaja voi voittaa rahaa. Suomen rikoslain (563/1998) määritelmän mukaan uhkapelaaminen on puolestaan rahapelaamista, jossa mahdollisuudet voiton saamiseen perustuvat osittain tai kokonaan sattumaan tai pelaajasta riippumattomiin tekijöihin. Rahapelaaminen täyttää uhkapelaamisen kriteerit myös silloin, kun häviö on ilmeisessä epäsuhteessa ainakin jonkun osallistujan maksukykyyn.

2.1 Rahapelikulttuuri

Rahapeleissä pelaaja pelaa useimmiten rahallisen tuoton odotusarvoa vastaan, minkä takia rahapelaaminen voidaan nähdä rationaalisesti ajateltuna kyseenalaisena toimintana. Rahapelaamiseen liitetään usein sen haittavaikutukset ja rahapelaaminen rinnastetaan alkoholin, tupakkatuotteiden tai huumeiden kulutukseen (Strand & Lähteenmaa, 2010, s. 105). Länsimaisessa kulttuurissa rahapelaamisen suhtaudutaan kohtuupelaamisena kuten alkoholin kohtuukäyttöön ja hallittu rahapelaaminen näyttäytyy hyväksyttävänä ajanviettona, mutta liikapelaamista paheksutaan (Strand & Lähteenmaa, 2010, s. 105). Ikuisuuskysymyksenä onkin se, missä raja hallitun ja liikapelaamisen välillä kulkee (Schwartz & Raento, 2011, s. 7). Strand ja Lähteenmaa (2010, s. 98) ovat tunnistaneeet rahapeleistä erityisesti pokerin medioitumisen. Pokerista on tullut kulttuuri-ilmiö, jonka ympärille on syntynyt yhteisöjä ja pokerin pelaamisesta on tullut hyväksyttävä ammatti.

Tuukka Tammi (2012, s. 69) arvioi Suomen rahapelikulttuuriltaan vahvaksi maaksi. Suomen aikuisväestöstä jopa neljä viidestä on ilmoittanut pelaavansa rahapelejä säännöllisesti (Salonen & Raisamo, 2015, s. 32). Lerkkanen ja muut (2020, s. 89) vahvistavat tutkimuksessaan hypotesinsa, jonka mukaan rahapelikulttuuri on osa suomalaisten arkipäiväisiä kulutustottumuksia. Suomalaisten suosikkipelejä ovat Veikkauksen lottopelit, joita oli vuonna 2015 pelannut 69 prosenttia aikuisväestöstä (Salonen & Raisamo, 2015, s. 33). Lerkkanen ja muut (2020, s. 89) nostivatkin tutkimuksessaan yhdeksi teemaksi lottopelien markkinoinnin ”suomalaisten kansallisharrastuksena”.

Myös rahapelaamisen haitat ja rahapeli riippuvuus ovat kiistatta osa suomalaista yhteiskuntaa, sillä yli 100 000 suomalaista kärsii rahapeliongelmistä (Veikkaus, 2020). Peliriippuvuus määritellään addiktioksi (Strand & Lähteenmaa, 2010, s. 100). Taloudellisten haittojen lisäksi rahapelaaminen voi koitua haitalliseksi terveydelle ja ihmissuhteille sekä hankaloittaa työntekoa tai opiskelua. Suomessa rahapelihaitoista kärsivät eniten heikossa sosioekonomisessa asemassa olevat henkilöt (Salonen ja muut, 2017, s. 49, 65). Strandin ja Lähteenmaan (2010, s. 100) tutkimuksessa selvisi, että rahapelaajat tukeutuvat rahapelaamisen addiktiivisuuteen oikeuttaakseen rahapelaamistaan.

2.1.1 Rahapeli-ien ideologia

Muiden voittoa tavoittelevien yritysten tavoin myös rahapelejä tarjoavat yritykset pyrkivät mahdollisimman suuriin tuloihin. Rahapeliyhtiön voitot koostuvat niin kutsutusta pelikatteesta eli rahamäärästä, joka yhtiölle jää pelaajille maksettujen voittojen jälkeen. Käytännössä rahapeliyhtiöiden kate koostuu pelaajien häviämistä rahoista ja mahdollisimman suuri pelikate edellyttää mahdollisimman suurta pelaamista (Sulkunen ja muut, 2019, s. 23). Siksi rahapeleille on tyypillistä, että peleissä on pelaajan kannalta voiton- saannille negatiivinen odotusarvo. Pieni osa taitavista pokerinpelaajista ja urheiluvendon- löjistä voi ansaita suuria summia ja pystyä elättämään itsensä rahapelaamisella, mutta lähtökohtaisesti rahapelaaminen perustuu siihen, että pelinjärjestäjä voittaa aina. Tästä syystä rahapelaaminen voi tuntua ulkopuolisesta järjenvastaiselta.

Suomessa rahapelit on jaettu niin kutsuttuihin punaisiin ja vihreisiin peleihin, pelien mahdollisten haittavaikutusten ja vaarallisuuden perusteella (Tuorila, 2019, s. 17–18). Vihreisiin eli vähemmän vaaroja sisältäviin rahapeleihin kuuluvat muun muassa arvat, veikkauspelit ja lottopelit. Erityisen suurta pelihaittojen vaaraa sisältäviä punaisiksi luokiteltuja rahapelejä ovat muun muassa verkossa pelattavat pelit, kasinopelit ja suurin osa rahapeliautomaattien peleistä (Tuorila, 2019, s. 17–18).

Arpajaislain perusteella Veikkaus saa markkinoida vain vihreitä pelejä, joskin vihreiden ja punaisten pelien määrittely ei ole yksiselitteinen. Esimerkiksi kerran viikossa arvottavat lottopelit luokitellaan hidastempoiseksi ja siten peliautomaatteja turvallisemmiksi peleiksi, mutta peliautomaattien tavoin lottoaminenkin on mahdollista ylitse pelaajan omien varojen (Tuorila, 2019, s. 17–18). Tuorilan (2019, s. 27) mukaan kuluttajan kan- nalta vihreiden ja punaisten pelien erottaminen on vaikeaa. Lerkanen ja muut (2020, s. 89) esittävätkin tutkimustuloksissaan rahapelaajien huolen siitä, ettei Veikkauksen peli- markkinoinnista saa riittävää kuvaa pelaamisen riskeistä, vaan muun muassa lottopelit kuvataan harmittomina.

2.1.2 Motiivit rahapelaamisen taustalla

Raijaksen ja Pirilän (2019, s. 15) mukaan rahapelien monimuotoisuuden ja ominaisuuksien eroavaisuuksien takia pelien pariin hakeutuu erilaisia ihmisiä. Sosiaalitieteissä on esitetty teoria, että rahapelejä pelatessaan yksilö toteuttaa ihmiselle luontaista pelaamisen, leikkimisen, kilpailun ja riskinottamisen tarvetta (Goffman, 1969, s. 107–206). Toisaalta rahapelaamisen voi ajatella kuvaavan monen haavetta äkkirikastumisesta ilman vaivaa (Aasved, 2003, s. 36). Psykologisesta näkökulmasta rahapelaamisen motiiveiksi on luokiteltu karkeasti kaksi syytä: joko rahan voittaminen tai ongelmien pakeneminen (Griffiths & Delfabbro, 2001, s. 8). Yksilölliset taipumukset vaikuttavat asennoitumiseen rahapelaamista kohtaan ja sen kontrollointiin. Tiedostetut taloudelliset motiivit voivat esimerkiksi ajaa pelaajan tavoittelemaan nopeaa voittoa tai hävittyjen rahojen voittamista takaisin (Griffiths & Delfabbro, 2001).

Vuonna 2015 joka toinen suomalainen suhtautui rahapelaamiseen myönteisesti, mikä oli kansainvälisessä vertailussa poikkeuksellisen myönteistä (Salonen & Raisamo 2015, s. 44–46). Terveystieteiden tutkimuskeskuksen teettämän kyselyn perusteella suomalainen rahapelikäyttäytyminen onkin monisyistä (Salonen ja muut, 2017, s. 37). Vuonna 2016 puolet vastaajista kertoi pelaavansa mahdollisen rahallisen voiton takia. Kolmannekselle rahapelaaminen oli iloa ja jännitystä tarjoavaa ajanvietettä. Strand ja Lähteenmaa (2010, s. 105–106) ovat tunnistaneet niin kutsutun addiktio-puheen rahapelaamista selittävänä tekijänä. Heidän mukaansa sairaus-status tarjoaa kulttuurisesti hyväksytyä asemaa ja oikeuttaa toimintaa. Tällaiseen lääketieteelliseen diskurssiin tukeutuva pelaaja selittää rahapelaamistaan addiktiolla tai adrenaliinin hakemisella.

Veikkauksen viestintäpäällikkö Tomi Auremaan mukaan rahapelaamisen motiivit eivät ole aina rationaalisesti perusteltavissa. ”Ehkä monella on motivaattorina ajatus, että jos oma joukkue ottaa turpaan, niin saa ainakin rahaa”, Auremaa kommentoi Iltalehdelle 14. marraskuuta 2019 suomalaisten erikoista pelikäyttäytymistä lyödä poikkeuksellisia summia vetoa Liechtensteinin voiton puolesta jalkapallon EM-karsintaottelussa Suomea vastaan (Julku, 2019).

2.2 Rahapelimarkkinat

Rahapelaaminen on valtava markkina, jossa on kyse miljardeista euroista. Suomessa rahapelaamisesta kerättävä arpajaisvero päätyy osaksi valtion budjettia. Rahapeleistä saatuja tuottoja ohjataan muun muassa urheilulle, tieteelle, taiteelle, kulttuurille ja erilaisille kansalaisjärjestöille. Veikkauksen mukaan rahapelituottoja jaetaan hyvään tarkoitukseen noin miljardi euroa vuodessa ja rahapeleistä saaduilla tuotoilla on suuri merkitys eri palveluiden rahoittamisessa (Veikkaus, 2019; Raento, 2012, s. 7).

Euroopan unionin kullakin jäsenvaltiolla on oikeus toteuttaa rahapelaamista itselleen sopivaksi katsomallaan järjestelmällä, vaikka rinnakkaisista sääntelypuitteista aiheutuukin EU-alueen sisämarkkinoilla haasteita (Raijas & Pirilä 2019, s. 10). Monissa muissa EU-maissa rahapelitoiminta onkin järjestetty siten, että monikansalliset rahapeliyhtiöt maksavat eri valtioille toimintalisenssiä ja rahapelit toimivat kohdemaan verotuksen alaisuudessa (Schwartz & Raento, 2011, s. 2–3). Suomessa rahapelaamisen sääntelyn keinoksi on valittu kansallinen yksinoikeusjärjestelmä. Järjestely on Euroopan unionin jäsenmaissa ainutlaatuinen ja se on hyväksytty sillä ehdolla, että yksinoikeusjärjestelmällä ehkäistään parhaiten rahapelaamisesta aiheutuvia haittoja (Raijas & Pirilä, 2019, s. 5).

Vaihtoehtoisia rahapelitoiminnan järjestämisen malleja ovat mainittu lisenssijärjestelmä ja vapaat rahapelimarkkinat. Egererin ja muiden (2018, s. 46) mukaan lisenssijärjestelmän maksuilla voitaisiin tuottaa verotuloja Suomen valtiolle ja ohjata osa tuotoista yleishyödyllisiin tarkoituksiin. Lisenssijärjestelmän ongelmana on mielikuva ulkomaisista toimijoista. Niiden ajatellaan tavoittelevan liikevoittoa rahapelihaittojen kustannuksella. Näkemys ei ole ainutlaatuinen, koska muissakin maissa yksinoikeusjärjestelmän oikeuttamista on perusteltu kokemalla ulkomaiset tai monikansalliset rahapeliyhtiöt uhkana (Egerer ja muut, 2018, s. 46). Vapaille rahapelimarkkinoilla lisenssiluvan saisi kuka tahansa rahapelitoimija, eikä sääntelyä olisi (Egerer ja muut, 2018, s. 46). Egererin ja muiden mukaan vapaiden markkinoiden malli ei sääntelyn puutteiden vuoksi ole kannatettava, mutta he muistuttavat verkossa rahapelimarkkinoiden olevan käytännössä vapaat. Siksi tulisikin pohtia, toimiiko yksinoikeusjärjestelmä verkkoympäristössä.

2.2.1 Rahapelaaminen Suomessa

Rahapelaaminen on osa suomalaisten arkea ja Veikkauksen logo on näkyvästi esillä suomalaisessa yhteiskunnassa, oli kyse sitten rahapelaamisesta tai rahapelituottojen jakamisesta edunsaajille (Tuorila, 2019, s. 16). Entistä enemmän verkkoympäristöihin siirtyneestä pelaamisesta huolimatta rahapelaaminen näkyy mainonnan lisäksi fyysisinä peliautomaatteina kaupoissa, kioskeilla ja huoltoasemilla. Tuorilan (2019, s. 27) tutkimuksen mukaan Veikkauksen markkinointiviestinnässä aktiivisesta rahapelaamisesta muistutetaan ja rahapelaaminen näyttäytyy arkipäiväisenä kulutuskäyttäytymisenä. Mielestäni osansa rahapelaamisen arkisuudessa on medialla: milloin tavoitellaan lottopelissä jättipottia, milloin etsitään voittoansa lunastamatonta lottovoittajaa.

Suomi on ainoa EU-maa, jossa on kaikkia rahapelejä koskeva monopoli (Raijas & Pirilä, 2019, s. 11). Yksinoikeusjärjestelmä tarkoittaa, että Suomessa rahapelitoimintaa ei saa laillisesti järjestää tai markkinoida mikään muu taho kuin Veikkaus (Järvinen-Tassopoulos, 2012, s. 272). Ahvenanmaan raha-automaattiyhdistys Paf (Ålands Penningautomatförening) on poikkeus sääntöön, koska Paf saa järjestää rahapelitoimintaa Ahvenanmaalla. Verkkoympäristössä Paf:n pelejä pelataan myös Manner-Suomessa, mutta Paf ei saa markkinoida pelejään Manner-Suomessa. Suomalaisessa rahapelimallissa valtio omistaa rahapeliyhtiön, ja jakaa tuotot takaisin yhteiskunnan käyttöön hyvinvoinnin edistämiseksi.

Tammi (2012, s. 69) arvioi Suomen rahapelikulttuuriltaan vahvaksi maaksi, jossa pelaaamisen sääntely on löyhää. Ensimmäinen rahapelaamista sääntelevä laki säädettiin vasta 1965, vaikka rahapelitoimintaa oli harjoitettu Suomessa jo vuosikymmeniä (Raento, 2012, s. 8–9). Suomen liittyminen Euroopan unioniin 1995 oli merkittävä syy arpajaislainsäädännön muutoksille, koska suomalainen monopolijärjestelmä oli ristiriitainen EU:n vapaan liikkuvuuden sekä kilpailun periaatteisiin nähden (Raento, 2012, s. 9). Euroopan unionin sisämarkkinaohjelman mukaisesti EU-jäsenmaahan sijoittunut rahapelialan yritys saa markkinoida ja myydä palveluitaan koko EU:n sisämarkkina-alueella palveluiden vapaan liikkuvuuden periaatteiden mukaisesti (Raijas & Pirilä, 2019, s. 10).

Suomessa rahapelimonopolin oikeuttamiseksi riittänyt rahapeliuottojen ohjaaminen yhteiseen tarkoitukseen ei ollut Euroopan unionille riittävä syy monopolin oikeuttamiseksi. Suomen piti pystyä vakuuttamaan EU siitä, että suomalainen järjestelmä suojelee parhaiten kuluttajia rahapelaamisen sosiaalisilta haitoilta ja rikollisuudelta (Tammi ja muut, 2015, s. 747). Suomen rahapelimonopolia on sittemmin kyseenalaistettu Euroopan komission toimesta (Järvinen-Tassopoulos, 2012, s. 289). Viimeisimpänä Veikkauksen toimintaa on tarkastellut Suomessa Kilpailu- ja kuluttajaviranomainen syksyllä 2019.

Muun muassa Tammen ja Matilaisen mukaan suomalaisessa rahapelipolitiikassa on nähty keskeisenä teemana kansallisten etujen varjelu suhteessa muuhun maailmaan (Tammi, 2012, s. 66; Matilainen, 2017, s. 61). Matilainen kuvailee tätä väitöskirjassaan taloudellisen nationalismin käsitteellä. Matilainen viittaa taloudellisella nationalismilla tarpeeseen päästä eroon ulkomaisista vaikutteista, jotka olisivat voineet häiritä Suomen pelimarkkinoita (Matilainen, 2017, s. 61). Taloudelliseen nationalismiin liittyy Veikkauksen toiminnan oikeuttamisen perusajatus siitä, että suomalaisten rahojen tulisi jäädä Suomeen hyödyttämään suomalaisia. Matilainen mainitsee taloudellisin nationalismin syyksi rahapelikiellosta luopumiseen Suomen itsenäistymisen jälkeen.

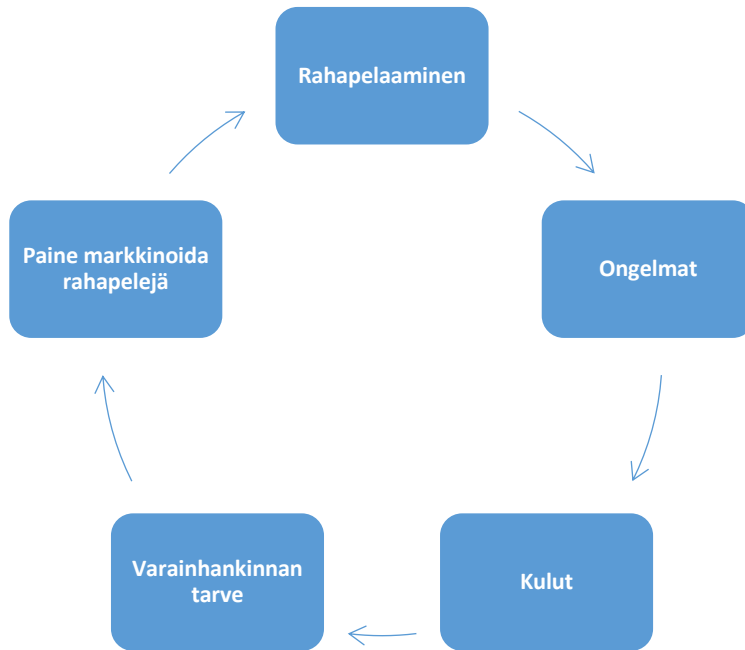
Helsingin yliopiston riippuvuuksien, yhteiskunnallisen sääntelyn ja hallinnan tutkimuskeskus CEACG:n tutkijat Michael Egerer ja Virve Marionneau (2019) ovat nostaneet esille keskustelussa yksinoikeusjärjestelmän tarpeellisuudesta, että rahapelijärjestelmä ei itsessään takaa vastuullista pelipolitiikkaa. Heidän mukaansa rahapeli-toiminnan järjestämisessä keskeistä on toimia kuluttajansuojelu edellä. Egerer ja Marionneau painottavat, että yksinoikeusjärjestelmän tai luvussa 2.2 avatun lisenssijärjestelmän sijaan tulisi keskittyä rahapelijärjestelmän sääntelymekanismeihin. Veikkauksen yksinoikeusjärjestelmän purkaminen ei siten välttämättä ratkaisisi mitään ongelmia. Sen sijaan Veikkauksen toimintaa tulisi heidän mukaansa tarkastella siten, että käytettävä rahapelijärjestelmä olisi kuluttajalle myös käytännön tasolla vastuullinen ja turvallinen. Egerer ja Marionneau (2019) mainitsevat mahdollisiksi sääntelykeinoksi muun muassa pelien poistamisen arkisista ympäristöistä ja rahapelien markkinointirajoitukset tai -kiellot.

2.2.2 Verkkopelaamisen yleistymisen vaikutukset Veikkauksen asemaan

Teknologinen murros on luonut rahapelialalle uusia taloudellisia kasvumahdollisuuksia, mutta toisaalta digitalisaatio on merkinnyt samalla kiristyvää kansainvälistä kilpailua (Raijas & Pirilä, 2019, s. 5). Monissa Euroopan unionin jäsenmaissa rahapelaamista verkossa säännellään tarkasti. Yleisimmin käytetty keino on rahapelisivustojen blokkaminen, jolla tarkoitetaan sivustoille pääsyn estoa tietyin määräjoituksin (Raijas & Pirilä, 2019, s. 13). Suomessa blokkamista ei haluttu ottaa käyttöön Fintoton, Raha-automaattiyhdistyksen (RAY) ja Veikkauksen rahapeliteimintojen yhdistyessä ja keskittyessä Veikkauksen alle vuonna 2017 (Hara, 2016). Valintaa perusteltiin muun muassa suomalaisen järjestelmän liberaalisuudella, mikä antaa suomalaisille mahdollisuuden pelaamiseen ulkomaisten palveluntarjoajien sivustoilla. Pelaamisen toivottiin kieltojen sijasta painottuvan itseohjautuvasti vapaaehtoisesti ja tehokkaasti Veikkaukselle (Hara, 2016).

Jälkeenpäin tarkasteltuna Veikkauksen toive ei ole toteutunut, eikä Veikkaus ole pärjännyt verkossa kilpailussa ulkomaisille toimijoille. Vuonna 2016 suomalaiset pelasivat ulkomaisille sivustoille arviolta 150 miljoonaa euroa, mutta vuonna 2018 määrän arvioitiin jo kaksinkertaistuneen 300 miljoonaan euroon (Järvinen-Tassopoulos ja muut, 2018, s. 71–72). Markkina-aseman kutistuminen verkkoympäristössä on aiheuttanut huolta Veikkauksen edunsaajissa, koska rahapelituottojen takia monesta toimijasta ja järjestöstä on tullut riippuvainen Veikkauksen menestyksestä. Veikkauksen edunsaajat jättivät maaliskuussa 2019 eduskuntaan vaatimuksen ulkomaisten toimijoiden blokkamisesta, jolloin suomalaisten pelaaminen ulkomaisille toimijoille estettäisiin (STT Info, 2019).

Vahvasta fyysisestä asemastaan huolimatta Veikkaus on paradoksaalisessa tilanteessa, jossa sen on pystyttävä keräämään kiristyneillä markkinoilla edunsaajilleen vuosittain yli miljardin euron tulot, mutta organisaation lakiin kirjattuna perustehtävänä on rahapelihaittojen ehkäisy ja vähentäminen. Tuorila (2019, s. 17) havaitsi tutkimuksessaan Veikkauksen joutuvan tasapainottelemaan markkinoinnissaan hyväntekijän ja voitontavoittelijan roolien välillä. Sulkunen ja muut (2019, s. 7–9) havainnollistavat tätä hankalaa suhdetta rahapelijärjestämän tuottojen ja julkisen rahoituksen välillä oheisilla kuvioilla.



Kuvio 1. Sulkusta ja muita (2019, s. 8) mukailten rahapelaamisesta aiheutuva kehä.

Kuvio 1 osoittaa rahapelaamisesta aiheutuvan kehää kiertävän syklin. Rahapelaamisesta (gambling) aiheutuu ongelmia (problems), joista aiheutuu yhteiskunnalle kuluja (costs). Kulujen kattamiseksi tarvitaan varoja (need for funds), mikä aiheuttaa paineen ohjata ihmisiä pelaamaan rahapelejä (pressure to promote).

Suomalainen rahapelijärjestelmä rakentuu juuri mallin mukaisesti. Veikkauksen (2020) mukaan yli sadallatuhannella suomalaisella on rahapeliongelma. Rahapeliongelmistä johtuva yksilön velkaantuminen, syrjäytyminen, mielenterveysongelmat ja muut yhteiskuntaa rasittavat seikat aiheuttavat yhteiskunnalle kuluja, minkä takia tarvitaan ongelmien hoitoon erikoistuneita järjestöjä. Yksi ongelmapelaaja vaikuttaa negatiivisesti keskimäärin 10-17 henkilöön lähipiirissään, useimmiten perheeseen ja ystäviin (Leung, 2019, s. 100).

Esimerkiksi rahapeliongelmia ehkäiseviä järjestöjä rahoitetaan rahapelituotoista, joten rahapelituotoille on selkeä tarve ja käyttötarkoitus. Tämä taas aiheuttaa painetta kannustaa rahapelaamiseen. Kuviolla 2 voidaan havainnollistaa kuviossa 1 esitetyn kehän vaikutusta rahapelituottoja saaville organisaatioille.



Kuvio 2. Sulkusta ja muita (2019, s. 8) mukailen rahapeliteottojen jaon haaste.

Kuvio 2 vastaavasti osoittaa, miksi ajatus rahapeliteottojen ohjaamisesta hyvään tarkoitukseen aiheuttaa ongelmallisen riippuvuussuhteen. Rahapelaaminen (gambling) tuottaa varoja (public revenue), joilla tuetaan järjestöjä ja palveluntuottajia (service providers). Näiden tahojen toiminnan laatu ja kehittäminen (resource needs) on riippuvaista yksilöiden rahapelaamisesta, jolloin ne myös hyötyvät ongelmapelaamisesta. Tämä voi aiheuttaa painetta ohjata ihmisiä rahapelien pariin (pressure to promote). Lerkkanen ja muut (2020, s. 90) ovat havainneet suomalaisten olevan tietoisia rahapelaamisen ja hyväntekeväisyyden ristiriitaisesta suhteesta, eikä osa tutkimukseen osallistuneista pitänyt Veikkausta niin vastuullisena toimijana kuin organisaatio viestinnässään antaa ymmärtää. Tutkimuksessa havaittiin vastaajien kokevan nykytuotoisen järjestelmän toimivan enemmän tulonsiirtona pelaajien välillä kuin pelaajien ja rahapeliyhtiön välillä.

Sulkunen ja muut (2019, s. 7–8) ovat nostaneet esille, että esimerkiksi rahapeliongelmia ja -haittoja ennaltaehkäisevät järjestöt voivat menettää rahoituksensa, mikäli ongelmapelaaminen todellisuudessa vähenisi merkittävästi. Raijas ja Pirilä (2019, s. 53) puolestaan muistuttavat, että suomalainen tapa osallistaa rahapeliteottojen edunsaajia rahapelaamisen sääntelyyn on poikkeuksellinen. Suomessa rahapeliteottojen edunsaajat ovat päättämässä rahapelipolitiikasta, koska sisäministeriön alaisessa Rahapeliasioiden neuvottelukunnassa sekä Veikkaus Oy:n hallintoneuvostossa on edunsaajien edustajia.

2.2.3 Veikkauksen toimintaan kohdistettu kritiikki vuonna 2019

Suomen rahapelijärjestelmää on kritisoitu muun muassa sen ideologisesta ristiriitaisuudesta. Ongelmalliseksi on nähty, että rahapelaamista sääntelevä ja kansanterveydestä huolehtiva valtio omistaa Veikkauksen, mutta samalla myös valvoo rahapelimonopolin toimintaa ja jakaa rahapelituotot edunsaajille (Karekallas ja muut, 2014, s. 27). Matilaisen (2017, s. 24) mukaan vallitseva tilanne on hankala myös edunsaajien näkökulmasta, koska moni esimerkiksi rahapelihaittoja hillitsevä ja torjuva sosiaali- ja terveysjärjestö saa rahoituksensa rahapelituotoista. Sulkunen ja muut (2019, s. 1–7) esittävät, että rahapelialan ja edunsaajien ympärille on muodostunut eräänlainen riippuvuusverkosto, johon kuuluvat rahapelaajat, pelinjärjestäjät, virkamiehet ja edunsaajat.

Vallitsevaa rahapelimonopolin järjestämistapaa, hyödyllisyyttä ja tarkoitusta sekä Veikkauksen toimintaa on julkisessa keskustelussa ravisteltu vuoden 2019 aikana enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Elokuussa Veikkaus ilmoitti laittavansa tauolle mainontansa niin televisiossa, radiossa, printissä, netissä, ulkomainonnassa kuin sosiaalisessa mediassa. Kohun taustalla olivat radiomainos, jossa psykologilta kysyttiin rahapelaamisen soveltuvuutta lisäjännityksen hakemiseen, sekä sosiaalisen median markkinoinnissa käytetty mainoskuva, jossa rahapelaaminen rinnastettiin arkiseksi päivärutiiniksi. Mainosten laillisuudesta aloitti selvityksen myös Poliisihallitus (Rauhala, 2019). Tuorilan (2019, s. 9–10) mukaan Veikkaus on yksi Suomen viidestä suurimmasta mainostajasta.

Lokakuussa Ylen MOT-ohjelma puolestaan selvitti, että Veikkaus pimittää todellisia lukuja liikevaihdostaan. MOT paljasti, että julkisesti Veikkaus puhuu liikevaihdostaan kolmesta miljardista eurosta, mutta todellinen liikevaihto on 13 miljardia (Juutilainen & Berglund, 2019). Merkittävä ero syntyy siitä, että liikevaihtoonsa Veikkaus laskee julkisesti vain peliautomaateista maksetut voitot, eikä peliautomaateissa kierrätettyä rahasummaa. Veikkauksen toimitusjohtaja Olli Sarekoski vastasi toimittajille kyseessä olevan ”yleinen käytäntö toimialalla”, mutta MOT:n selvityksen mukaan näin ei ole muissa Pohjoismaissa (Juutilainen & Berglund, 2019).

Veikkausta syytettiin tietojen pimittämisestä ja avoimuuden puutteesta myös elokuussa 2019, kun Veikkauksen pelitoiminnan ja markkinoinnin lainmukaisuutta valvova Poliisihallitus kertoi, ettei se ole saanut vastausta tekemäänsä tietopyyntöön (Honkamaa, 2019). Poliisihallituksen mukaan se teki jo 5. syyskuuta 2018 Veikkaukselle tietopyynnön, jossa Veikkausta pyydettiin arpajaislain perusteella toimittamaan uusi strategiansa sekä sitä koskevat toimeenpanosuunnitelmat. Poliisihallituksen arpajaishallintopäällikkö Saaramia Varvion mukaan Poliisihallitus ei ollut vielä vuotta myöhemminkään saanut Veikkauksen vuosien 2019–2021 strategian toimeenpanoon liittyviä suunnitelmia ja aikatauluja tarkasteltavakseen (Honkamaa, 2019).

Kilpailu- ja kuluttajavirasto aloitti vuonna 2019 selvityksen Veikkauksen toiminnan ja muun muassa markkinoinnin eettisyydestä (Heikkilä & Salokorpi, 2018). KKV:n selvityksen mukaan Veikkaus ei säännönmukaisesti noudata omia markkinoinnin vastuullisuusperiaatteitaan eikä markkinointia koskevia säännöksiä (Tuorila, 2019, s. 27–29). KKV vaatii Veikkaukselta vastuullisuuden lisäämiseksi monipuolisempaa mainontaa myös pelaimisen hallinnan välineistä kuin rahapeleistä. Euroopan unionin mukaan monopoliasemassa oleva yhtiö ei saa yllyttää ja rohkaista liialliseen pelaamiseen, mikä KKV:n selvityksessä nähtiin mielestä ristiriitaiseksi Veikkauksen markkinointikäytäntöjen kanssa (Tuorila, 2019, s. 27–29).

Vuonna 2019 tehtiin myös Veikkaukseen ja suomalaiseen rahapelijärjestelmään kohdistettu Pelikoneet kauPOISta! -kansalaisaloite. Kampanjan tavoitteena oli tuoda esille rahapeliongelmia kokeneiden kokemusasiantuntijoiden näkökulmia ja herättää keskustelua nykyisen rahapelijärjestelmän vastuullisuudesta (Sosped, 2019). Erityisesti kritiikki koski Veikkauksen fyysisten rahapeliautomaattien määrää ja sijoittelua (Kansalaisaloite, 2020). Kansalaisaloite oli käynnissä 20.3.-20.9.2019 ja se keräsi 31 911 kannatusilmoitusta (Sosped, 2019). Kansalaisaloite olisi vaatinut kuuden kuukauden aikana 50 000 kannatusilmoitusta edetäkseen eduskunnan käsittelyyn, joten kansalaisaloite avattiin uudelleen 22.10.2019. Vuoden 2020 maaliskuun loppuun mennessä uudella Pelikoneet kauPOISta! -kansalaisaloitteella oli 20 255 kannatusilmoitusta (Kansalaisaloite, 2020).

3 Legitimiteetin rakentuminen

Organisaation menestyminen vaatii legitimiteetin, eli organisaation olemassaolon ja sen toiminnan hyväksymisen tai oikeuttamisen (Suchman, 1995, s. 574). Van Leeuwenin (2007, s. 93) mukaan yksinkertaisimmillaan legitimiteetti on vastaus kysymykseen ”Miksi?”. Vastaus löytyy van Leeuwenin mukaan tekstin tasolta eksplisiittisesti eli suoraan auki kirjoitettuna tai implisiittisesti, jolloin lausumaton vastaus on pääteltävissä. PR-tutkimuksissa yritysten ja organisaatioiden on nähty toimivan yhteiskunnan luvalla, mikä tarkoittaa, että niiltä odotetaan vastuullisuutta yritysmaailmassa. Varsinkin kun tietoisuus vastuullisuudesta ja yhteiskuntavastuun merkitys kuluttajille ovat kasvaneet, ei organisaatio pysty toimimaan lainkaan ilman ansaittua legitimiteettiä. Porttikivi (2016, s. 22) kuvailee legitimiteettiä tilapäiseksi ja epävakaaaksi tilaksi, joten legitimiteetin ylläpitäminen on jatkuva prosessi ja legitimiteettiä täytyy jatkuvasti rakentaa.

Legitimiteetti rakentuu useimpien määritelmien mukaan yleisön mielipiteestä, joten se muotoutuu viestinnän kautta. Van Leeuwen (2007, s. 91) näkee viestinnän oikeuttamisen työkaluna, koska sen avulla legitimiteettiä voidaan rakentaa erilaisin keinoin. Kärjistyimmillään kaikki kielenkäyttö on hänen mukaansa määriteltävissä osaksi legitimaatiota. Leung (2019, s. 98–99) kuvailee tutkimuksessaan kiistanalaisten toimialojen organisaatioiden tyyppilliseksi pyrkimykseksi proaktiivisen viestinnän legitimiteetin saavuttamiseksi korjaavan legitimaation sijaan, ja aiempien tutkimusten osoittavan, että kiistanalaisilla toimialoilla yhteiskuntavastuusta pyritään raportoimaan legitimiteetin varmistamiseksi.

Suchmanin (1995, s. 586) mukaan legitimiteetti ei viestinnässä perustu vain yhteen semioottiseen moodiin eli ilmaisukeinoon. Legitimiteettiä kuvaillaan usein multimodaalisesti tekstin ja kuvien kautta visualisoiden. Visuaalisesti legitimiteetti voi rakentua esimerkiksi moraaliseen arviointiin linkittyvistä symboleista tai auktoriteettina toimivan roolimallin esimerkistä (Leeuwen, 2007, s. 106). Lähestyn tätä tutkimusta Theo van Leeuwenin määrittelemien neljän legitimointistrategian kautta. Seuraavissa alaluvuissa esittelen tutkimuksen kannalta keskeisiä legitimaatioteorioita ja käsitteitä, sekä tutkimuksen lähtökohtana sovellettavia van Leeuwenin legitimointistrategioita.

3.1 Keskeiset legitimaatioteoriat ja käsitteet

Legitimiteetti tulee terminä erottaa legitimaatiosta. Legitimaatio kuvaa prosessia, jonka seurauksena legitimizeetti muodostuu. Kielitieteissä legitimaatio määritellään sellaiseksi sosiaalisesti toiminnaksi, joka yhteiskunnan normien sisällä määrittelee sosiaaliset toimijat ja niiden teot hyväksyttäväksi ja oikeutetuiksi (Rojo & Dijk, 1997, s. 560). Toisaalta vaikka legitimaatioprosessi rakentuu yksilöllisistä ja subjektiivisista arvioista, on sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muodostuva legitimizeetti kuitenkin yleistetty ja yhtenäiseksi luokiteltava käsite (Tost, 2011, s. 689). Legitimaatioprosessissa arvioita tekevät niin organisaation sisällä olevat henkilöt kuten työntekijät kuin myös ulkoiset tahot kuten erilaiset sidosryhmät. Sidosryhmiin voi kuulua yrityksen asiakkaita, yhteistyökumppaneita tai mediaa, jolloin muodostuu laaja joukko organisaation toimintaa arvioivia henkilöitä (Bitektine & Haack, 2015, s. 50). Prosessi muodostuu argumentaatiosta, jolla perustellaan sosiaalisia toimia, ideoita ja ajatuksia legitimoitavan asian hyväksymiseksi (Reyes, 2011, s. 782).

Suchman (1995, s. 571) jaottelee organisaation legitimaatiolle kolme tyyppiä: pragmaattisen, moraalisen ja kognitiivisen legitimaation. Pragmaattinen legitimizeetti perustuu organisaation tärkeimpien sidosryhmien tai yleisön laskelmoivaan harkintaan. Nämä toimijat pitävät organisaatiota legitimiinä silloin, kun he kokevat hyötyvänsä organisaatiosta rahallisesti joko suoraan tai välillisesti (Suchman, 1995, s. 577). Kognitiivinen legitimaatiotyyppi edustaa ajattelutapaa, jossa organisaation toimintaa, organisaatorakennetta tai johdon käyttäytymistä pidetään yhteiskunnalle välttämättöminä, jolloin legitimaatio perustuu itseäänselvyyksiksi miellettyihin olettamuksiin. Kognitiivinen legitimizeetti on pääosin alitajuista, joten siihen on hankala vaikuttaa tietoisesti ulkopuolelta (Suchman, 1995, s. 582). Moraalinen legitimizeetti rakentuu sosiaalisesti, kun organisaation toimintaa tai käytäntöä arvioidaan (Suchman, 1995, s. 579). Moraalinen legitimizeetti eroaa pragmaattisen tyyppin ajatuksesta oman edun tavoittelusta, ja Suchman näkee moraalisen legitimizeetin rakentuvan julkisessa keskustelussa, johon myös organisaation täytyy osallistua (Suchman, 1995, s. 585).

Suchman (1995, s. 576) jaottelee legitimiteetin tarkastelemisen erikseen vielä strategiiseen ja institutionaaliseen näkökulmaan. Institutionaalisisessa teoriassa legitimiteetti kuvaillaan kollektiiviseksi käsitykseksi tai oletukseksi siitä, että organisaation tai yrityksen teot ovat kunnollisia ja sopeutuvat sosiaalisten normi-, arvo- ja uskomusjärjestelmien sisälle (Suchman 1995, s. 574). Organisaation legitimiteetti linkittyy osaksi yhteiskuntavastuuta, koska vastuullisen toiminnan voidaan nähdä edistävän legitimiteettiä erityisesti ulkoisten sidosryhmien näkökulmasta.

Strategisessa legitimaatioteoriassa legitimiteetti nähdään puolestaan strategisena resurssina. Todellisuudessa organisaatiot eivät kuitenkaan ole osa vain yhdenlaista legitimaatiota, minkä takia teorioiden jaottelu täysin erilleen on hankalaa. Suchmanin (1995, s. 577) mukaan legitimiteetti muodostuu sekä ulkoisten sidosryhmien myöntämänä hyväksyntänä ja oikeutuksena kuten institutionaalisisessa teoriassa, mutta myös strategisena resurssina yrityksen sisäisenä vaikuttamisena. PR-tutkimuksessa legitimiteetti on ensisijaisesti resurssi, jota suhdetoiminnalla voidaan muokata (Suchman, 1995, s. 577). Tutkimukseni perustuu osin tähän näkökulmaan, koska Veikkauksen voidaan olettaa pyrkivän vastuullisuusjulkaisuillaan nimenomaan vaikuttamaan sidosryhmiinsä.

Breezen (2012, s. 4) mukaan legitimoiva viestintä kohdistuu erityisesti median ja sidosryhmien suuntaan ja viestinnän tavoitteena on saavuttaa tila, jossa organisaatiolla on riittävä hyväksyntä yleisöltä, jotta organisaatio voi toimia vapaasti. Breeze (2012, s. 4) näkee legitimaation toteutuvan ylhäältä alaspäin, koska valtaa pitävillä on tapana legitimoida itseään tai toimintaansa niille, joiden kuuliaisuuteen he luottavat. Legitimoinnin motiivina on hänen mukaansa usein tilanne tai muutos, joiden takia organisaatio kokee tarpeen oikeuttaa toimintaansa yleisölle. Toisaalta oikeutuksen hakemisen taustalla voi olla myös esimerkiksi tarve valta-aseman saamisesta tai ylläpitämisestä, sosiaalisen hyväksynnän saavuttamisesta tai suhteiden parantamisesta eri sidosryhmiin (Reyes, 2011, s. 782). Breezen (2012, s. 4) mukaan legitimiteettiä tavoitteleva taho esittää syitä, perusteluja ja hyväksyttäviä argumentteja mahdollisten epäkohtien puolustamiseksi. Legitimiteettiin pyrkivällä taholla ei ole tapana vastata kritiikkiin suoraan (Breeze, 2012, s. 4).

3.1.1 Legitimaation kohde ja legitimizeetin lähde

Deephousen ja Suchmanin (2008, s. 54) näkemyksen mukaan legitimaation kohde voi olla organisaatiokulttuurissa melkein mikä tahansa. Organisaation legitimizeettiä voidaan arvioida muun muassa rakenteiden, toiminnan, suhdetoiminnan tai perusidean perusteella. Koska legitimizeetti on aina suhteessa sen hetkiseen tilanteeseen ja kontekstiin, voi legitimaatio kohdistua myös yksityiskohtaisiin asioihin, kuten organisaatiojohtoon henkilöinä tai organisaation käytäntöihin (Deephousen & Suchman, 2008, s. 54).

Legitimizeetti on usein lähtöisin yhteiskunnallisista mielipidejohtajista tai tahoista, jotka yleisesti ovat määritelleet hyväksyttävää toimintaa. Tällainen taho voi olla esimerkiksi valtio tai muut yleisesti hyväksytyt auktoriteetit, kuten juristit ja tutkijat (Leeuwen, 2007, s. 106). Legitimizeetin lähde ei silti usein ole mikään ylempi taho, vaan legitimaatio rakentuu käytännössä sidosryhmien kautta (Suchman, 1995, s. 574). Veikkauksen tapauksessa valtio on lailla oikeuttanut Veikkauksen aseman, mutta osa yleisöstä ei enää ole vakuuttunut valtion suomen legitimizeetin oikeellisuudesta.

3.1.2 Delegitimaatio ja illegitimizeetti

Legitimaation eli oikeuttamisprosessin vastakohta on delegitimaatio, mikä tarkoittaa organisaation toiminnan ongelmakohtia osoittavaa prosessia (Tost, 2011, s. 686). Delegitimaation seurauksena seuraa muutostila, jonka tarkoituksena on pyrkiä saamaan menetetty legitimizeetti takaisin. Muutoksessa rakentuvan organisaatorakenteen tai toiminnan on oltava aiempaa legitimeimpää vakiintuakseen käytännöksi (Tost, 2011, s. 686).

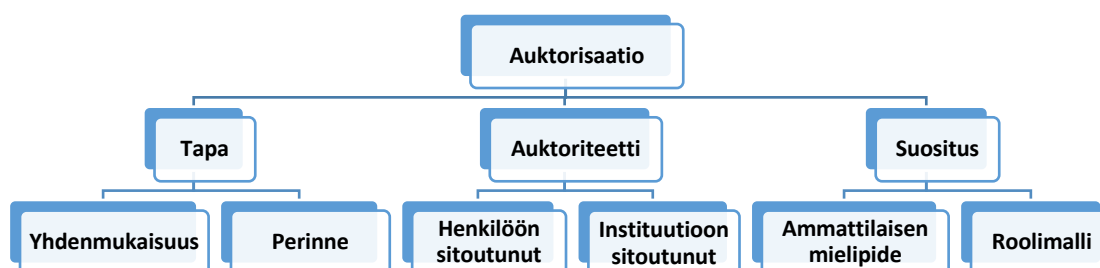
Illegitimizeetti, eli legitimizeetin puute voi esiintyä esimerkiksi sosiaalisen järjestyksen vastustamisena tai kansanliikkeenä muutoksen ajamiseksi (Tost, 2011, s. 687). Näen sosiaalisesta mediasta käynnistyneen Pelikoneet kauPOISta! -kansalaisaloitteen Tostin kuvailemana illegitimizeettitekona, johon Veikkauksen on luultavasti täytynyt jollakin tapaa reagoida vuoden 2020 vastuullisuusjulkaisuissaan.

3.2 Legitimointistrategiat

Van Leeuwen (2007) erittelee kaikkiaan neljä erilaista legitimointistrategiaa, joista osa haarautuu vielä omiin alaluokkiinsa. Legitimointistrategiat pohjautuvat van Leeuwenin ja Ruth Wodakin vuonna 1999 julkaistuun tutkimukseen Itävallan maahanmuutosäännöksistä. Van Leeuwen ja Wodak kehittivät diskurssianalyysin pohjalta neljä legitimointistrategiaa: auktorisaation, moralisaation, rationalisaation ja mytopoesin. Käsittelem strategiota tarkemmin seuraavissa alaluvuissa. Fairclough (2003, s. 98–100) näkee legitimointistrategiat erityisinä tapoina käyttää diskursiivisia resursseja siten, että käsitteiden muodostaminen tietyn toimijan tai käytännön legitimiudesta on mahdollista.

3.2.1 Auktorisaatio

Van Leeuwenin (2007, s. 92) esittämistä legitimointistrategioista yksi yleisimmistä on auktorisaatio. Auktorisaatiossa legitimeetin osoitetaan syntyvän esimerkiksi perinteen, tavan tai lain voimasta. Auktorisaatiossa legitimeetti voi olla joskus vain yhden henkilön suoma, eikä taustavoimaksi tarvita organisaatiota. Auktorisaatio jakautuu edelleen pienempiin alaluokkiin. Alaluokat muodostuvat sen mukaan, mihin legitimeetin antava auktoriteetti on kiintynyt. Jaotteluun kuuluvat tapaan perustuva auktorisaatio, yksilön tai järjestelmän auktoriteettiin perustuva auktorisaatio sekä suositukseen perustuva auktorisaatio (Leeuwen, 2007, s. 97). Jaottelua on havainnollistettu kuviossa 3.



Kuvio 3. Auktorisaatioon perustuva legitimointi.

Tapaan perustuva auktorisaatio näyttäytyy van Leeuwenin (2007, s. 96) mukaan yhdenmukaisuuden tavoitteluna tai perinteeseen vetoavana. Yhdenmukaisuuden tavoittelussa organisaatio pyrkii saavuttamaan legitimitetin helpoiten toimimalla kuten muutkin sitä ympäröivät organisaatiot. Tapaan perustuvassa auktorisaatiossa legitimitetin nähdään edellyttävän organisaation toiminnan yhdenmukaisuutta ensisijaisesti sen tärkeimpiin sidosryhmiin nähden, mutta toisaalta myös kilpailijoihin nähden. Yhdenmukaisuuden tavoittelu kytkeytyy aiemmin mainittuun institutionaaliseen teoriaan.

Perinteisiin vetoavassa auktorisaatiossa legitiimi asema puolestaan saavutetaan tekemällä asiat kuten aina ennenkin, jolloin legitimitetti kiteytyy vanhaan ja hyväksytyyn toimintatapaan, eli perinteeseen (Leeuwen, 2007, s. 96). Perinteeseen vetoava legitimaatio ei kuitenkaan näy digitalisoituneessa toimintaympäristössä enää yhtä vahvasti kuin aiemmin. Silti esimerkiksi pankki- ja rahoitusalaalla perinteistä halutaan pitää kiinni ja ne nähdään edelleen legitimitetin edellytyksenä.

Yksilöön tai järjestelmään perustuvassa auktorisaatiossa legitimitetin pohja voi olla henkilö, johon auktoriteetti liitetään tai vaihtoehtoisesti auktoriteetti voi olla laki, säädös tai muu vastaava järjestelmäksi nähtävä instituutio (Leeuwen, 2007, s. 94–96). Henkilöön kiinnittyvässä auktoriteetissa on keskeistä, että henkilön rooli, status tai ammatti takaa henkilölle muiden silmissä riittävän pätevyyden tai kompetenssin, eli henkilö koetaan legitiimiksi. Vaara ja muut (2006, s. 799) ovat tunnistaneet auktoriteeteiksi myös persoonattomia substantiiveja, jolloin oikeuttaminen tapahtuu vastuullisuustekstissä ilmaisuna esimerkiksi viittaamalla ”markkinoihin”, jolloin yleinen mielipide saa persoonan. (Vaara ja muut, 2006, s. 799) Auktorisaation mukaan organisaation toiminta on legitiimiä, koska jossakin laissa tai säännöissä toiminta todetaan lailliseksi tai yhteiskunnalle pakolliseksi (Leeuwen, 2007, s. 97).

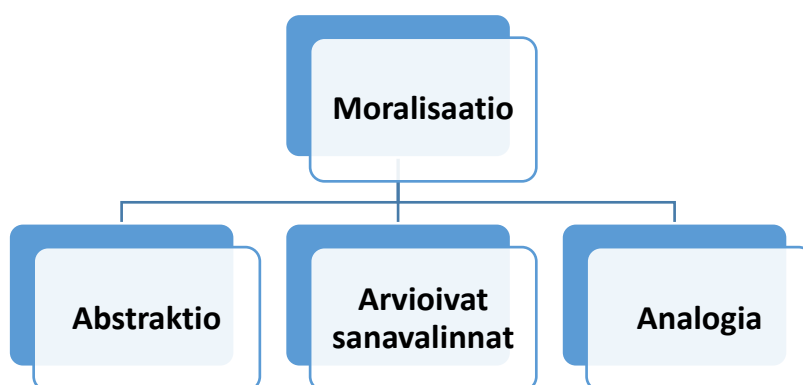
Kolmas auktorisaation haaroista on suosituspohjainen legitimaatio. Suositukseen pohjautuva legitimaatio nojaa joko ammattilaisen mielipiteeseen tai roolimalliin (Leeuwen, 2007, s. 94–95). Yksilöön tai järjestelmään perustuvasta auktoriteetista suositukseen

pohjautuva legitimaatio eroaa siten, että se linkittyy puhtaasti yksittäisen henkilön ammattitaitoon. Toisin kuin yksilöön perustuvassa auktorisaatiossa, ammattilaisen mielipiteisiin perustuvassa legitimaatiossa yksittäisen henkilön asema tai status ei vaikuta hänen vaikutusvaltaansa. Roolimallien kautta tapahtuva legitimaatio perustuu yksinkertaisesti esimerkin voimaan. Esimerkkihahmo voi olla julkisuuden hahmo tai kuka tahansa organisaation jäsen, mutta keskeistä on, että roolimalli saa muut henkilöt ja sidosryhmät samaistumaan esimerkkiinsä niin voimakkaasti, että esimerkkiä pidetään legitiiminä.

Vaara ja muut (2006, s. 798) erottavat normalisoinnin omaksi legitimointistrategiakseen, mutta van Leeuwen näkee toiminnan esittämisen normaalina osana auktorisaatiota. Veikkauksen kohdalla auktorisaation pohjana on oletettavasti vahvasti järjestelmään perustuva auktorisaatio, koska Veikkauksen asema ja tehtävä on määritelty Suomen lainsäädännössä.

3.2.2 Moralisaatio

Moraaliseen arviointiin perustuva legitimointistrategia eroaa auktorisaatiosta siten, että legitimiteetti ei muodostu tietyn toimijan tai tahon myöntämänä automaattisesti ja yksiselitteisesti, vaan jonkin toimijan tai teon legitimiteettiä arvioidaan useasta tilannekohtaisesta näkökulmasta arvojen ja moraalien pohjalta (Leeuwen, 2007, s. 97). Kielenkäyttöön perustuvassa tutkimuksessa selväräjaisen moraalisen legitimaation tunnistaminen on hankalaa, koska tunnuspiirteiden tunnistaminen vaatii laajempaa kulttuurihistoriallisen kontekstin tuntemusta ja ymmärrystä (Leeuwen, 2007, s. 97). Tässä tutkimuksessa tällä voidaan tarkoittaa esimerkiksi Veikkauksen historiaa, pohjoismaista uhkapelikulttuuria ja länsimaista yrityskulttuuria. Siltaojan (2009, s. 196–197) mukaan moralisaation kautta vastuullisuuden periaatteiksi on mahdollista priorisoida tai asettaa tiettyjä arvoja. Moraaliseen arviointiin perustuva legitimaatio jakautuu van Leeuwenin (2007, s. 100) mukaan auktorisaation tavoin kolmeksi alahaaraksi, joita on havainnollistettu kuviossa 4.



Kuvio 4. Moralisaatioon perustuva legitimointi.

Van Leeuwen näkee moraalisen arvioinnin ilmenevän arvioivien sanavalintojen, abstraktioiden tai analogioiden kautta. Konkreettisia esimerkkejä arvioivista sanavalinnoista ovat adjektiivit. Adjektiiveilla voidaan van Leeuwenin (2007, s. 98) mukaan hyvin kuvailla normaalia ja tavanomaista toimintaa, mitä yhteiskunnassa yleensä pidetään oikeutettuna. Hyvää ja paha kuvaavat adjektiivit erottavat puolestaan legitiimin toiminnan pahasta ja illegitiimistä toiminnasta, joten adjektiiveja voi hyödyntää moraalisen arvioinnin apuna (Leeuwen, 2007, s. 98).

Abstraktiolla tarkoitetaan moraaliseen arviointiin perustuvan legitimaation kontekstissa sitä, että tietty toiminta oikeutetaan osana isompaa moraalisesti hyväksyttävää kokonaisuutta (Leeuwen, 2007, s. 97). Tyypillistä on erottaa käytännöstä jokin ominaisuus, mikä voidaan liittää moraalisia arvoja sisältävään diskurssiin (Leeuwen, 2007, 98–99). Van Leeuwen ja Wodak (1999, s. 108) viittaavat abstraktion ilmenevän tapahtumien kuvailemisena selkeästi muotoillun ja oikeuttavan argumentin esittämisen sijaan. Analogia puolestaan tarkoittaa kahden samankaltaisen tapauksen vertaamista toisiinsa. Institutionaalisen teorian periaatteiden ja yhdenmukaisuuspyrkimyksen mukaisesti analogiassa tietty toimija ja toiminto ajatellaan legitiimiksi, kun se rinnastetaan johonkin toiseen vastaavaan, jo legitimitietin ansainneeseen toimijaan tai toimintoon (Leeuwen, 2007, s. 99). Veikkauksen kohdalla organisaatio voi verrata itseään esimerkiksi toiseen suomalaiseen lakisääteisessä monopoliasemassa toimivaan organisaatioon Alkoon.

3.2.3 Rationalisaatio

Rationaalisaatio eli järkeistäminen jakautuu legitimointistrategiana kahteen suuntaukseen. Instrumentaalilla eli tarkoitusperäisellä rationalisaatiolla viitataan toiminnan käyttöarvoon ja tavoitteisiin, eli toiminnan hyväksyttävyyteen (van Leeuwen & Wodak, 1999, s. 105–106). Teoreettisessa rationalisaatiossa legitimizeetti rakentuu puolestaan ilmeisen totuuden varaan ja pohjautuu asioiden luonnollisen tilan legitimizeettiin (Leeuwen, 2007, s. 101–104). Rationalisaatio on yhteydessä moralisaatioon, mutta käytännön näkökulmasta (Siltaja, 2009, s. 197–198). Vaara ja muut (2006, s. 801) ovatkin kyseenalaistaneet, voidaanko rationalisaatiota ja moralisaatiota keskinäisen riippuvuussuhteensa takia käsitellä lainkaan toisistaan erillisinä legitimointistrategioina.

Rationalisaation tavoitteena on hakea hyväksyntää esittämällä organisaatio ja sen toiminta hyväksyttävänä erityisesti liiketoiminnan kontekstissa (Siltaja, 2009, s. 197–198). Siltajan mukaan järkeistämisessä organisaatio voi jopa asettaa toiminnan yhteiskunnallisen hyödyn ja tärkeyden vastuullisuutensa oikeuttamisen pääominaisuudeksi. Veikkauksen aineistossa rationalisaatiota voisi kuvailla esimerkiksi rahapelihaittojen ehkäisemiseksi tehtävän työn ja toimien korostamisella, millä on luonnollinen legitimizeetti yhteiskunnassa.

3.2.4 Myttopoesi

Legitimaatio voi tapahtua myös myttopoesin eli tarinan tai kertomuksen kautta. Tällaisessa narratiivisessa legitimaatiossa tarina kertoo tyypillisesti toimijasta tai organisaatiosta, joka on osa legitiimiä toimintaa tai pyrkii palauttamaan legitimizeetin joko itselleen tai edustamalleen organisaatiolle vastustamalla yhteiskunnallista epäkohtaa (Leeuwen, 2007, s. 107). Vaihtoehtoisesti narratiivi voi esiintyä myös varoittavan esimerkin tapaisesti, kuten esimerkiksi opetusvideoiden kerronnassa on yleistä (Leeuwen, 2007, s. 106). Siltaja (2009, s. 198) näkee myttopoesissa keskeiseksi sen, että kerronnalliset elementit rakentavat mielikuvaa hyväksyttävästä toiminnasta, mikä myöhemmin

legitimoi väitteen organisaation vastuullisuudesta. Hänen mukaansa tarinoiden avulla voidaan pyrkiä legitimoimaan joko yrityksen päätöksiä tai toimia.

Mytopoeesi ei välttämättä ole aina selvärajaisesti erotettavissa omaksi legitimointistrategiakseen, vaan se voi olla tukemassa jonkin muun edellä mainitun legitimointistrategian yhteydessä (Leeuwen, 2007, s. 107). Veikkauksen vastuullisuusraporttien viitekehyksessä tarina voi rakentua esimerkiksi sen varaan, mitä tapahtuisi, jos Veikkaus laiminlöisi vastuullisuuttaan. Positiivinen esimerkki puolestaan voisi olla kertomus siitä, mitä Veikkaus edunsaajilleen ja sidosryhmilleen mahdollistaa. Mytopoesin on kuitenkin aiemmissa tutkimuksissa havaittu jäävän vastuullisuusviestinnässä pieneen rooliin. Sen sijaan Veikkauksen julkaisemat ja medialle lähettämät voittajahaastattelut voisivat hyvinkin rakentua tarinallistamisen kautta, mutta vastuullisuusraporteissa voittajahaastatteluita ei ole.

4 Legitimizeetin rakentuminen Veikkauksen viestinnässä

Tutkimuksessa on aiemmin viitattu van Leeuwenin (2007, s. 93) tapaan määritellä legitimizeettiä vastaamalla kysymykseen ”Miksi?”. Näen tämän käsitteen määritelmän seuraavan esimerkin kautta siten, että vastaamalla kysymykseen voidaan perustella jotakin tekoa. Joku voi syödä toisen henkilön suklaapatukan, ja perustella tekoaan sillä, että hänellä oli nälkä. Teko vaikuttaa moraalisesti väärältä, mutta pelkkää perustelua tarkastelemalla se sisältää tekijän oikeutuksen teolleen. Tämän esimerkin kautta haluan osoittaa, että tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ole varsinaisesti arvioida Veikkauksen vastuullisuusraportoinnin tai toiminnan oikeellisuutta, vaan tutkia miten legitimizeetti rakentuu ja miten toimintaa perustellaan. Legitimointistrategioiden käyttö ei välttämättä ole tietoista, joten tässä tutkimuksessa puhutaan legitimizeetin *rakentumisesta*, eikä rakentamisesta.

Legitimaatioprosessi Veikkauksen toiminnan oikeuttamisesta on laajempi prosessi, joka tapahtuu suuremman yleisön arvioimana. Siksi yleistyksiä organisaation legitimizeetistä on mahdotonta tehdä yhden ihmisen näkökulmasta. Tästä huolimatta nostan analyysissä esille myös seikkoja, jotka voivat vaikuttaa legitimizeetin rakentumiseen negatiivisesti. Tässä luvussa erittelen Veikkauksen vastuullisuusraportoinnista esiin nousevia legitimointistrategioita ja vastaan sivulla seitsemän esitettyihin tutkimuskysymyksiin.

4.1 Vastuullisuusraporteista tulkittavat legitimointistrategiat

Veikkauksen vastuullisuusraporteissa esiintyviä legitimointistrategioita tunnistetaan virketasolla, koska legitimizeetti voi rakentua yhden virkkeen tai jopa virkkeen osan varaan. Tarkemman analysoinnin kannalta virkkeitä tarkastellaan kuitenkin laajemmassa kontekstissa suhteessa kokonaisen kappaleen tai aihekokonaisuuden ydinviestiin. Virkkeen nähdään tutkimuksessa rakentavan legitimizeettiä silloin, kun legitimointistrategioita voidaan tunnistaa vähintään yksi.

Aineiston analyysin reliabiliteettia tarkastellessa on hyvä ottaa huomioon, että legitimoitintstrategiat ovat tyypillisesti luonteeltaan hyvin implisiittisiä ja niiden tunnistaminen tekstistä voi olla hankalaa. Tavanomaista on myös se, että kaksi eri tutkijaa voi nähdä saman esimerkin tai virkkeen rakentavan legitimizeettia eri strategioiden mukaisesti. Pro gradu -tutkielma on yhden henkilön näkemys aineistoista, joten tutkimuksen läpinäkyvyyden vuoksi on hyvä eritellä perusteita aineistoista tehdyille tulkinnalle. Analyysissa tulkintaa havainnollistetaan esimerkein. Esimerkit on koodattu tutkimuksen läpinäkyvyyden lisäämiseksi siten, että vuoden 2018 vastuullisuusraportista nostetut esimerkit voidaan tunnistaa esimerkin perässä olevasta merkinnästä (V18) ja vuoden 2019 vastuullisuusraportista poimitut esimerkit merkinnästä (V19).

Auktorisaatioksi aineistossa tulkitaan viittaaminen konkreettisiin auktoriteetteihin, kuten lakiin, sääntöihin, säädöksiin tai asemaltaan vaikutusvaltaisiin henkilöihin. Moralisaatioksi tutkimuksessa tunnistetaan sellaiset virkkeet tai virkekokonaisuudet, joissa tulkitaan näyttävätyvän eksplisiittisiä tai implisiittisiä viittauksia arvoihin, joita yleisesti pidetään hyvinä. Tällaisia asioita aineistossa ovat muun muassa rikollisuuden torjunta ja yhteisen edun tavoittelu. Moralisaatio oli mytopoesin jälkeen toiseksi tulkinnanvaraisin legitimoitintstrategia, koska arvomaailmat näyttävätyvät usein varsin implisiittisesti. Moralisaatiossa ei tyypillisesti vastata eksplisiittisesti van Leeuwenin teorian lähtökohtaiseen kysymykseen ”Miksi?”, joten vastaus on usein tulkinnanvarainen.

Rationalisaatioon perustuvan legitimaation nähdään tutkimuksessa rakentuvan utilitarismin klassisen määritelmän mukaan. Teon oikeutus nähdään siis määräytyvän sen tekijälleen tuottaman hyödyn perusteella. Toisaalta rationalisaatioksi nähdään myös oikeuksen perusteluna aineellisen tai aineettoman hyödyn tuottaminen muille, kuten esimerkiksi Veikkauksen kumppaneille. Neljästä legitimoitintstrategiasta harvinaisin ja luonteeltaan implisiittisin on mytopoesi. Perinteisiä narratiiveja eli tarinoita aineistossa ei esiinny ollenkaan, joten tulkinnan merkitys strategian kohdalla on muitakin strategioita merkittävämpi. Tarinallistamiseksi tunnistetaan muun muassa virkekokonaisuudet, jotka rakentuvat selkeän syy-seuraussuhteen varaan.

4.1.1 Veikkauksen toiminta nojaa lakeihin ja viranomaisvalvontaan

Auktorisaatiolla tarkoitetaan legitimointistrategiaa, jossa legitimizeetti kiinnittyy henkilöön, lakiin tai muuhun persoonattomaan tekijään. Auktorisaatio jakautuu van Leeuweenin (2007, s. 97) mukaan kolmeen alakategoriaan: tapaan perustuvaan auktorisaatioon, yksilön tai järjestelmän auktoriteettiin perustuvaan auktorisaatioon ja suositukseen perustuvaan auktorisaatioon. Veikkauksen vastuullisuusraportointi nojaa selvästi eniten järjestelmän auktoriteettiin perustuvaan auktorisaatioon, kuten lakeihin ja säädöksiin. Näiden raamien mukaan toimiminen korostuu Veikkauksen viestinnässä toistuvasti, kuten esimerkeistä voidaan huomata.

- (1) Veikkaus rahoittaa arpajaislain 52 §:ään perustuen sosiaali- ja terveysministeriön (STM) koordinoimaa pelihaittatutkimusta ja hoidon kehittämistä vuosittain yli kahdella miljoonalla eurolla. (V19)
- (2) Pelitoiminnan organisoimisessa on taustalla erityislainsäädäntö, ja arpajaislaissa on Veikkaukselle asetettu ehdot rahapelien toimeenpanosta. (V18)
- (3) Veikkausta koskevia lakeja ovat arpajaislaki, tietosuojasetus, rahanpesulaki sekä julkisten hankintojen lainsäädäntö. (V18)

Edeltävissä esimerkeissä legitimaatio rakentuu lakien varaan. Vastuullisuusraportissa on mainittu erityislainsäädäntö rahapelien järjestämisestä, arpajaislaki, rahanpesulaki, hankintalaki ja tietosuojalaki. Lisäksi arpajaislain pykälään 52 on viitattu tarkasti. Lainsäädännöllä on suomalaisessa yhteiskunnassa vahva oikeutus, jonka varaan myös Veikkaus voi nojata. Lainsäädäntöön nojaava legitimaatio vaatii silti konkreettisia toimia legitimizeetin säilyttämiseksi. Lainsäädännöllistä legitimizeettiä nakertaa esimerkiksi Ylen MOT-ohjelman paljastus Veikkauksen toimista hankintalain kiertämiseksi pelijärjestelmähankeissa (Juutilainen & Berglund, 2020).

Lainsäädännön lisäksi Veikkaus nojaa järjestelmän auktorisaatiossa viranomaistahoihin. Viranomaistahoilla on lainsäädännön tavoin hyväksytty legitimizeetti, jota Veikkaus voi omassa vastuullisuusraportoinnissaan hyödyntää.

- (4) Sen lisäksi, että Veikkauksella on omat markkinointiviestinnän vastuullisuusperiaatteet, markkinointia valvoo viranomainen. (V18)
- (5) Veikkauksella ei myöskään ole kaikenlaisia pelejä valikoimassaan: osaa ei haluta mukaan, toisia eivät viranomaiset hyväksy. (V18)
- (6) Veikkaus tekee vastuullisuusarvion kaikkiin peli-ideoihin. Korkeamman riskin peleissä on asetettu kaikille pelaajille yhteiset rajat. Sisäministeriö hyväksyy kaikkien pelien säännöt. (V19)

Veikkaus viittaa jokaisessa edeltävistä esimerkeistä viranomaisen auktoriteettiin. Viranomainen kuvataan tahona, joka valvoo Veikkauksen toimintaa monelta eri kantilta markkinoinnista uusien rahapeliä valintaan. Viranomainen kuvataan vastuullisuusraportoinnissa aktiiviseksi toimijaksi, joka on mukana Veikkauksen päätöksenteossa ja tarvittaessa puuttuu Veikkauksen toimintaa, kuten esimerkissä (5) esitetään. Viranomaisen tai sisäministeriön mainitseminen on perinteinen auktorisaation keino, koska tällaiseen tahoon viittaamalla osoitetaan, että korkea-arvoinen elin hyväksyy ja legitimoii organisaation olemassaoloa ja toimintaa. Toisaalta viranomaisen varaan rakentuvan legitimitetin voimaa voi Veikkauksen hallintorakenteen takia kyseenalaistaa. Veikkaus on valtio-omisteinen yhtiö, jota valvoo valtio itse. Tämä ei ole legitimitetin kannalta optimaalinen lähtökohta, vaikka viranomaisen lisäksi myös valtiolla olisi yleisön suoma legitimitetti.

Auktoriteettiin perustuvaa legitimaatiota voidaan tulkita myös Veikkauksen erilaisten sidosryhmien kautta. Veikkaus viestii toimivansa yhteistyössä useiden eri tahojen kanssa, jolloin näiden sidosryhmien legitimitetti oikeuttaa myös Veikkausta.

- (7) Yritysvastuun asiantuntija Mitopro Oy on tarkastanut Veikkauksen vastuullisuusraportoinnin 2019 vastaavuuden GRI-standardeihin. (V19)

Kuvajan ja Malmelinin (2008, s. 165) mukaan ulkopuolisen varmentajan lausunto lisää vastuullisuusraportoinnin uskottavuutta. Ulkopuolisen varmentajan tarkastaessa vastuullisuusraportin sisältöä puhutaan verifiointista, mikä määrittää sanastokeskus TSK:n mukaan menettelyksi, jolla varmistetaan kohteen todenmukaisuudesta,

oikeellisuudesta tai alkuperästä. Verifiointilla on sanatarkka linkki legitimaatioon, joten legitimiin ulkopuolisen tarkastajan toteuttama tarkastus rakentaa Veikkauksen legitimitettä. Käytännössä siis myös yksityishenkilöt ja sidosryhmät voivat luottaa Veikkauksen vastuullisuusraportin oikeellisuuteen, mikäli auktoriteetiksi tulkittava asiantuntijataho on todennut vastuullisuusraportin vastaavan asetettuja määräyksiä.

- (8) Veikkaus käy aktiivista keskustelua finanssialan eri toimijoiden, kuten liikepankkien, Suomen Pankin, Euroopan keskuspankin, Finanssivalvonnan ja ratkaisu- ja palvelutoimittajien kanssa maksamisen ratkaisujen kehittämiseksi. (V18)
- (9) Urheilupeleille suuri uhka on kilpailu-/ottelumanipulaatio, jonka havaitsemisessa ja ennaltaehkäisemisessä tiivis yhteistyö Suomen urheilun eettisen keskuksen (SUEK), lajiliittojen sekä viranomaisten kanssa on tärkeitä. (V19)

Esimerkeissä (8) ja (9) mainitut organisaatiot ovat omalla alallaan suuria toimijoita, jotka ovat ehtineet rakentaa legitimitettä pitkään. Esimerkiksi Suomen Pankki ja Euroopan keskuspankki ovat arvostettuja ja pitkäikäisiä organisaatioita, joilla voidaan arvioida olevan vahva legitimitetti. Yhteistyö eri tahojen kanssa osoittaa Veikkauksen toimivan monisuuntaisesti ja luo siten kuvaa vastuullisesta ja legitimiistä organisaatiosta.

Vaara ja muut (2006, s. 799) ovat tunnistanee järjestelmään kiinnittyvässä auktorisatiossa auktoriteeteiksi myös persoonattomia substantiiveja, jollainen voidaan havaita esimerkissä (10).

- (10) Yhtiön kokonaistuotto yhteiskunnalle oli 1 246,6 miljoonaa euroa vuonna 2019, sillä tuoton lisäksi yhtiö maksoi valtiolle arpajais- ja arvonnisäveroja yhteensä 237,6 miljoonaa euroa. (V19)

Esimerkissä (10) auktoriteetiksi voidaan tunnistaa ekonomian kautta rakentuva valta. Näen ekonominen vallan rakentuvan aineistossa siten, että Veikkaus tuottaa yhteiskunnalle yli 1,2 miljardia euroa vuodessa. Esimerkissä auktoriteetti ei siten ole Veikkaus, vaan taloudellinen valta-asema, joka Veikkauksella on. Ekonominen valta myös rakentaa

Veikkauksen legitimizeettiä, koska ekonomisen vallan kautta Veikkauksen asema yhteiskunnassa on kiistatta oikeutettu. Yhtiön olemassaoloa on hankala argumentoida merkityksettömäksi, mikäli se jakaa miljardin vuodessa valtion käyttöön.

Suositus pohjaisessa legitimaatiossa toiminnan oikeuttaminen voi nojata johonkin roolimalliin. Legitimiteetin rakennuttajana roolimalli nähdään esimerkkinä, jonka toimintaa halutaan seurata ja joka nähdään itsessään legitimiinä (Leeuwen, 2007, s. 95).

Rahapelaamisen ikäraja- ja valvonta

Rahapelaamisen ikäraja on 18 vuotta. Pelaaminen ei ole sallittua edes täysi-ikäisen seurassa tai luvalla. Digitaalisissa peleissä ikärajan tarkistaminen tapahtuu luotettavalla tavalla Väestötietokeskuksesta asiakkaaksi rekisteröitymisen yhteydessä. Kasinolla täysi-ikäisyys todennetaan sisäänkirjautumisessa. Veikkauksen omissa myyntipaikoissa (Pelaamot ja Feel Vegasit) ikäraja- ja valvonnasta vastaa myyntipaikan henkilöstö. Asiamiesmyynnissä valvontavastuu on siirretty sopimuksella asiamiehelle.

Veikkaus kouluttaa säännöllisesti omaa henkilöstöään ja asiamiesverkoston pelimyyjiä ikäraja- ja valvontaan ja tekee konkreettisia

toimenpiteitä ikäraja- ja valvonnan tukemiseksi. Asiamiesverkostossa pelimyyjiillä on käytössä esimerkiksi pelinestolaite, jonka avulla alaikäiseltä näyttävän henkilön pelaaminen voidaan pysäyttää valvontapisteeltä käsin ikärajatarkistusta varten.

Veikkaus viestii rahapelaamisen ikäraja- ja valvonnan aktiivisesti. Vuonna 2018 Veikkaus toteutti Päivittäistavarakauppajärjestöjen (PTY) kanssa Lupa stoppaa -ikärajakampanjan. Ikärajan merkityksestä kertovia säännöt tekevät pelin! -videoita on hyödynnetty pitkän vuotta ja niiden käyttöä jatketaan vuonna 2019.



23

Kuva 1. Jukka Jalonen roolimallina Veikkauksen vastuullisuusraportissa. (V18)

Kuva 1 on ruutukaappaus Veikkauksen vuoden 2018 vastuullisuusraportista. Rahapelaamisen ikärajoja käsittelevän osion kuvituksena on käytetty mainoskuvaa Veikkauksen markkinointikampanjasta, jonka keulakuva oli Suomen miesten jääkiekkomaajoukkueen päävalmentaja Jukka Jalonen. Jalonen on vastuullisuusraportissa roolimalli, jonka varaan legitimizeetti rakentuu. Jalonen voidaan nähdä menestyneenä ja arvostettuna johtajana, jota yleisesti kunnioitetaan suomalaisessa yhteiskunnassa. Pelkästään Jalosen henkilöprofiili voisi jo riittää legitimizeetiksi, mutta myös hänen ammattiaan voidaan pitää legitimizeetin lähteenä. Jalonen on ammatiltaan jääkiekkovalmentaja. Valmentajuuden diskurssiin liittyy joukkojen johtaminen, vastuu joukosta yksilöitä ja joukon ohjaaminen kohti yhteistä tavoitetta. Kaikki nämä teemat sopivat myös rahapelaamisen ikäraja- ja valvontaan: valmentamisen tavoin alaikäisistä tulee huolehtia ja ohjata heidät pois rahapelin ääreltä täysi-ikäistymiseen saakka.

Tapaan perustuva legitimaatio näyttäytyy Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa yhdenmukaisuusperiaatteen mukaisesti. GLMS:ään viittaaminen esimerkissä (11) voidaan nähdä myös järjestelmään perustuvana auktoriteettina, mutta esimerkin keskiössä on tapaan perustuva legitimaatio.

- (11) Veikkaus on mukana Global Lottery Monitoring Systemin (GLMS) toiminnassa, mikä mahdollistaa seurannan ja tiedonvaihdon urheiluedonlyöntiä tarjoavien kansallisten rahapeliyhtiöiden välillä. (V18)

Van Leeuwenin (2007, s. 96) mukaan tapaan perustuvassa auktorisaatiossa legitimitetin nähdään edellyttävän organisaation toiminnan yhdenmukaisuutta ensisijaisesti sen tärkeimpiin sidosryhmiin nähden, mutta toisaalta myös kilpailijoihin nähden. Esimerkissä (11) Veikkaus rinnastaa toimintansa yhdenmukaiseksi muiden rahapeliyhtiöiden kanssa. Veikkaus osallistuu kansainväliseen tiedonvaihtoon muiden rahapeliyhtiöiden kanssa luoden samalla yhteistä kansainvälistä verkostoa rahapelivilpin estämiseksi. Yhdenmukaisuusperiaatteen mukaisesti Veikkaus toimii kuten rahapelialalla on tapana.

Viimeisenä auktorisaation keinona Veikkauksen vastuullisuusraportissa on tulkittavissa normalisointia, eli asioiden esittämistä normatiivisena toimintana, mikä on yhteiskunnassa hyväksyttyä.

- (12) Lähes kaikki aikuiset suomalaiset ovat kokeilleet pelejä, ja meillä on yli kaksi miljoonaa etuasiakasta. (V19)

Esimerkissä (12) normalisointi näyttäytyy rahapeli-toiminnan arkipäiväistämisenä. Keskeisenä rahapelaamisen oikeuttamisen argumenttina virkkeessä voidaan nähdä yhteenkuuluvuuden tunteen rakentaminen tai yleistäminen. Virkkeessä rahapelaamisesta muodostuu arkinen ja tuttu tapa, joka kuuluu suomalaiseen yhteiskuntaan. Tausta-ajatukseksi halutaan mahdollisesti herättää ajatus: jos muutkin, niin miksen minäkin? Tällaisella yleistämisellä tai suuren joukon toiminnalla voidaan oikeuttaa rahapelaamisen järjestämistä. Rahapelaamista tai rahapelien järjestämistä voidaan pitää legitiiminä toimintana, koska se on suuren joukon hyväksymää ja harrastamaa toimintaa.

4.1.2 Veikkaus tekee yhteiskunnalle hyvää

Moraaliseen arviointiin perustuva legitimaatio jakautuu van Leeuwenin (2007, s. 100) mukaan auktorisaation tavoin kolmeen alaluokkaan: abstraktioiksi, analogioiksi ja arvioiksi sanavalinnoiksi. Moralisaatiossa legitimitteetti ei muodostu tietyn toimijan tai tahon myöntämänä, vaan tilannekohtaisesti suhteessa yleisön arvo- ja moraalipohjaan (Leeuwen, 2007, s. 97). Veikkauksen vastuullisuusraportissa esiintyy abstraktiota eli toiminnan oikeuttamista osana isompaa yhteiskunnallista kontekstia, ja arvioivia sanavalintoja eli adjektiiveja, joilla toimintaa pyritään kuvailemaan tavanomaiseksi tai hyödylliseksi. Analogiaa aineistossa ei puolestaan ole havaittavissa.

Moraaliselle arvioinnille on tyypillistä, että se ei näydy tekstissä eksplisiittisesti ja siksi moralisaation tunnistaminen vaatii tutkijalta näkemystä legitimaation kohteen kulttuurillisesta ympäristöstä (Leeuwen, 2007, s. 98). Eksplisiittisimmillään moralisaatio ilmenee van Leeuwenin mukaan arvioina sanavalintoina, ja arvioivista sanavalinnoista helposti tunnistettavia vastinpareja ovat esimerkiksi hyvä–paha, oikea–väärä, tärkeä–mitätön ja hyväksyttävä–kyseenalainen.

Abstraktiota voidaan tulkita aineistosta hyväntekeväisyyden teeman ympäriltä. Veikkaus osoittaa abstraktion kautta, että se toimii yhteiskunnan hyväksi ja on yhteiskunnan kannalta tärkeä toimija.

- (13) Veikkauksen yhtiöjärjestyksestä näkyy myös sen toiminnan yleishyödyllisyys. Veikkauksen tuotto menee yhteiseen hyvään, eikä tuottoa tavoitella keinolla millä hyvänsä. Liiketaloudelliset perusteet eivät ole ainoa Veikkauksen toimintaa määräävä tekijä. (V18)
- (14) Veikkaus tarjoaa pelaajille mahdollisuuksia voittaa, ja pelien tuotoilla tarjotaan mahdollisuuksia parempaan elämään. Toimintaa ohjaa ajatus, että Veikkaus on sekä miljoonan että yhden ihmisen puolella, eikä ketään unohdeta. (V18)

Veikkaus esittää ylläolevissa esimerkeissä toimintansa yleishyödyllisenä ja yhteiskunnalle tärkeänä. Yhteiskunnallista merkitystä luo kuvailu rahapeli tuottojen virtaamisesta

edelleen yhteiseksi hyväksi. Esimerkin (14) taustalla piileekin oikeuttavana tekijänä Veikkauksen entinen slogan ”suomalainen voittaa aina”. Veikkauksen voi tulkita kokevan kilpailuvaltiokseen kiristyvässä markkina-asemassa, että suomalaiset maksaisivat mahdollisesti peleistään hieman enemmän, kunhan tietävät rahojen menevän yhteiseen hyvään. Hyväntekijän imago näyttäytyy parhaiten esimerkeissä (13) ja (14). Esimerkissä (13) Veikkauksen kuvailee liiketoiminnan olevan alisteista vastuullisuudelle, eikä päinvastoin.

Toiminnan merkityksellisyttä korostavat arvioivat sanavalinnat, kuten esimerkin (14) komparatiivin käytöstä käy ilmi. Esimerkissä kuvaillaan rahapeliuottojen mahdollistavan paremman elämän, mikä voi tosin näyttäytyä rahapeliongelmiin näkökulmasta tarkastellessa paradoksaaliselta. Paremman elämän vertauksella pyritään kuitenkin luomaan positiivista kuvaa Veikkauksesta mahdollistajana ja unelmien toteuttajana. Organisaatiota kuvaillaan hyväntekijäksi, joka pitää huolta niin yksilöstä kuin miljoonayhteisöstä, kuten myös esimerkissä (15) kuvataan.

- (15) Veikkauksella on ainutlaatuinen tehtävä tarjota vastuullisia rahapelejä yksinoikeudella. Peleistä saatu tuotto käytetään kokonaisuudessaan yhteiseksi hyväksi avustuksista päättävien ministeriöiden määrittelemällä tavalla. (V19)

Esimerkissä (15) häivytetään kokonaan pois Veikkauksen asema voittoa tavoittelevana rahapeliyhtiönä ja luodaan tilalle mielikuva hyvää tekevä organisaatio, joka paitsi tarjoaa viihteellisiä pelejä suomalaisten iloksi, niin myös tuottaa rahaa suomalaisen yhteiskunnan käyttöön. Legitimiteetin rakentumisen kannalta voidaan pohtia, onko tällaisella viestinnällä ristiriitaisuutensa takia legitimizeettiä haittaava vaikutus: tavoitteleeko Veikkauksen asiakkailtaan kohtuullista rahapelaamista vai runsasta rahapelaamista, josta voidaan jakaa suurempia tuottoja takaisin yhteiskunnalle?

Toinen selkeästi havaittava Veikkauksen toiminnan oikeuttamisen teema hyväntekijän imagon kautta on rikollisuuden ehkäisy ja torjunta. Rahapelaamisen rinnakkaistermi uhkapelaaminen sisältää sanan uhka, minkä puolestaan helposti mielletään viittaavan pahuuteen tai rikollisuuteen. Esimerkeissä (16) ja (17) legitimizeettiä pyritään rakentamaan

sekä abstraktion että arvioivien sanavalintojen kautta asettamalla organisaatio klassiselle hyvä–paha -akselille.

- (16) Veikkaus osallistuu rahapeleihin liittyvän rikollisuuden ja vilpin torjuntaan sekä Suomessa että kansainvälisesti. (V18)
- (17) Rahanpesun ja terrorismin ehkäisemiseksi Veikkaus todentaa asiakkaan henkilöllisyyden tietyissä tilanteissa panosta asetettaessa ja/tai ennen voiton maksamista. (V19)

Esimerkissä (16) voidaan nähdä Veikkauksen asettuvan hyväntekijäksi ja jossain määrin jopa poliisin rooliin aktiivisena toimijana rikollisuuden torjunnassa. Mielikuvaa vahvasta toimijasta lisää se, että Veikkaus korostaa pyrkivänsä toimimaan lainvalvojan roolissa myös kansainvälisesti. Esimerkin kautta Veikkaus oikeuttaa toimintaansa asettumalla viranomaisrooliin. Esimerkissä (17) arvioivilla sanavalinnoilla luotu kontrasti hyvä–paha-akselilla on vielä selkeämpi, koska rahanpesu ja terrorismi ovat niin vahvasti negatiivisesti latautuneita käsitteitä. Proaktiivinen toiminta rahanpesun ja terrorismin ehkäisemiseksi oikeuttaa Veikkauksen toimintaa, koska terrorismin torjuminen nähdään yksiselitteisesti hyvänä ja tärkeänä asiana. Vastuullisuusraportissa ei tosin eritellä, millaista rahapelaamiseen liittyvä terrorismi voi olla. Rahapelirikollisuuden rinnastaminen terrorismiin kertoo siitä, ettei organisaatio hyväksy millään tasolla väärinkäytöksiä, korruptiota tai hyväksikäyttöä. Tämänkaltainen kerronta taas lisää organisaation luotettavuutta, mikä legitimoii organisaation olemassaoloa.

- (18) Yhteiskuntavastuun johtamisen tavoitteena on kilpailukykyisen ja vastuullisesti järjestetyn rahapeliteoiminnan varmistaminen sekä rahapelaamisen laajan hyväksyttävyyden edistäminen. (V18)

Esimerkissä (18) organisaatio puolestaan puhuu vastuullisen rahapelaamisen järjestämisestä ja rahapelaamisen hyväksyttävyyden edistämisestä. Tämä voidaan tulkita esimerkkien (16) ja (17) tavoin abstraktiksi, jossa Veikkaus luo kuvaa roolistaan yhteiskunnallisesti merkittävänä toimijana. Sen lisäksi että Veikkaus torjuu rikollisuutta, niin

organisaatio myös pitää huolen rahapelaamisen vastuullisuudesta, mikä luo taas kuvaa Veikkauksesta yhteiskunnan hyväntekijänä. Sama teema jatkuu myös esimerkissä (19).

- (19) Veikkaus.fi-sivun alalaidassa olevasta tietosuojalinkistä jokainen pääsee katsomaan, miten hänen tietojansa käsitellään Veikkauksessa. Asioista on pyritty kertomaan avoimesti ja helposti lähestyttävässä muodossa. Veikkaus on saanut myönteistä palautetta tietosuojainformaatiostaan. (V18)

Esimerkissä (19) Veikkaus hyödyntää moralisaation keinoista arvioivia sanavalintoja. Virkkeissä mainitut ”avoimuus” ja ”helposti lähestyttävyyys” tulkitaan yleisesti niin organisaation kuin yksilön kannalta hyveiksi. Jokaisen legitimizeettiin pyrkivän organisaation voi olettaa tavoittelevan näitä arvoja, joita Veikkaus esittää omasta toiminnastaan. Veikkaus ei kuitenkaan suoraan kerro olevansa avoin ja helposti lähestyttävä organisaatio, vaan kertoo pyrkivänsä näihin arvoihin. Näen tällaisen kerronnan tarkoituksellisena, koska tällöin vastaanottaja ei lue Veikkauksen pääväitettä avoimuudesta suoraan, vaan päättelee sen itse ikään kuin annettuna. Tätä vahvistaa viimeisessä lauseessa mainittu myönteinen palaute, joka ennestään legitimoii aiemmin syötettyä ajatusta Veikkauksen avoimuudesta.

Vuoden 2019 vastuullisuusraportissa Veikkaus ottaa ehkä hieman yllättäenkin kantaa rahapelialan muihin toimijoihin. Valinta on poikkeuksellinen verrattuna vuoden 2018 vastuullisuusraporttiin, jossa kilpailijoiden toiminnan arviointia ei esiintynyt.

- (20) Alan muista toimijoista poiketen Veikkauksella on ollut tarkoitus – tuottaa peleillä varoja yhteiseen hyvään. (V19)

Esimerkissä (20) arvioivat sanavalinnat ovat implisiittisiä. Veikkaus asettaa itsensä muihin rahapelialalla toimiviin yhtiöihin nähden hyväksi ja muut yhtiöt pahaksi. Vastinparia hyvä–paha ei ole kirjoitettu näkyviin, mutta virke osoittaa miten Veikkaus haluaa osoittaa vastuullisuutensa ja siten legitimizeettinsä muihin alan toimijoihin verrattuna. Aluksi Veikkaus tekee selvän eron kilpailijoihinsa sanoilla ”muista toimijoista poiketen”. Tätä seuraa argumentti, jonka mukaan Veikkauksen rahapelitoiminnan tarkoituksena on

yhteinen etu. Ilmaisu ”poiketen” on mielestäni vahva ilmaisu, kun puhutaan minkä tahansa organisaation olemassaolon tai toiminnan tarkoituksesta. Virkkeestä käy implisiittisesti ilmi, että Veikkaus ei pidä kilpailijoitaan tai niiden toimintaa oikeutettuna.

Veikkaus uskonee, että lakisääteisen monopoliaseman takia myös yleisö näkee Veikkauksen kilpailijat illegitiimeinä toimijoina, jolloin erottuminen näistä toimijoista on Veikkauksen legitimitietin rakentumisen kannalta edullista. Toisaalta kokonaisuutta tarkastellessa virke näyttyy hieman ristiriitaisena, koska aiemmin vastuullisuusraportti alkaa Veikkauksen strategian kuvauksella, jossa kerrotaan: ”Veikkauksen tarkoitus on tuottaa peleillä iloa.” Legitimitietin rakentumisen kannalta voidaan nähdä merkittävänä, että yleisö tunnistaisi viestinnästä organisaation tarkoituksen ja se olisi läpi viestinnän yhteinen. Arvioivat sanavalinnat voivat näyttytyä myös adjektiivien vertailumuotoina, kuten esimerkissä (21).

- (21) Verkkopelaamisen pelaamisen hallinnan kokonaisuuden käyttöönotto 12.12.2017 on merkittävin ja vaikuttavin vastuullisuus uudistus Veikkauksen historiassa. Pelaamisen hallinnan työkalut ovat merkittävä askel peliongelmiin ennaltaehkäisyssä. Pelirajoituskokonaisuus on selvästi aiempaa tiukempi, ja asiakkaalla on enemmän mahdollisuuksia hallita omaa pelaamistaan. (V18)

Esimerkissä (21) Veikkauksen toimintaa legitimoidaan vertailumuodoin. Veikkaus kertoo esimerkissä, miten se on huomionnut yleistyvässä verkkopelaamisessa vastuullisuuselementit. Superlatiivit merkittävin ja vaikuttavin luovat kuvaa suuresta muutoksesta, minkä takia Veikkaus on ollut joulukuusta 2017 lähtien entistä vastuullisempi organisaatio. Veikkaus kertoo komparatiivin avulla organisaation rajoittavan pelaamista aiempaa tiukemmin ja yksittäisen asiakkaan saaneen käyttöönsä enemmän mahdollisuuksia liikapelaamisen hallintaan. Vertailumuotojen käyttö on tyypillinen tapa kertoa uudistuksesta ja legitimoida uutta käytäntöä aiempaa paremmaksi. Vertailumuodoin vanha ja nykyinen käytäntö asetetaan selkeästi vastakkain, jolloin yleisön arvioitavaksi jää kumpi on parempi. Superlatiivein voidaan korostaa uudistuksen tärkeyttä, mikä taas legitimoii yleisölle uudistuksen merkitystä.

4.1.3 Veikkaus mahdollistaa sidosryhmiensä menestyksen

Van Leeuwen (2007, s. 101–104) tarkoittaa rationalisaatiolla järkeen pohjautuvaa legitimoitistategiaa. Strategia jakautuu toiminnan tavoitteisiin perustuvaan instrumentaaliseen rationaalisuuteen ja tunnistettuun sekä hyväksytyyn totuuteen perustuvaan teoreettiseen rationalisaatioon. Tyypillisesti rationalisaatiolla oikeutetaan organisaation toimintaa liiketoiminnan kontekstissa joko tuottavuuden tai yhteiskunnallisen merkityksen kautta. Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa korostuu erityisesti toiminnan yhteiskunnallinen merkittävyys.

Vaatimukset toimintaympäristön tai Veikkauksen oman toiminnan muutoksiin näyttävät aineistossa rationalisaation keinoin. Järkeistämistä esiintyy erityisesti vuoden 2020 vastuullisuusraportissa, koska Veikkaus reagoi organisaation ulkopuolisten tahojen tekemiin selvityksiin ja paljastuksiin. Muutokseen reagoimalla voidaan pyrkiä joko saavuttamaan hyötyä tai välttämään enempää negatiivisuutta.

- (22) Yhtiön vastuulliselle markkinoinnille määriteltiin loppuvuoden aikana uudet linjaukset. Ne ovat vaikuttaneet markkinoinnin määrään, sisältöihin, valvontaan, markkinointiprosesseihin sekä markkinoinnin toimintakulttuuriin. Markkinoinnin kokonaispanostuksia on vähennetty ja korkean haittariskin pelien pelikohdeinformaatiota on entisestään rajoitettu. (V19)

Esimerkissä (22) mainitut muutokset markkinoinnin määrää, sisältöä, valvontaa ja rahallista panostusta kohtaan liittyvät kesän 2019 tapahtumiin, kun Veikkauksen markkinoinnin koettiin ylittäneen yleisesti hyväksyttävät rajat. Veikkaus päätti keskeyttää kaiken mainontansa hetkeksi, ja kohu on markkinointikäytäntöjen uusien linjausten taustalla. Rationalisaatio rakentuu tilanteen tunnistamisesta ja sitä seuraavista toimenpiteistä. Veikkaus tunnisti virheensä ja tarpeen markkinointikäytäntöjen uudelle tarkastelulle. Erheiden tunnistaminen legitimoii loppuvuonna tehtyä uudistusta. Uudistuksen sisältö eli ratkaisut tunnistettaviin ongelmiin puolestaan rakentavat Veikkauksen legitimitettä. Veikkaus on tunnistanut virheensä ja korjaa toimintaansa siten, että se kehittää markkinoinnin toimintakulttuuriaan vastaamaan yleisön vaatimuksia, ja vähentää panostuksia liialliseksi ja liian aggressiiviseksi koettua markkinointia kohtaan.

Rationalisaation kautta on mahdollista kertoa organisaation onnistumisista. Etenkin julkisten toimijoiden kohdalla on tyypillistä, että niiden toiminnassa huomioidaan vain epäonnistumiset ja vastuullisuuden laiminlyönti (Sauri, 2015, s. 29). Siksi muun muassa Veikkauksen tapauksessa yksittäisistäkin onnistumisista kertominen voi olla tärkeää, koska ne vaikuttavat mielikuvaan organisaatiosta ja onnistumisista kertomalla toimintaa voidaan legitimoida. Onnistumiset menneisyydessä voidaan esittää takeena menestyksestä myös tulevaisuudessa. Tällaista rationalisaatiota esiintyy esimerkissä (23).

- (23) Vuonna 2018 ylivoimaisesti suurin vastuullisuussaavutus oli pelaamisen hallinnan kokonaisuuden käyttöönotto digitaalisessa pelaamisessa. Pelirajoituskokonaisuus tarjoaa asiakkaille vastuullisuuskehikon, jonka sisällä on turvallisempaa pelata. (V18)

Implisiittinen mielikuva menestyksestä legitimoii Veikkausta esimerkissä (23). Parantuneet mahdollisuudet yksilön rahapelaamisen hallintaan kuvaavat onnistumista toiminnan kehittämisessä ja liittyvät suoraan Veikkauksen perustehtävään eli rahapelihaittojen ehkäisyyn. Legitimiteetin rakentumisen perustana on, että Veikkaukseen kannattaa suhtautua myönteisesti, koska Veikkauksen toimet rahapeliongelmiin ehkäisemiseksi ovat kehittyneet. Toisaalta tällaisessa rationalisaatiossa legitimizeetti rakentuu myös yhtiön potentiaalin varaan eli siihen, mitä tehdyillä toimilla on mahdollista saavuttaa. Tämän esimerkin kautta myönteinen suhtautuminen Veikkaukseen tukisi sen toimintaa ja legitiimi organisaatio voisi mahdollisesti kehittyneen toimintansa avulla saavuttaa merkittäviä tuloksia rahapelihaittojen ehkäisemisessä.

Esimerkeissä (24) ja (25) instrumentaalinen rationalisaatio ilmenee eksplisiittisenä viittauksena toiminnan tavoitteisiin.

- (24) Veikkauksen tavoitteena on jatkossa panostaa entistä enemmän yhteiskunnalliseen hyväksyttävyyteen, vastuullisuuteen ja alati muuttuvan toimintaympäristön vaatimukseen. Vastuullisuuden johtamisen painopisteenä on jatkossa vastuumme pelaajille. Tavoitteena on tarjota pelaajille entistä turvallisempi ja vastuullisempi peliympäristö, mikä on uuden strategian keskiössä. (V19)

- (25) Osana ympäristövastuuohjelmaa Veikkaus on asettanut hankintojen ympäristökriteereille pidemmän aikavälin tavoitteen. Tavoitteena on, että 50 % Veikkauksen uusista julkisista tarjouskilpailuista (sisältäen Hanselin puitejärjestelyt) sisältää ympäristökriteerejä vuodesta 2021 alkaen. (V19)

Instrumentaalisen rationalisaation keskeinen ajatus on toiminnan oikeuttaminen suhteessa toiminnan tavoitteisiin, käyttötapoihin ja vaikutuksiin (Leeuwen, 2007, s. 102). Yhteiskunnallinen hyväksyttävyyys, vastuullisuus ja turvallinen rahapeliympäristö ovat suuria ja tavoittelemisen arvoisia teemoja, minkä takia tavoitteista kertominen rakentaa organisaation legitimizeettiä. Ilmastomuutoksen ja yritysvastuun tärkeyden korostuminen viime vuosina on tarkoittanut myös ympäristövastuun merkityksen kasvua. Siksi esimerkiksi (25) esitetty tavoite ympäristövastuun kehittämisestä ja ympäristökriteerien entistä paremmasta huomioimisesta rakentaa legitimizeettiä merkittävän paljon suhteessa vallitseviin yhteiskunnallisiin ilmastodiskursseihin.

Esimerkeissä (26) ja (27) Veikkaus perustelee toimintaansa liiketoiminnan näkökulmasta. Oikeuttaminen muodostuu perinteiseen liiketoimintapohjaiseen rationalisaatioon nähden uudesta näkökulmasta, koska Veikkaus ei pyri legitimoimaan asemaansa tai toimintaansa organisaation oman tuottavuuden tai liiketoiminnan jatkuvuuden kautta.

- (26) Veikkaukselle asetettujen veloitteiden lisäksi johtamisessa korostuu vakaaseen tuoton kasvuun ja ansaittuun vastuulliseen brändimielikuvaan tähtääminen. Nämä osaltaan varmistavat Veikkauksen tuotoista hyötyvien avustuksensaajien toimintaedellytykset. (V18)

- (27) Vuonna 2017 Veikkauksen hallitus päätti kaksinkertaistaa Peluurin rahoituksen 950 000 euroon vuodessa. Korotuksella haluttiin varmistaa peliongelmaisille tarjottavan nettipohjaisen Peli poikki -ohjelman jatkuminen sekä palvelun nostaminen asiakastarpeen edellyttämälle tasolle. (V18)

Esimerkeissä (26) ja (27) legitimaatio tapahtuu Veikkauksen sidosryhmien toiminnan mahdollistamisen, jatkuvuuden ja kehittämisen näkökulmasta. Veikkaus pyrkii vastuullisuusviestinnällään osoittamaan, että se ei toimi yksin, vaan mahdollistaa myös muiden yhteiskunnalle tärkeiden organisaatioiden toimintaa. Van Leeuwenia mukaillen

legitimaatiota selittävä apukysymys ”Miksi?” avaa esimerkkien (26) ja (27) legitimaatio-prosessia selkeästi: Miksi Veikkaus on legitiimi organisaatio? – Koska Veikkaus mahdollistaa avustuksensaajien toimintaedellytykset ja varmistaa rahapeliongelmiin hoitoon tarkoitetun palvelun toiminnan jatkuvuuden.

Perinteisempää Veikkauksen omaan liiketoimintaan linkittyvää rationalisaatiota esiintyy esimerkissä (28), jossa Veikkaus kuvailee tulospalkkiojärjestelmänsä mittareita, eli oikeuttaa toimintaansa oman liiketoimintansa kehittämisen kautta.

- (28) Veikkauksella on erityistehtävä huolehtia peliongelmiin ehkäisystä, minkä tulee heijastua myös työntekijöiden ja tiimien tavoitteisiin. Henkilöstöpolitiikka linkittyy vahvasti liiketoimintaan, ja esimerkiksi tulospalkkiojärjestelmän mittarit tukevat liiketoiminnan tavoitteita. Vuodelle 2019 on asetettu tulospalkkiomittareiksi Veikkauksen erityistehtävää mittaava digitaalisen pelikatteen kehittyminen ja tuloutusodotuksen saavuttaminen. (V18)

Esimerkissä (28) Veikkauksen toiminnasta esitellään perinteisempiä liiketoiminnan mittareita, kuten tulospalkkiojärjestelmä, tuloutusodotukset ja digitaalinen pelikate (rahamäärä, joka organisaatiolle jää digitaalisista peleistä maksettujen voittojen jälkeen). Konkreettisesti rahallisia tuloja tarkoittavat tuloutusodotukset ja digitaalisen pelikatteen kehittyminen mainitaan liiketoiminnan tavoitteiksi. Veikkaus siis oikeuttaa toimintaansa liiketoiminnan näkökulmasta rahallisen tuoton kasvun kautta, mikä johtaa yrityksen liiketoiminnan kasvuun. Perustehtävästään (rahapelihaittojen ehkäisy ja vähentäminen) huolimatta Veikkaus pyrkii siis avoimesti myös kehittämään liiketoimintaansa ja legitimoimaan asemaansa voittoa tavoittelevana organisaationa.

Esimerkeissä (29) ja (30) esiintyy yhteiskunnallisen toiminnan merkittävyyteen perustuva legitimaatiota.

- (29) Veikkaus työllistää yli 2 000 rahapelaamisen ammattilaista, joista yli puolet toimii pelinhoitajina tai asiakaspalvelijoina. (V18)

- (30) Keskiössä ovat pelihaittojen ennaltaehkäisy, rahapelitoiminnan rikollisuuden ja vilpin torjunta sekä vahva kuluttajansuoja. (V18)

Esimerkissä (29) Veikkaus oikeuttaa toimintaansa työllistävän vaikutuksen näkökulmasta. Veikkaus kertoo työllistävänsä yli 2 000 henkilöä, mikä itsessään voidaan nähdä yhteiskunnassa Veikkauksen toimintaa oikeuttavana näkökulmana. Työllistävä vaikutus nähdään yleisesti yhteiskunnassa positiivisena ja merkityksellisenä asiana, joten työllistämisestä kertominen rakentaa Veikkauksen legitimitettä luonnollisen tilan kautta. Yhteiskunnallinen merkitys korostuu myös esimerkissä (30), jossa kuvaillaan Veikkauksen yhteiskuntavastuuta. Esimerkissä Veikkaus kuvailee asemaansa vastuullisena toimijana ehkäisemässä ja torjumassa rahapelihaittoja ja rikollisuutta. Sekä rahapelihaittojen ehkäisy että rikollisuuden torjunta ovat hyveitä, joiden varaan Veikkaus pystyy rakentamaan luonnollista legitimitettä. Esimerkissä (31) Veikkauksen markkinointiviestinnän ja mainonnan legitimitetti rakentuu teoreettisen rationalisaation keinoin hyväksyttäviksi todettujen asioiden kautta.

- (31) Veikkauksen markkinointia ohjaavat markkinointiviestinnän vastuullisuusperiaatteet. Näillä varmistetaan, että pelejä ja pelaamista markkinoidaan kestäväällä ja vastuullisella tavalla. Erityisen haittariskin peleistä Veikkaus antaa vain tuote- ja pelikohdeinformaatiota. Veikkauksen omissa pelipaikoissa edellä mainittujen tuotteiden mainonta on vapaampaa. Pelien markkinointia ei kohdisteta alaikäisille. (V18)

Markkinointiviestinnän vastuullisuusperiaatteiden noudattaminen ja pelimarkkinoinnin vastuullinen kohdistaminen voidaan tulkita asioiksi, joiden varaan luonnollista legitimitettä voidaan rakentaa. Veikkaus joutui kuitenkin vetämään vuonna 2019 mainontaansa pois useissa eri kanavissa, joten vaikka vuoden 2018 vastuullisuusraportissa markkinointiviestinnän vastuullisuusperiaatteiden esittäminen ja noudattaminen näyttäytyikin legitimitettä rakentavana tekona, niin todellisuudessa se ei sitä välttämättä enää ole, mikäli yleisö ei näe Veikkauksen markkinointiviestintää enää vastuullisena. Tämä kertoo Porttikiven (2016, s. 22) mainitsemasta legitimitetin muuttuvasta tilasta. Muutoksen kohteena ei välttämättä aina ole edes organisaatio, vaan myös asiat, joiden varaan organisaatio rakentaa legitimitettiään.

4.1.4 Vastuullisuus vahvistaa Veikkausta

Mytopoeesi eli narratiivinen legitimaatio on van Leeuwenin legitimoitistategioista implisiittisin. Mytopoesissa narratiivi rakentuu perinteisen määritelmän mukaan legitimin toimijan tai organisaation mukaan, joka pyrkii palauttamaan legitimiteetin joko itselleen tai edustamalleen organisaatiolle vastustamalla yhteiskunnallista epäkohtaa (Leeuwen, 2007, s. 107). Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa tällaisia kertomuksia ei aineiston luonteen vuoksi esiinny, vaan mytopoeesi rakentuu syy-seuraussuhteista ja muista narratiivisista elementeistä. Veikkauksen vastuullisuusraporttien sisältö vastaakin enemmän Siltaojan (2009, s. 198) näkemystä mytopoesin keskeisistä elementeistä, eli kerronnallisten elementtien roolia rakentamassa mielikuvaa hyväksyttävästä toiminnasta, mikä myöhemmin legitimoit väitteen organisaation vastuullisuudesta. Hänen mukaansa tarinoilla voidaan pyrkiä legitimoimaan joko yrityksen päätöksiä tai toimia. Ensimmäinen esimerkeistä kohdistuu Veikkauksen toimiin.

- (32) Tunnistautuvan pelaamisen osuus kaikesta pelaamisesta nousi vuoden 2018 loppuun mennessä 44,8 prosenttiin (40,6 prosenttia vuonna 2017). Veikkaus on sitoutunut ottamaan pakollisen tunnistautumisen käyttöön myös hajasijoitetuilla peliautomaateilla vuodesta 2022 alkaen. Veikkauksen arvion mukaan pakollinen tunnistautuminen vähentää peliautomaattien tuottoja vuositasolla noin 100–150 miljoonaa euroa. Vuoden 2019 aikana muutokseen valmistaudutaan rakentamalla teknologiaa, jolla mahdollistetaan tunnistautuminen peliautomaateilla sekä pelaamisen hallinnan välineiden käyttöönotto. (V18)

Esimerkissä (32) Veikkaus legitimoit toimintaansa syy-seuraussuhteella. Tunnistautuva pelaaminen on Veikkauksen toimenpide, jolla rahapelaajien henkilöllisyys pystytään tunnistamaan ja siten seuraamaan yksittäisten henkilöiden pelikäyttäytymistä ja auttaa rajoittamaan ongelmapelaajien pelaamista. Ongelmapelaajien tunnistaminen ja heidän pelaamisensa rajoittaminen, sekä yksittäisten tunnistautumattomien pelaajien pelaamisen estäminen kokonaan vähentää Veikkauksen mukaan sen tuottoja vuositasolla noin 100–150 miljoonaa euroa. Veikkaus siis osoittaa viestinnässään syy-seuraussuhteen, että toimintojaan kehittämällä sen tuotto laskee. Syy-seuraussuhteen kautta rakentuu myös Veikkauksen legitimiteetti, koska organisaatio osoittaa haluavansa toimia vastuullisesti

ja ehkäistä ongelmapelaajien liikapelaamista, vaikka se vaikuttaisikin suoraan yhtiön tulokseen negatiivisesti. Näin kerronnallisten elementtien kautta rakentuu mielikuva vastuullisesta toimijasta, mikä taas oikeuttaa Veikkausta organisaationa. Syy-seuraussuhteista rakentuu myös esimerkin (33) legitimitetti.

- (33) Urheilupeleissä suurin ongelma on sopupelit, joiden havaitsemisessa tiivis yhteistyö Suomen urheilun eettisen keskuksen (SUEK) kanssa on tärkeää. Jos urheilutapahtumassa on sovittu ennakolta tuloksesta, tämä näkyy asiakkaiden pelikäyttäytymisessä selvästi paremmin kuin itse tapahtumassa. Rikollisuuden ehkäisemiseksi Veikkaus seuraa reaaliaikaisesti pelidataa ja pelaamisen kehittymistä. Näin voidaan tunnistaa tilanteita, joissa pelaaminen saa epäilyttäviä piirteitä. (V19)

Esimerkissä (33) esiintyy auktoriteettiin (tässä tapauksessa SUEK) perustuvan legitimaation lisäksi myös narratiivista legitimaatiota. Rahapelaamisessa urheiluedonlyöntiin liittyvät sopupelitapaukset ovat ongelma ja rikollista toimintaa. Sopupelien järjestämisen tunnistamisessa Veikkauksen rooli rahapelienjärjestäjänä kuvaillaan tärkeimmäksi yksittäiseksi tahoksi, koska Veikkaus pystyy tunnistamaan datan avulla poikkeavan pelikäyttäytymisen. Syy-seuraussuhde rakentuu siis Veikkauksen rooliin lain- ja oikeudenmukaisuudenvalvojana. Sopupelit ovat rahapelaamisessa ongelma, ja niiden estämiseksi Veikkaus tekee aktiivisesti töitä ja on näin yhteiskunnan kannalta merkittävä toimija rikollisuuden ja rahanpesun torjunnassa. Esimerkistä (34) voidaan huomata, ettei syy-seuraussuhde ole aina johdonmukaisesti organisaation legitimitettiin rakentava kerrontakeino.

- (34) Syksyn julkinen keskustelu vaikutti Veikkauksen yleiseen ja vastuullisuusmielikuvaan, jotka olivat matalammalla tasolla kuin vuotta aiemmin. Luottamus ja Maine -tutkimuksen (12/2019) mukaan suomalaisista noin 35 % pitää Veikkausta vastuullisena, oikein toimivana yrityksenä. Vuonna 2018 vastaava luku oli 55 %. Taloustutkimuksen (12/2019) mukaan 49 %:n mielikuva Veikkauksesta on hyvä. Vuonna 2018 vastaava luku oli 72 % (Frankly Partners 3/2018). (V19)

Esimerkissä (34) Veikkaus kertoo avoimesti yhtiön maineen kolhiintuneen edellisvuoden julkisen keskustelun takia. Aiemmin useampi kuin joka toinen vastaajista piti Veikkausta vastuullisena organisaationa, mutta samaa mieltä on enää reilu kolmannes. Vastaavasti

positiivinen mielikuva Veikkauksesta välittyy enää alle puolelle vastaajista, kun aiemmin seitsemän vastaajaa kymmenestä koki mielikuvansa Veikkauksesta hyväksi. Syyksi radiokaaleihin negatiivisiin muutoksiin Veikkaus kertoo syksyn 2019 julkisen keskustelun. Veikkauksen avoimuus ja tilanteen tunnistaminen voidaan nähdä esimerkissä legitimizeerata rakentavaksi tekijäksi, mutta samalla huomataan, ettei syy-seuraussuhteesta rakentuva kerronta tarkoita aina positiivista ja toimintaa oikeuttavaa narratiivista legitimaatiota. Esimerkissä (35) narratiivisuus näyttäytyy kerronnallisina elementteinä.

- (35) Veikkaus on tehnyt viime vuosina suurta muutamatkaa. Uuden strategian myötä alkava muutos on vielä suurempi ja muutoksen tahti nopeampaa. Veikkausta viedään eteenpäin ketterämpänä ja rohkeampana toimijana, joka vahvistaa paikkansa muuttuvassa toimintaympäristössä. (V19)

Matka ja *muutos* ovat useimpien tarinoiden peruselementtejä. Tarina rakentuu usein alku- ja loppupisteestä, jonka välisenä aikana eli matkalla tapahtuu asioita, jotka vievät tarinaa ja juonta eteenpäin. Muutos on puolestaan klassinen tarinallinen elementti, joka käsittää erilaiset kasvutarinat ja käännteet. Muutos itsessään voi tarinassa legitimoida jotakin toimijaa tai toimintaa. Veikkaus kertoo vastuullisuusraportissaan tehneensä organisaationa muutosta, joka uuden strategian myötä vielä kasvaa ja kiihtyy. Ottaen huomioon Veikkausta kohdanneen julkisen arvostelun vuonna 2019, voidaan muutos nähdä jopa välttämättömänä tekijä organisaation legitimizeerata kannalta.

Esimerkissä (35) Veikkaus kuvailee organisaation kehitystä perinteisen kasvutarinan tavoin: siitä tulee ketterämpi, rohkeampi, suurempi ja parempi kuin ennen ja se sopeutuu entistä paremmin ympärillä muuttuvaan yhteiskuntaan. Näen tämänkaltaisen kerronnallisen kuvailun pyrkimyksenä legitimoida Veikkauksen asemaa yhteiskunnassa kehitystarinan avulla. Organisaatio kuvailee tiedostavansa tarpeen muutokselle ja kehittyvän uudeksi entistä paremmaksi rahapeliyhtiöksi. Toisaalta voidaan myös ajatella käänteisesti, että pyritäänkö *muutoksen* narratiivilla oikeuttamaan menneitä ja kritiikkiä saanutta toimintaa? Muutos nähdään usein etenkin organisaatioissa kompromissien ja erehdyksistä oppimisen aikana, joten Veikkauksenkin voi jollain tapaa nähdä hakevan meneillään olevasta muutoksesta oikeutusta ja hyväksyntää tekemilleen virheille.

4.1.5 Kolme miljoonaa asiakasta ei voi olla väärässä

Tätä tutkimusta ohjannut van Leeuwenin (2007) organisaation legitimointistrategioiden malli käsittää neljä erilaista strategiaa. Veikkauksen vastuullisuusraportoinnista nousee kuitenkin esiin viides luokka, jonka luokittelen omaksi strategiakseen. Käytän tästä aineistolähtöisestä strategiasta nimitystä *määrällistäminen*. Retoriikan ja argumentaation tutkimuksessa kvantifiointi eli määrällistäminen on kuvattu yhdeksi retoriseksi keinoksi. Jokinen (2016) jaottelee e-kirjan viidennessä kappaleessa kvantifioinnin numeeriseen vahvistamiseen lukujen ja prosenttien avulla, sekä kuvailevaan määrällistämiseen sanallisin keinoin. Jokisen mukaan kvantifiointi voi palvella argumentaatiossa esimerkiksi syyttämistä, kehumista tai oikeuttamista, minkä takia koen sen sopivan osaksi legitimaation tutkimusta. Määrällistämällä tarkoitan tässä tutkimuksessa toiminnan legitimointia viittaamalla kvantitatiivisiin lukuihin, joiden avulla havainnollistetaan konkreettista toimintaa. Legitimaation kontekstissa tarkoitan erityisesti toiminnan oikeuttamista lukujen tai tilastojen esittämisellä tai kuvailemisella.

Määrällistämisen voi mielestäni jossakin määrin rinnastaa rationalisaatioon, koska rationalisaatiossa esimerkiksi rahallinen tulovirta organisaatiolle voidaan nähdä toimintaa oikeuttavaksi seikaksi. Koen kuitenkin, ettei yksikään van Leeuwenin legitimointistrategioista vastaa piirteiltään oikeuttamista numeraalisten arvojen tai tilastojen perusteella, joten määrittelen tämän aineistolähtöisen strategian tutkimuksen viidenneksi legitimointistrategiaksi. Ensimmäinen määrällistävän legitimaation tavoista on asiakaskunnan laajuuden korostaminen. Asiakasmäärän korostaminen näkyy aineistossa toisteisesti muun muassa seuraavan esimerkin tavoin.

- (36) Vuosittain Veikkauksen pelejä pelaa noin 3,4 miljoonaa uniikkia pelaajaa, joista noin 1,8 miljoonaa pelaa tunnistautuneena vähintään kerran vuodessa. Veikkauksen pelit tavoittavat merkittävän osan Suomen aikuisväestöstä. (V19)

Veikkauksen asiakaskunta rakentuu miljoonista yksittäisistä pelaajista, joista Veikkaus on luonnollisesti ylpeä. Legitimaation kannalta näen miljoonalukujen toisteisen esittämisen

kuitenkin enemmän rahapelaamisen arkipäiväistämiseksi kuin asiakaskunnan kuvailuksi. Määrällistämällä voidaan pyrkiä luomaan joukkoon kuuluvuuden tunnetta tai tarvetta, joiden avulla voidaan vaikuttaa rahapelaamisesta syntyviin mielikuviin. 3,4 miljoonaa uniikkia pelaajaa kattaa niin merkittävän osan Suomen aikuisväestöstä, että se väistämättä luo kuvaa rahapelaamisesta arkisena viihteenä. Jokisen (2016) mukaan joskus ei-numeeristen laatusanojen käyttö voi olla tehokkaampaa kuin numeroiden esittäminen. Esimerkissä (36) kuvaillaan Veikkauksen pelien tavoittavan merkittävän osan Suomen aikuisväestöstä. Näin ilmoittamalla Veikkaus voi luoda rahapelaamisesta mielikuvan suuren joukon hyväksymänä aktiviteettina ilman tilastollista faktatietoa.

Toiseksi määrällistämisen keinoksi voidaan tunnistaa toiminnan validiteetin oikeuttaminen. Määrällinen legitimaatio näyttäytyy seuraavissa esimerkeissä samankaltaisena.

- (37) Veikkaus teetti Taloustutkimuksella kaksi laajaa peliongelmaa kartoittavaa väestötutkimusta, joissa molemmissa haastateltiin 5 000 vastaajaa. (V18)
- (38) Niin sanottu pulssikysymyksen väite: ”Minulla on ollut viimeisen vuoden aikana vaikeuksia hallita rahapeliä pelaamistani” esitetään vuosittain kymmenelletuhannelle henkilölle. (V18)
- (39) Veikkauksen palvelu- ja tavarahankinnat vuonna 2019 olivat noin 230 miljoonaa euroa. Hankinnat jakautuivat 2 300 toimittajalle. Vuoden 2019 aikana tehtiin 40 julkista kilpailutusta. (V19)
- (40) Veikkauksen tuotoilla tuetaan vuosittain yli 4 000 avustustensaajaa. (V18)

Kolmessa ensimmäisessä edeltävistä esimerkeistä lauseen pääväitettä pyritään validoimaan ja oikeuttamaan mainitulla lukumäärällä. Tutkimuksen validiteetti osoitetaan 5 000 vastaajalla ja kyselyn validiteetti oikeutetaan kymmenellä tuhannella osallistujalla. Esimerkissä (39) puolestaan nojataan hankintalain noudattamiseen, jonka oikeutuksen perustana pidetään hankintojen jakautumista 2 300 eri taholle. Esimerkissä (40) vastavasti oikeutetaan Veikkauksen toimintaa yhteiskunnallisena hyväntekijänä havainnollistamalla avustustensaajien määrää.

Seuraavissa esimerkeissä määrällistämällä pyritään luvuilla ja tilastoilla luomaan positiivisia mielleyhtymiä. Jokisen (2016) jaotteluun verraten kyse on kuvailevasta määrällistämisestä. Kuvailevaa määrällistämistä käytetään muun muassa osoittamaan toiminnan merkityksellisyyttä ja laajuutta. Esimerkissä (41) määrällistäminen näyttäytyy positiivisessa mielleyhtymässä ja esimerkissä (42) negatiivisessa mielleyhtymässä, mikä voidaan selkeästi huomata poikkeavista kerrontatavoista.

- (41) Veikkauksen pelitoiminnan tuotto eli pelikate oli 1 690,7 miljoonaa euroa, mistä 1 009,0 miljoonaa euroa tuloutettiin ministeriöille. Kaikkiaan sosi-aali- ja terveysjärjestöille jaettiin 361,8, kulttuurille ja taiteelle 246,3, lii-kunnalle 154,7, sotaveteraaneille 109,9, tieteelle 107,6, nuorisotyölle 54,3 ja hevosurheilulle 41,6 miljoonaa euroa katsausvuonna. (V19)
- (42) Toinen merkittävä muutos on aiempaa tarkempi ja selkeämpi tietosuo-jainformaatio asiakkaille. Veikkaus.fi-sivun alalaidassa olevasta tietosuo-jalinkistä jokainen pääsee katsomaan, miten hänen tietojaan käsitellään Veikkauksessa. Asiosta on pyritty kertomaan avoimesti ja helposti lähes-tyttävässä muodossa. Veikkaus on saanut myönteistä palautetta tietosuo-jainformaatiostaan. Tarkastuspyyntöjä Veikkaukseen on tullut hyvin mal-tillisesti, vain parikymmentä. (V18)

Esimerkissä (42) määrällistämistä käytetään lieventämään negatiivista mielleyhtymää. Aiemmista esimerkeistä poiketen esimerkissä (42) tietosuojainformaation tarkastus-pyyntöjen määrää kuvaillaan sanallisesti lukujen sijasta. Huomattava ero esimerkkiin (41) on, että positiivisiksi konnotaatioiksi luokiteltavissa lauseissa luvut ovat eksakteja, mutta negatiivisessa lauseyhteydessä määrää kuvaillaan epämääräisellä määreellä ”parikym-mentä”. Kielteisen esimerkin erottaa myönteisistä esimerkeistä myös apusanojen käyttö, kuten esimerkkien (42) ja (43) eroista voidaan huomata.

- (43) Veikkaus vastaa Suomen suurimmasta verkkokaupasta ja Suomen suurim-masta yhden toimijan käsissä olevasta maksupääteinfrastruktuurista. Veikkaus maksaa yli miljoona voittoa joka vuorokausi. (V18)

Positiivista mielleyhtymää luodaan esimerkissä (43) superlatiivimuodoilla ja sanalla *yli*, mutta kielteisessä lauseyhteydessä määrällistämistä lievennetään sanalla *vain*.

Jokisen (2016) mukaan asioiden esittämisellä numeerisesti voidaan luoda mielikuva yksiselitteisestä ja ristiriidattomasta totuudesta, vaikka laadullisten asioiden määrällistämisen on aina suhteellista. Määrällistämässä onkin keskeistä kysyä, mitä määrällistetään.

- (44) Vuonna 2019 kansalaisten mielikuva ikäraja- ja valvonnan toteutumisesta kumppaniverkoston myyntipaikoissa kehittyi suotuisasti. Veikkauksen teettämissä koeostotilanteissa täysi-ikäinen, nuorelta näyttävä koeostaja pyrkii pelaamaan. Pelaaminen peliautomaateilla estettiin 12 % tapauksista, kun se vuonna 2018 oli 10 %. (V19)

Esimerkissä (44) määrällistetään tilastoiden avulla sitä, millaista kehitystä Veikkauksen pelien myyntipaikkojen ikäraja- ja valvonnan osalta on vuoden aikajänteellä tapahtunut. Suuremmalla toteutuneella alaikäisten pelaamisen estämisellä voidaan legitimoida Veikkauksen johtaman rahapelien ikäraja- ja valvonnan toimivuutta. Jokisen (2016) mukaan määrällistämässä tutkijan pitää huomioida, millaisia tarkastelu- ulottuvuuksia määrällistämässä on havaittavissa. On esimerkiksi mahdollista, että samaa tilastoa käytetään vastakkaisten argumenttien tukena tarkastelu- ulottuvuutta säätelemällä, jolloin esimerkiksi pienuus saadaan näyttämään mahdollisimman pieneltä ja suuruus mahdollisimman suurelta.

Tämän tutkimuksen kontekstissa esimerkin (44) vakuuttavuutta Veikkauksen legitimiteetin rakentumisessa voidaan arvioida myös kriittisesti. Ikäraja- ja valvonnan tehostuminen on kiistatta Veikkausta ja sen toimintaa legitimoiva tekijä, mutta laadullisesti tulkittuna legitimointi ei välttämättä ole yhtä tehokasta. Fakta on, että ikäraja- ja valvonta Veikkauksen myyntipaikoissa on kehittynyt, mutta onko 12 prosenttia riittävä määrä oikeuttamaan ikäraja- ja valvontaa onnistuneeksi toiminnaksi? Jokisen mainitsemaa tarkastelu- ulottuvuutta säätelemällä voitaisiin argumentoida myös, että 88 nuorta pelaajaa sadasta pääsee valvonnasta huolimatta pelaamaan rahapelejä ilman täysi-ikäisyyden tarkastamista.

Määrällistämistä ilmenee myös epäsuorasti osana muita legitimointistrategioita. Jokisen (2016) mukaan ääri-ilmaisut kuten kaikki, jokainen, aina, ei yksikään tai ei yhtään, ovat tehokkaita kuvailevan määrällistämisen keinoja. Myös molemmissa tarkastelluissa Veikkauksen vastuullisuusraporteissa ilmenee tällaisia ilmauksia.

4.2 Vastuullisuusraporteista tunnistettavat roolit

Legitimointistrategioita tunnistamalla pystytään havainnollistamaan, millaisilla tavoilla legitimizeetti rakentuu Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimuksen toisen vaiheen tarkoituksena on selvittää, millaisista kokonaisuuksista legitimizeetti rakentuu. Tee-
moittelun avulla aineistosta on etsitty yhtäläisyyksiä, jotka muodostavat suurempia kokonaisuuksia. Aineistosta tunnistettiin kolme keskeistä toimintaa legitimoivaa roolia. Roolien kautta muodostui yleiskuva siitä, millaisena toimijana Veikkaus haluaa näyttäytyä ja millaisten roolien kautta organisaatio pyrkii saavuttamaan legitimizeetin.

4.2.1 Auktoriteetti

Theo van Leeuwenin (2007) legitimointistrategioista Veikkauksen vastuullisuusraportissa esiintyi muita legitimointistrategioita enemmän auktorisaatiota. Auktorisaatiota tunnistettiin muun muassa toiminnan oikeuttamisena lakien ja säädösten nojalla. Auktorisaatiosta kumpuaa myös Veikkauksen vastuullisuusraportoinnista tunnistettava teema, jota nimitän auktoriteetin rooliksi. Veikkaus luo kuvaa organisaatiosta yhteiskunnan järjestystä valvovana auktoriteettina, mikä oikeuttaa Veikkauksen toimintaa ja asemaa.

- (45) Teemme kansallista ja kansainvälistä yhteistyötä estääksemme rahapelaamiseen liittyvää vilppiä ja rikollisuutta. (V18)
- (46) Estääksemme rahanpesun pelaajan henkilöllisyys tarkistetaan aina, jos pelien summa tai pelaajan saama voitto on vähintään 2 000 euroa tai tapahtumaan liittyy jotain epäilyttävää. (V19)

Esimerkkien (45) ja (46) kautta voidaan osoittaa Veikkauksen auktoriteetin rakentuvan viranomaisen roolin kautta. Veikkaus osoittaa tekevänsä ennakoivaa työtä rahapelaamiseen liittyvän rikollisuuden torjumiseksi sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Veikkaus näyttäytyy rikollisuuden torjujana kansallisella ja kansainvälisellä tasolla poliisin kanssa rinnastettavaa työtä tekevänä tahona. Veikkaus osoittaa myös keinonsa rahanpesun estämiseksi aktiivisilla toimilla pelaajien henkilöllisyyden tarkastamiseksi merkittävien

rahasummien kohdalla tai muuten epäilyttävissä tilanteissa. Yleisesti ajatellaan, että rikollisuutta valvovat ja ehkäisevät poliisin eri tehtäviin erikoistuneet tahot. Veikkaus luo kuitenkin viestinnällään kuvaa Veikkauksesta aktiivisena toimijana rikollisuuden ehkäisemisessä, eli auktoriteettina jonka toiminta on yhteiskunnalle välttämätöntä.

Viranomaisroolin ohella Veikkaus näyttäytyy auktoriteettina ikärajavaltontaa koskevassa vastuullisuuskeskustelussa. Suomessa ainoana fyysisesti näkyvänä rahapelitoimijana ikärajavaltontan toteutuminen henkilöityy Veikkaukseen, jolta myös odotetaan vastuullisuutta ikärajavaltontassa.

- (47) Digitaalisissa peleissä ikärajan tarkistaminen tapahtuu luotettavalla tavalla väestötietojärjestelmästä, asiakkaaksi rekisteröitymisen yhteydessä. Kasinolla täysi-ikäisyys todennetaan sisäänkirjautumisessa. (V19)

Veikkaus näyttäytyy esimerkissä (47) auktoriteettina, joka ottaa ikärajavaltontan vakavasti ja tosissaan. Veikkaus kuvailee tarkasti ikärajavaltontaan liittyviä toimiaan niin verkossa kuin fyysisillä pelipaikoilla. Väestötietojärjestelmän kautta tapahtuva rekisteröityminen ja vaade henkilöllisyyden todistamisesta fyysisillä pelipaikoilla ovat keinoja, joilla Veikkaus pyrkii osoittamaan rahapelaamisen ikärajavaltontan kiertämisen mahdottomuuden. Näin Veikkaus vaalii auktoriteettiaan oikein ja tarkasti toimivana valvojana.

- (48) Veikkaus kouluttaa säännöllisesti omaa henkilöstöään ja kumppaniverkoston myyntipaikkojen pelimyyjiä ikärajavaltontaan ja tekee konkreettisia toimenpiteitä ikärajavaltontan tukemiseksi. Kumppaniverkoston myyntipaikkojen pelimyyjillä on käytössä esimerkiksi pelinestolaite, jonka avulla alaikäiseltä näyttävän henkilön pelaaminen voidaan pysäyttää valvontapisteeltä käsin ikärajatarkistusta varten. (V19)

Auktoriteettia vahvistaa, että esimerkissä (48) Veikkaus kuvailee, miten se vastaa ikärajavaltontan haasteisiin. Veikkaus osoittaa, että se pyrkii kehittämään sekä omien myyntipaikkojensa että kumppaniverkostonsa keinoja ikärajavaltontan tehostamiseksi, mikä legitimoii Veikkauksen asemaa. Konkreettinen esimerkki vahvistaa Veikkauksen viestiä ja luo mielikuvaa Veikkauksesta ikärajoja aktiivisesti valvovana tahona.

4.2.2 Hyväntekijä

”Veikkaus on suomalainen pelitalo, joka pelaajien ansiosta tuottaa yhteiseen hyvään yli miljardi euroa vuodessa.” (Veikkaus, 2019)

”Suomalainen voittaa aina” on Veikkauksen entinen slogan, joka elää edelleen vahvasti monen mielikuvissa. Kuten Veikkauksen vastuullisuusraportista poimittu virke osoittaa, sloganin viesti ei ole kadonnut Veikkauksen viestinnästä. Viestinnästä nouseva vahva kansallisidentiteetti ja rahapelaamisen kiertokulku suomalaisilta suomalaisille on yksi Veikkauksen toiminnan oikeuttamisen kulmakiviä. Veikkaus vaalii entisen sloganinsa sanomaa vastuullisuusviestinnässään ja viestinnästä rakentuva hyväntekijän imago on tunnistettavissa yhdeksi rooliksi, jonka ympärille organisaation legitimitteetti rakentuu. Egererin ja muiden (2018, s. 70) mukaan hyväntekeväisyys ei oikeuta vain yksinoikeusjärjestelmää vaan toimii myös perusteena yksilön rahapelaamiselle.

(49) Veikkaus maksaa vuosittain yli 2 miljoonaa euroa sosiaali- ja terveysministeriölle pelihaittatutkimukseen sekä peliongelman ehkäisyyn ja hoidon kehittämiseen arpajaislain mukaisesti. (V18)

Esimerkki (49) on Veikkaukselle tyypillinen tapa osoittaa vastuullisuutensa, oikeuttaa tärkeytensä yhteiskunnassa ja luoda imagoa hyväntekijänä. Veikkaus kertoo maksavansa joka vuosi yli kaksi miljoonaa euroa sosiaali- ja terveysministeriölle pelihaittatutkimukseen ja peliongelmiin ehkäisyyn ja peliongelmiin hoidon kehittämiseen. Nämä kuuluvat Veikkaukselle arpajaislaissa (1286/2016) määriteltyihin tehtäviin. Toisaalta kuvasta 2 (s. 61) voidaan huomata, että Veikkaus maksaa kokonaisuudessaan sosiaali- ja terveysjärjestöille 361,8 miljoonaa euroa avustuksia. Legitimitteen rakentumisen kannalta voidaan pohtia, miksi organisaation perustehtävän tukemiseksi jaetaan vain murto-osa kaikista sosiaali- ja terveysjärjestöille jaetuista avustuksista. Veikkauksen toiminnan tärkeys näkyy myös esimerkissä (50).

(50) Veikkauksen yhtiöjärjestyksestä näkyy myös sen toiminnan yleishyödyllisyys. Veikkauksen tuotto menee yhteiseen hyvään, eikä tuottoa tavoitella keinolla millä hyvänsä. (V18)

Yleishyödyllisyyteen viittaamalla Veikkaus oikeuttaa esimerkin (49) tavoin toimintansa merkityksen ja tärkeyden yhteiskunnalle. Yleishyödyllisyydellä viitataan esimerkissä (50) eriteltyjen pelihaittatutkimuksen sekä peliongelmien ehkäisyn ja hoidon kehittämisen lisäksi kaikkiin muihin Veikkauksen avustuskohteisiin. Yleishyödyllisyydellä tarkoitetaan siis niin rikollisuuden ja harmaan talouden torjuntaa, liikuntajärjestöjen ja liikuntapaikkarakentamisen tukemista, tieteen ja taiteen edistämistä ja niin edelleen. Veikkaus mainitsee rahapelituottojen menevän yhteiseen hyvään, jolla pyritään oikeuttamaan Veikkauksen asema legitiiminä organisaationa. Hyväntekijän rooli rakentuu tämän ajatuksen ympärille. Veikkaus haluaa olla yleisön silmissä legitiimi organisaatio, koska se jakaa tuolonsa yhteiskunnan toimintaan ja auttaa yhteiskunnalle tärkeitä toimijoita. Multimodaalisesti Veikkauksen rooli hyväntekijänä näyttäytyy kuvassa 2.



Kuva 2. Rahapelituottojen jakautuminen Veikkauksen edunsaajille. (V19)

Kuva 2 on konkreettinen esimerkki siitä, miten Veikkaus näyttäytyy hyväntekijänä. Toiminnan legitimoimisessa tällaisella konkreettisella kuvailulla viesti rahojen jakautumisesta

voidaan kohdentaa kenelle tahansa, koska Veikkauksen edunsaajajärjestöistä vähintään yksi koskettaa jokaista suomalaista. Tällä tavalla Veikkaus pystyy puhuttelemaan esimerkiksi veteraanien tukemisesta kiinnostuneita tahoja, joita peliongelmien ehkäisyn tukeminen ei välttämättä kosketa. Tuorila (2019, s. 17) kuitenkin kritisoi selvityksessään Veikkauksen imagoa hyväntekijänä siitä, ettei avustuskohteita tuoda tasapuolisesti esiin. Vaikka vastuullisuusraportissa tasapuolisuus toteutuu, niin kuluttajalle tutummassa markkinointiviestinnässä korostetaan Tuorilan mukaan sympaattisia avustuskohteita, kuten lapsia ja vanhuksia. Keskeisenä periaatteena viestinnässä voidaan nähdä Veikkauksen pelien pelaaminen siksi, että mahdolliset hävityt rahat menevät jollekin henkilökohtaisesti tärkeälle kohteelle. Mainitsen henkilökohtaisesti tärkeät kohteet, koska Veikkaus oikeuttaa esimerkissä (51) toimintaansa juuri tästä näkökulmasta.

- (51) Rahapelit ovat ihmisten viihtymistä varten, eikä niiden pitäisi olla välttämättömyys kenenkään elämässä. Alan muista toimijoista poiketen Veikkauksella on ollut tarkoitus – tuottaa peleillä varoja yhteiseen hyvään. (V19)

Esimerkissä (51) hyväntekijän rooli näyttäytyy Veikkauksen vastuullisuutena. Veikkaus haluaa osoittaa tarjoavansa asiakkailleen viihdettä, mitä kolmannes suomalaisista on THL:n tutkimuksen mukaan kertonut hakevansa rahapeleistä (Salonen ja muut, 2017, s. 37). Rahapelit kuitenkin kategorisoidaan Veikkauksen viestinnässä viihteeksi, eikä sen pitäisi ohjata kenenkään elämää. Vuonna 2020 julkaistussa vastuullisuusraportissaan Veikkaus haluaa erottautua alan muista toimijoista ja kertoa erikseen tuottavansa varoja yhteiseen hyvään. Hyväntekijän rooliaan Veikkaus korostaa vielä kertomalla rahapelivoittojen jakamisen yhteiseen hyvään olevan koko Veikkauksen toiminnan tarkoitus, toisin kuin muilla rahapeliyhtiöillä. Veikkaus siis pyrkii saavuttamaan legitimitetin erottamalla muista organisaatioista ja häivyttämällä roolinsa rahapelaamisesta hyötyvänä tahona. Malmelin (2011, s. 172) puhuu tällaisesta oikeuttamisesta missiopuheen käsitteen avulla, jolla tarkoitetaan yrityksen nousemista muiden yläpuolelle opettamaan eettisiä toimintatapoja. Tätä kautta viestinnästä voidaan tavallaan nostaa löyhästi esiin jopa narratiivi Veikkauksesta Robin Hoodina, siirtämässä rahaa rikkailta sitä tarvitseville, siinä missä muut rahapeliyhtiöt ”varastavat” rahapelituotot omaan taskuunsa.

4.2.3 Luotettava kumppani

Kolmas Veikkauksen vastuullisuusraporteista tulkittava rooli on luotettavan kumppanin rooli. Veikkaus pyrkii viestinnällään osoittamaan olevansa rahapelialalla luotettava toimija, johon niin asiakkaat kuin yhteistyökumppanitkin voivat luottaa. Luotettavuus on perusarvo, joka legitimoii organisaation olemassaoloa ja toimintaa. Luotettavuus näytetään Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa sekä yksilön että yhteisön tasolla. Organisaatio haluaa osoittaa luotettavuutensa sekä yksittäisille asiakkaille että nykyisille ja potentiaalisille yhteistyökumppaneilleen. Asiakkailleen Veikkaus näyttää luotettavana toimijana kertomalla muun muassa kuluttajansuojasta, asiakastietojenkäsittelystä ja henkilökohtaisista rahapelaamisen hallinnan keinoista. Yhteistyökumppaneilleen Veikkaus pyrkii osoittamaan luotettavuutensa muun muassa esimerkin (52) tavoin.

(52) Uudelleenarvioimme yhteistyökumppanuudet strategian mukaiseksi ja valittujen kohderyhmien puhuttelemiseksi. (V19)

Esimerkissä (52) Veikkaus haluaa osoittaa luotettavuutensa ja vastuullisuutensa vetoamalla yhdenmukaiseen toimintaan. Vastuullinen toiminta ja vastuullinen maine ovat Veikkaukselle tärkeitä arvoja, joita organisaatio edellyttää myös yhteistyökumppaneiltaan. Malmelinin (2011, s. 157) mukaan kumppanuus ja yhteistyö ovat kansalaisuuden hyveitä, joilla voidaan edistää legitimitetin rakentumista. Virke tukee Veikkauksen päämäärää kahdella tavalla. Potentiaalisille tuleville yhteistyökumppaneille Veikkaus näyttää organisaationa, joka välittää vastuullisuudesta ja jonka yhteistyökumppanina on vastuullisia yrityksiä. Vastaavasti nykyisille yhteistyökumppaneilleen Veikkaus osoittaa lojaaliuttaan kertomalla, että yhteistyökumppanit on valikoitu tarkoin perustein. Tämä luo nykyiselle yhteistyökumppanille mielikuvan heidän toimintansa vastuullisuudesta, jonka Veikkaus on hyväksynyt. Näin vastavuoroisesti voidaan nähdä, että myös yhteistyökumppani todennäköisemmin näkee Veikkauksen legitimiinä toimijana. Luotettavuus näyttää myös esimerkin (53) tavoin läpinäkyvänä toimintana.

(53) Joulukuussa 2019 Veikkauksen hallitus nimesi yhtiölle neuvoa-antavan asiantuntijaelimen, eettisen neuvottelukunnan, jonka tarkoitus on tuoda

ulkopuolinen näkemys yhtiön hallituksen ja operatiivisen johdon käyttöön rahapelitoiminnasta. Neuvottelukunta keskittyy erityisesti pelien ja niiden markkinoinnin etiikkaan, pelihaittoihin sekä pelaamisen yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyviin asioihin. (V19)

Esimerkissä (53) on implisiittinen viittaus Veikkaukseen kohdistuneeseen kritiikkiin. Kritiikin takia Veikkaus nimesi tahon, joka keskittyy erityisesti tarkastelemaan ulkopuolelta Veikkauksen toiminnan vastuullisuutta ja organisaation perustehtävän toteutumista. Tällainen toiminta ja siitä viestiminen lisäävät luottamusta organisaatioon, koska se lisää toiminnan läpinäkyvyyttä ja osoittaa, että organisaatio on havainnut toimintamalliensa puutteellisuuden. Organisaation ulkopuolisen tahon valvomana Veikkauksen toiminta näyttäytyy entistä luotettavampana ja siten myös legitimoitua toimintaa sekä organisaatiota.

Yksittäiselle pelaajalle Veikkaus pyrkii osoittamaan luotettavuutensa kertomalla rahapelaamisen turvallisuuteen liittyvistä asioista ja yksittäisen henkilön omista mahdollisuuksista rahapeliongelmien ennaltaehkäisemiseksi. Viestinnästä voidaan tunnistaa delegitiimaatiota seuraava prosessi, jossa Veikkaus pyrkii Tostia (2011, s. 686) mukailleen osoittamaan muuttuvan toimintansa aiempaa legitimiimmäksi ja siten vakiintuneeksi, oikeutuksen ansaitsevaksi käytännöksi.

- (54) Vuoden 2019 kuluessa käyty julkinen keskustelu on tuonut vahvasti näkyville tasapainon haasteen yhtiön tehtävän ja tarkoituksen välillä. Yhtiön tehtävä on tarjota suomalaisille turvallisia pelejä ja ennaltaehkäistä peleistä aiheutuvia haittoja. On rehellistä sanoa, että olemme vastanneet keskusteluun puhuen vastuustamme yhteiskunnalle enemmän kuin vastuustamme yksilölle, pelaajalle. (V19)

Esimerkissä (54) voidaan jälleen havaita julkisen keskustelun aiheuttama paine ja vaade Veikkauksen toiminnan muutoksille. Veikkaus myöntää avoimesti, että rahapelihaittojen ennaltaehkäiseminen ja rahapelituottojen kerääminen samanaikaisesti on hankalaa. Kuluttajaan Veikkaus vetoaa viestimällä, että organisaation vastuu yksittäisestä pelaajasta on jäänyt vähemmälle huomiolle. Viestinnän läpinäkyvyys ja virheiden myöntäminen voidaan nähdä keinona rakentaa luottamusta organisaation ja kuluttajan välille. Samalla se vastaa rahapelialan toimijoita kohdistettuun kritiikkiin siitä, että rahapeliyhtiöiden on

aiemmin nähty ulkoistavan vastuullisuuden ja pelaamisen kontrolloinnin yksilölle (Geiger & Cuzzocrea, 2017, s. 263). Seuraavissa esimerkeissä Veikkaus kuvailee tarkemmin, miksi kuluttajan tulisi luottaa Veikkaukseen.

- (55) Yritysturvallisuus tarkoittaa yhtä lailla veikkauslaisten turvaa kuin sitä, että pelaajat voivat luottaa Veikkaukseen: pelaaminen, voittaminen ja rahan liikkuminen tapahtuu Veikkauksella oikein. Kuluttajat voivat myös luottaa siihen, että heidän tietonsa ovat turvassa ja suojattuja. (V18)

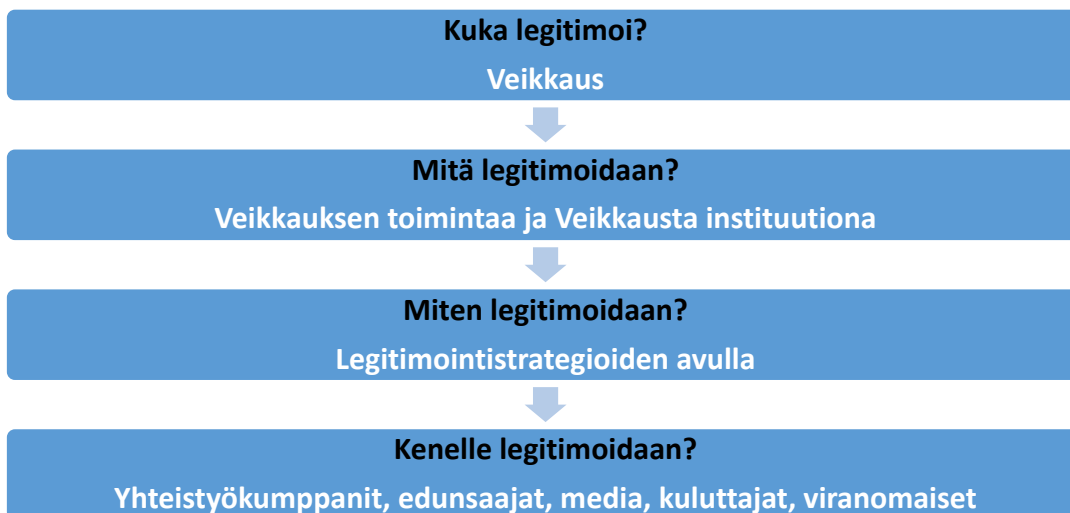
Yritysturvallisuus on Veikkauksen strategiaan sidonnainen termi, johon viittaamalla Veikkaus pyrkii esimerkissä (55) osoittamaan luotettavuutensa. Yritysturvallisuuteen viittaamalla Veikkaus näyttää vastuullisuuden ja rahapelaamisen oikeudenmukaisuuden olevan osa organisaation strategiaa. Veikkaus kuvailee rahan siirtyvän pelaajalta Veikkaukselle ja Veikkaukselta pelaajalle luotettavasti. Esimerkissä (55) Veikkaus viittaa myös kuluttajansuojaan. Henkilötietojen turvaaminen ja suojaaminen on erityisesti rahapelialalla tärkeää, koska rahaliikenne kuluttajien ja palveluntarjoajan välillä on tiheää. Konkreettisemmin luottamussuhteen rakentaminen kuluttajaan näyttäytyy esimerkissä (56).

- (56) Jokaisen veikkaus.fi-palvelussa pelaavan on pakko asettaa vuorokausi- ja kuukausikohtaiset rahansiirtorajat ennen kuin voi siirtää rahaa Veikkauksen pelitilille. Tappiorajat vuorokausi- ja kuukausitasolle on pakko asettaa niiden asiakkaiden, jotka haluavat pelata esim. peliautomaattityyppisiä pelejä, nettiarpoja, bingoa tai pöytäpelejä kuten rulettia tai Blackjackia. Pakollisten rajojen asettaminen ohjaa pelaajan miettimään omaa pelikulutustaan ennen pelaamisen aloittamista. (V19)

Rahapelaaminen verkossa on paitsi vakiintunut käytäntö, mutta edelleen kasvava markkina. Veikkaus osoittaa vastuullisuutensa verkkopelaamisen hallintaan pakottamalla pelaajan asettamaan itselleen rahansiirtorajat ja tappiorajat suurimman riippuvuusriskin peleihin. Näin Veikkaus ohjaa pelaajan miettimään jo ennen pelaamista, paljonko hän haluaa kerralla sijoittaa rahapelaamiseen ja paljonko hän on valmis päivä- tai kuukausitasolla maksimissaan häviämään. Lerkanen ja muut (2020, s. 93) havaitsivat tutkimuksessaan Veikkauksen pelaamisen hallinnan välineet haastateltavien mielestä hyödyllisiksi, mutta haastateltavat samalla kyseenalaistivat, auttavatko välineet ongelmapelaajia.

4.3 Legitimaation kohde

Legitimaation tutkimuksessa on keskeistä pohtia legitimaation tarkoitusta. Legitimaation tarkoitukseen liittyviä kysymyksiä ovat muun muassa kuka legitimoi, mitä legitimoidaan, miten legitimoidaan ja miksi tai kenelle legitimoidaan. Malmelin (2011, s. 127) kuvailee vastuullisuusraporttia julkiseksi aineistoksi, jonka avulla osoitetaan perusteluita ja oikeuksia organisaation toimintavoille. Raporteilla pyritään siis rakentamaan mielikuvaa organisaation toiminnan oikeellisuudesta, hyödyllisyydestä ja suunnitelmallisuudesta. Veikkauksen vastuullisuusraportoinnin legitimaation rakennetta ja dynamiikkaa on havainnollistettu kuviossa 5 tutkimustuloksista johdetulla yhteenvedolla.



Kuvio 5. Veikkauksen legitimoinnin rakenne ja dynamiikka.

Vastuullisuusraportti on Veikkauksen luoma materiaali, jonka avulla osoitetaan perusteluita ja oikeuksia organisaation toimintavoille. Legitimoiva toimija on siis Veikkaus. Legitimaatio kohdistuu sekä Veikkauksen toimintaan että Veikkaukseen yhteiskunnallisena toimijana. Legitimointi rakentuu legitimointistrategioista, joita on käsitelty erikseen luvussa 4.1. Legitimaation kohderyhmä on puolestaan vastuullisuusraportin luonteen takia monimuotoinen. Malmelin (2011, s. 101) näkee yhteiskuntavastuusta kertovien raporttien ensisijaiseksi kohderyhmäksi sijoittajat. Erityisesti vuosikertomukset on nähty sijoittajaviestinnässä tärkeinä, minkä takia vastuullisuusraportti liitetäänkin usein

vuosikertomuksen yhteyteen. Veikkaus ei kuitenkaan ole pörssiyhtiö, joten sijoittajat eivät kuulu yhtiön kohderyhmään. Sen sijaan vastuullisuusraportin kohderyhmään kuuluvat Veikkauksen nykyiset ja mahdollisesti tulevat yhteistyökumppanit, Veikkauksen henkilöstö, Veikkauksen edunsaajat, Veikkauksen palveluntarjoajat kuten myyntipisteiden pitäjät, media, kuluttajat, ministeriöt, viranomaiset ja poliittiset päättäjät.

Kuvio 5 osoittaa vain sen, miten legitimaatio näyttäytyy eksplisiittisesti. Legitimaatioanalyysissä aineiston analyysi on tulkitsevaa ja siksi myös implisiittisten seikkojen tarkastelu on mahdollista. Seuraavaksi pohdin, mitä implisiittisiä tarkoituseriä legitimaation taustalta voidaan tulkita. Veikkauksen vastuullisuusraporteissa merkittävä osa koostuu ikärajavalvonnasta ja pelaamisen hallinnan keinoista. Avoimeksi kysymykseksi jää, pyritäänkö ikärajavalvonnalla oikeuttamaan rahapeliin vaivatonta saatavuutta täysi-ikäisille.

(57) Vuoden 2020 aikana myyntipaikkakohtaisia peliautomaattien enimmäismääriä lasketaan siten, että peliautomaatteja voi olla hypermarketeissa sekä liikenne- ja huoltoasemilla enintään seitsemän kappaletta ja muissa myyntipaikoissa enintään viisi kappaletta. (V19)

Vuonna 2020 julkaistussa vastuullisuusraportissaan Veikkaus korostaa vähentävänsä vuoden 2020 aikana rahapeliautomaattien määrää 18 500:sta 15 000:een. Muun muassa Pelikoneet kauPOIsta -kansalaisaloitteen keskeisenä huomiona on kuitenkin ollut, onko tällaisella vastuullisuustoiminnalla merkitystä, mikäli yksittäisessä myyntipaikassa rahapeliautomaattien määrä vähenee kuudesta viiteen. Veikkaus kertoo tarkoitukseseen tuottaa peleillä iloa ja viihdettä, millä Veikkaus pyrkii oikeuttamaan rahapeliautomaattien maantieteellisen kattavuuden. Veikkaus haluaa, että pelit ovat kaikkien saatavilla. Veikkaus pyrkii samalla rajoittamaan alaikäisten rahapelaamista estoilla ja rikkeisiin puuttamalla, mikä nähdään positiivisena toimenpiteenä. Mielestäni viestinnästä rakentuu korrelaatio rahapelaamisen hyväksyttävyyden ja valvonnan välillä. Rahapeliautomaatteja oikeutetaan viihteenä, jota rajoitetaan alaikäisiltä. Näin ikärajavalvonnan toimet oikeuttavat rahapeliautomaattien sijoittelua ja rahapelaamista sekä fyysisesti että verkossa, koska rahapelit eivät ole alaikäisten saatavilla. Viittauksilla vastuullisuuteen oikeutetaan myös markkinointiviestintää.

- (58) Viime vuoden aikana Veikkaus hyödynsi markkinoinnin ja mainonnan keinoja myös rahapelaamisen vastuullisuuden esiintuomisessa. Pelaa maltilla -konsepti keskittyi nostamaan esiin vastuullisuustyökaluja, joilla pelaaja voi hallita omaa rahapelaamistaan. (V18)

Esimerkissä (58) voidaan nähdä Veikkauksen oikeuttavan markkinointiviestintäänsä kuvailemalla sen monipuolisia käyttötarkoituksia. Sen lisäksi, että markkinointiviestintä kohdistuu Veikkauksen rahapelien tarjontaan, niin samoja keinoja käytetään myös vastuullisuusviestintään. Esimerkissä (58) konkreettisena esimerkkinä viitataan Veikkauksen Pelaa maltilla -kampanjaan, jonka kautta Veikkaus pyrki viestimään yksittäisen asiakkaan rahapelaamisen hallinnan keinoista. Vastuullisuus ja sen korostaminen voidaan nähdä viestinnässä hyveenä, jonka kautta oikeutetaan kaikkea muuta markkinointiviestintää ja mainontaa. Veikkaus siis esittää, että markkinointiviestintä on kokonaisuudessaan tärkeää, koska se sisältää myös vastuullisuuselementtejä. Oikeuttamisen tarve kuitenkin muuttui ja lisääntyi vuoden 2019 aikana, mikä huomataan esimerkistä (59).

- (59) Yhtiön vastuulliselle markkinoinnille määriteltiin loppuvuoden aikana uudet linjaukset. Ne ovat vaikuttaneet markkinoinnin määrään, sisältöihin, valvontaan, markkinointiprosesseihin sekä markkinoinnin toimintakulttuuriin. Markkinoinnin kokonaispanostuksia on vähennetty ja korkean haittariskin pelien pelikohdeinformaatiota on entisestään rajoitettu. (V19)

Malmelinin (2011, s. 13) mukaan yritysten oikeuttaminen perustuu kritiikin kuulemiseen ja siihen vastaamiseen. Esimerkeistä (59) voidaan huomata Veikkauksen markkinointiin kohdistunut negatiivinen julkisuus vuoden 2019 kesän ja syksyn aikana. Enää vuonna 2020 julkaistussa vastuullisuusraportissa Veikkaus ei oikeuta markkinointiviestintäänsä vastuullisuudella, vaan uudistumisen ja muutoksen diskurssilla. Negatiivinen julkisuus on saanut Veikkauksen pohtimaan markkinointiviestintäänsä ja uudistamaan sen konsepteja. Koko markkinoinnin toimintakulttuuria kuvaillaan muuttuneeksi ja markkinoinnin määrää vähentyneeksi. Kritiikkiä mukailevat toimenpiteet oikeuttavat uusia markkinointikäytäntöjä ja luovat uudesta toimintamallista kuvaa legitiiminä.

4.4 Yhteenveto

Tämän tutkimusaineiston ja menetelmän puitteissa tutkittavien raporttien määrä oli pieni, mutta vastaavasti raporttien sisällön määrä ja tiedon laajuus oli suuri. Vastaavissa tutkimusasetelmissä tulosten tai aineistohavaintojen kvantifiointi on harvinaista, eikä aineiston määrällinen erittely ole laadullisessa ja tulkitsevassa tutkimuksessa yleistä. Tärkeämpää on luoda tarkka kuvaus aineiston sisällöstä ja tarkastelun avulla tuottaa ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä tai tässä tapauksessa organisaation toiminnasta. Analyysissä luodun kuvan tarkentamiseksi koen, että aineistoa on hyvä kuvailla myös suuntaa antavasti legitimointistrategioiden havaintomäärien suhteen.

Auktorisaatio oli tutkimuksessa hallitseva legitimointistrategia, jota esiintyi molemmissa tarkasteltavissa vastuullisuusraporteissa eniten. Auktorisaatio esiintyi aineistossa viittauksina lakeihin, säädöksiin, viranomaisiin, ministeriöihin, poliisiin, roolimalleihin ja Veikkauksen kumppaneiden erikoisosaamiseen. Malmelinin (2011, s. 189) mukaan hyvämaineisten kumppanien maininta on vastuullisuusraporteissa tyypillistä. Legitimointistrategiaa käytettiin samalla tavalla sekä vuoden 2019 että vuoden 2020 vastuullisuusraportissa. Suurin yksittäinen ero oli, että vuoden 2020 vastuullisuusraportti sisälsi enemmän henkilöitä kertomassa asiantuntijaroolissa organisaation vastuullisuudesta, mikä teki vastuullisuusraportista edellistä vuotta moniäänisemmän.

Toiseksi eniten aineistosta oli tunnistettavissa moralisaatiota. Moralisaatio nähdään legitimaation tutkimuksessa hyvin tulkinnallisena, mutta aineistossa oli myös täysin eksplisiittisiä viittauksia toiminnan oikeuttamiseksi yhteiskunnan edun takia. Moralisaatio näyttäytyi abstraktioina yhteisen edun tavoitteluna ja rikollisuuden torjuntana. Arvioivien sanavalintojen kautta legitimaatioon pyrittiin luomalla vastinpareja, kuten hyvä ja paha sekä hyväksyttävä ja kyseenalainen. Veikkaus kuvaili toimintaansa myös positiivisin adjektiivein ja hyödynsi vertailumuotoja legitimiteetin rakentamiseksi. Yllättävä havainto oli, että vuoden 2020 vastuullisuusraportissa Veikkaus otti selvästi kantaa rahapelialan muihin toimijoihin ja halusi kuvailla omaa toimintaansa oikeutetummaksi kuin ulkomaisilla rahapeliyhtiöillä, jotka ovat merkittävä osa digitaalisen rahapelaamisen

markkinaa Suomessa. On vaikea sanoa, johtuuko muutos Veikkaukseen kohdistuneesta kritiikistä. Vuonna 2019 julkaistu vastuullisuusraportti oli puolestaan sävyltään todella neutraali, eikä siinä otettu kantaa rahapelialan muihin toimijoihin.

Rationalisaatiota aineistossa esiintyi lähes yhtä paljon kuin moralisaatiota. Rationalisaatio näkyi viittauksina organisaation onnistumisiin, toiminnan tavoitteisiin, sidosryhmien tukemiseen ja yhteiskunnalliseen merkittävyyteen. Keskeistä oli järkeen perustuva, luonnollisen tilan kautta rakentuva legitimiteetti. Vastuullisuusraporttien välillä ei ollut rationalisaation kannalta huomattavia eroja. Rationalisaation ja moralisaation yhtäläistä esiintymistä aineistossa voidaan perustella havainnoilla aiemmasta legitimaation tutkimuksesta. Vaaran ja muiden (2006, s. 801) mukaan näiden kahden legitimointistrategian suhde on niin vahva, ettei niitä välttämättä pitäisi edes käsitellä toisistaan erillisinä legitimointistrategioina.

Mytopoesia esiintyi tutkimusaineistossa selvästi vähiten. Mytopoesia on van Leeuwenin legitimointistrategioista implisiittisin, mutta sen ei voida nähdä vaikuttavan tuloksiin. Aineistosta löytyi narratiivisia elementtejä, mutta mytopoesin perusteiksi kuuluvia varoittavia tai palkitsevia tarinoita aineistossa ei esiintynyt lainkaan. Vastuullisuusraportti ei kuitenkaan genrenä ole sellainen, johon tällaiset tarinat luontevasti sopivat. Veikkaus ei valtionyhtiönä ole myöskään taho, jolla olisi selkeä strategiaan kiinnittyvä tai organisaatiota legitimoiva ja kantava yritystarina, kuten esimerkiksi joillakin perheyrittäjillä.

Narratiivisia elementtejä aineistossa edustivat syy-seuraussuhteet. Vuoden 2019 julkinen keskustelu vaikutti selvästi vuoden 2020 vastuullisuusraporttiin, koska muutoksen ja uudistumisen diskurssi esiintyi huomattavasti voimakkaammin vuoden 2020 raportissa kuin vuoden 2019 raportissa. Muissakin legitimaatiota käsittelevissä pro gradu -tutkielmissa on tehty sama havainto, että perinteisiä tarinoita ei erilaisista aineistoista löydy. Voidaankin pohtia, onko kyseessä jopa kulttuurillinen muutos, eikä van Leeuwenin teoria enää mytopoesin osalta täysin vastaa nykyistä organisaatioiden viestintäkulttuuria.

Viidenneksi legitimointistrategiaksi nostettua määrällistämistä esiintyi aineistossa moralisaatioon ja rationalisaatioon verrattava määrä. Määrällistäminen ei kuitenkaan näyttäytynyt aina omana legitimointistrategianaan, vaan linkittyi usein johonkin toiseen strategiaan. Määrällistäminen näyttäytyi aineistossa sekä numeerisena vahvistamisena että sanallisesti kuvailevana kvantifiointina. Numeerisen vahvistamisen keskeisiä keinoja olivat toiminnan validointi suurilla lukumäärillä ja tarkastelu-ulottuvuuden säätely tilastojen myönteisenä kuvailuna. Sanallisesti kuvaileva määrällistäminen näyttäytyi adjektiivien vertailuasteiden ja kuvailevien sanamuotojen käyttönä.

Kokonaisuuksina vastuullisuusraportit olivat luonteeltaan hyvin samankaltaisia ja legitimointistrategioiden esiintyminen oli hyvin johdonmukaista. Havaintojen samankaltaisuus selittyy luultavasti vastuullisuusraporttien vakiintuneella rakenteella ja on luonnollista, että peräkkäisinä vuosina samoja asioita legitimoidaan samoilla keinoilla. Suurimmat erot vastuullisuusraporttien välillä olivat, että vuoden 2020 vastuullisuusraportissa Veikkaus pyrki erottautumaan rahapelialan muista toimijoista ja vuoden 2020 vastuullisuusraportissa huomioitiin myös eksplisiittisesti viittaamalla Veikkaukseen kohdistunut kritiikki vuonna 2019. Viittaukset kritiikkiin heijastuivat myös legitimointistrategioihin, joissa muutoksen ja uudistumisen diskurssi oli vankemmin läsnä. Malmelinin (2011, s. 158) mukaan oppimiseen liittyvä retoriikka on kuitenkin legitimaation kannalta ongelmallista, koska muutoksen tavoite horjuttaa yrityksen nykyistä legitimizeettiiä.

Tutkimuksen toisessa vaiheessa havaittiin, että Veikkaus näyttäytyy vastuullisuusraporteissa kolmen erilaisen roolin kautta. Rooleja ovat auktoriteetti, hyväntekijä ja luotettava kumppani. Nämä roolit tunnistettiin aineistosta teemoittelun avulla. Auktoriteetin rooli muodostui Veikkauksesta lainvalvojana, joka torjuu rahapelirikollisuutta ja valvoo rahapelin ikärajojen noudattamista. Hyväntekijän rooli puolestaan muodostui Veikkauksesta yhteiskunnalle varoja tuottavana ja yleishyödyllisenä tahona, jonka olemassaolosta hyötyy jokainen suomalainen. Luotettavan kumppanin rooli rakentui hyvistä väleistä yhteistyökumppaneihin ja asiakkaisiin. Vastuullisuus ja oikeudenmukaisuus olivat avainsanoja, joiden varaan luotettavan kumppanin rooli rakentui.

Vastuullisuusraportti on luonteeltaan julkaisu, jolla yritys osoittaa perusteluita ja oikeuksia toimintatavoilleen ja olemassaololle. Olemassaolon ja toiminnan oikeuttamisen lisäksi aineistosta oli tunnistettavissa kaksi Veikkauksen toiminnan keskiöön kuuluvaa rakennetta, joita Veikkaus legitimoit muun toimintansa kautta. Aineistosta tunnistettiin tarve legitimoida rahapeliautomaatteja viihteenä ja ilon lähteenä asiakkaille, koska rahapeliautomaatteja oli vuonna 2019 yritetty saada pois kaupoista kansalaisaloitteen voimin. Geiger ja Cuzzocrea (2017, s. 264) ovat aiemmin tunnistaneet rahapeliyhtiöiden tavoin korostaa toimivansa ilon ja viihteen vuoksi peittääkseen tarkoituksen rikastua pelaajien tappioilla. Rahapeliautomaatteja ja rahapelaamista hyväksyttävänä viihteenä oikeutettiin rahapelaamisen ikärajavälön kautta. Kritiikkiä saanutta Veikkauksen markkinointiviestintää puolestaan legitimoitiin uudistumisen ja muutoksen kautta. Veikkauksen maine ja Veikkauksen markkinointiviestinnän maine kolhiintui vuoden 2019 aikana, joten Veikkauksella oli tarve legitimoida markkinointiviestintäänsä uudelleen, koska se on keskeinen osa Veikkauksen liiketoimintaa.

Tuorilan (2019, s. 13) mukaan Veikkaus mainitsee markkinointinsa vastuullisuusperiaatteissa, että olennainen osa sen toimintaa on yhteiskuntavastuu. Yhteiskuntavastuu käsittää vastuullisen rahapeli-toiminnan ja sen markkinoinnin. Legitimiteetin rakentumisen kannalta näen kuitenkin vastuullisen rahapelaamisen käsitteen ongelmallisena. Malmelin (2011) tunnisti väitöskirjassaan suomalaisten yritysten pyrkivän rakentamaan legitimiteettiä kompromissien kautta oikeuttaakseen kahta täysin erilaista arvomaailmaa. Kompromissit ilmenivät Malmelinin aineistossa muun muassa ”ekotehokkuuden” ja ”taloudellisen jalanjäljen” kaltaisina käsitteinä, joilla pyrittiin sovittamaan yhteen markkinoiden kilpailukykyyn perustuva maailma ja teollisen arvomaailman tuotannon tehokkuus sekä ympäristön suojelun ja ympäristövastuun arvot. Näen *vastuullisen rahapelaamisen* ja *vastuullisen rahapelimarkkinoinnin* käsitteet ongelmallisiksi kompromisseiksi, koska vastuullisuus perustuu yksittäisten Veikkauksen asiakkaiden valintoihin. Lerkkasen ja muiden (2020, s. 90) tutkimuksessa haastateltavat kyseenalaistivat koko rahapelimarkkinoinnin tarpeen, koska sekä rahapelaaminen että Veikkaus ovat muutenkin niin näkyvästi esillä.

5 Päätäntö

Legitimaatiotutkimusten keskeisenä tarkoituksena on perinteisesti ollut selittää erilaisia käytäntöjä, joilla organisaatiot oikeuttavat toimintaansa. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten legitimizeetti rakentuu Veikkauksen vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimusaineistona käytettiin Veikkauksen julkaisemia vastuullisuusraportteja vuosilta 2019 ja 2020. Aineiston rajaukseen vaikutti erityisesti Veikkaukseen kohdistunut kova julkinen kritiikki vuoden 2019 loppukesän ja syksyn aikana, mikä vaikutti Veikkauksen legitimizeettiin. Kritiikin seurauksena enää 35 prosenttia suomalaisista piti Veikkausta vastuullisena yrityksenä, kun vuotta aiemmin samassa tutkimuksessa luku oli ollut 55 prosenttia (Veikkaus, 2020). Legitimaation näkökulmasta kyse ei välttämättä ole niinkään legitimizeettikriisistä, vaan kritiikin ja oikeuttamisen jatkuvasta kehästä (Malmelin, 2011, s. 42). Analyysissa kysyttiin, mitä legitimizeetin rakentumisen keinoja eli legitimointistrategioita Veikkauksen viestinnästä voidaan tunnistaa, millaisia legitimiin toimijan rooleja Veikkaukselle vastuullisuusraporteissa rakentuu ja mitä Veikkaus pyrkii oikeuttamaan.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin diskurssianalyysiin pohjautuvaa tulkitsevaa legitimaatioanalyysiä ja teemoitteluä. Aiemmasta legitimizeetin tutkimuksesta tämän tutkimuksen pohjana käytettiin Theo van Leeuwenin tunnistamia legitimointistrategioita, auktorisaatiota, moralisaatiota, rationalisaatiota ja mytopoesia. Viidenneksi legitimointistrategiaksi aineistosta nostettiin esiin määrällistäminen, joka tutkimuksessa tarkoitti oikeuttamista viittaamalla kvantitatiivisiin lukuihin tai tilastoihin, joiden avulla havainnollistetaan konkreettista toimintaa.

Tutkimuksessa selvisi, että Veikkauksen vastuullisuusraporteissa auktorisaatio oli hallitseva legitimointistrategia. Auktorisaatio esiintyi aineistossa viittauksina lakeihin, säädöksiin, viranomaisiin, ministeriöihin, poliisiin, roolimalleihin ja Veikkauksen kumppaneiden erikoisosaamiseen. Tulos oli odotettu, koska laissa määrätty yksinoikeus järjestää rahapelejä on suurin yksittäinen Veikkauksen olemassaoloa oikeuttava tekijä. Egererin ja muiden (2018, s. 46) mukaan kansallisen monopolin puolustaminen on oikeuttanut paikallista rahapelejä järjestävää tahoä muissakin maissa, joten havainto on luonnollinen.

Malmelinin (2011, s. 4) mukaan kuluttajien usko yrityksen omaan sanaan on vähäistä. Hänen mukaansa yritystä luotettavampia lähteitä ovat tutkijoiden, asiantuntijoiden ja kansalaisjärjestöjen mielipiteet. Malmelin (2011, s. 189) havaitsi tutkimuksessaan, että yrityksillä on tapana lainata puuttuvaa uskottavuutta legitimiimmältä taholta, koska yrityksiin kohdistuva luottamus on vähäistä. Tämä selittäisi myös osaltaan auktorisaation suurta määrää. Van Leeuwen ja Wodak (1999, s. 111) ovat selittäneet erityisesti viranomaisiin kohdistuvan auktorisaation määrää sen linkittymisellä moralisaatioon ja rationalisaatioon, koska viranomaiset symboloivat tiettyjä instituutioita tai näkökulmia.

Toiseksi eniten aineistosta oli tunnistettavissa moralisaatiota. Moralisaatio näyttäytyi abstraktion kautta yhteisen edun tavoitteluna ja rikollisuuden torjuntana sekä arvioivina sanavalintoina. Aineistosta tunnistettiin vastinpareja, kuten hyvä ja paha sekä hyväksyttävä ja kyseenalainen. Van Leeuwen ja Wodak (1999, s. 111) havaitsivat tutkimuksessaan moralisaation merkittäväksi legitimointistrategiaksi, mitä he perustelivat moralisaation suhteella auktorisaatioon. Heidän mukaansa myös lakiin nojaavat järjestelmät rakentuvat moraalisisista järjestelmistä. Moraaliseksi arvopohjaksi voidaan suomalaisessa yhteiskunnassa nähdä esimerkiksi oikeudenmukaisuus ja läpinäkyvyys, joihin myös Veikkaus nojasi.

Rationalisaatio näkyi aineistossa viittauksina organisaation onnistumisiin, toiminnan tavoitteisiin, sidosryhmien tukemiseen ja yhteiskunnalliseen merkittävyyteen. Keskeistä oli järkeen perustuva, luonnollisen tilan kautta rakentuva legitimitetti. Mytopoesia esiintyi tutkimusaineistossa selvästi vähiten, mikä selittyy enemmän vastuullisuusraporttien vakiintuneella luonteella kuin Veikkauksen tekemillä valinnoilla. Aineistosta löytyi narratiivisia elementtejä, mutta perinteisiä toimintaa oikeuttavia tarinoita aineistossa ei ollut. Narratiivisia elementtejä aineistossa edustivat syy-seuraussuhteet, joissa legitimoiva tekijä on tarinan onnellinen loppu (van Leeuwen & Wodak, 1999, s. 110). Viidenneksi legitimointistrategiaksi tunnistettu määrällistäminen linkittyi usein johonkin toiseen legitimointistrategiaan. Määrällistäminen näyttäytyi aineistossa sekä numeerisena vahvistamisena että sanallisesti kuvailevana kvantifiointina.

Tutkimuksessa havaittiin, että Veikkauksella on vastuullisuusraporteissa kolme erilaista roolia. Rooleja ovat auktoriteetti, hyväntekijä ja luotettava kumppani. Nämä roolit tunnistettiin aineistosta teemoittelun avulla. Auktoriteetin rooli muodostui Veikkauksesta lainvalvojana, joka torjuu rahapelirikollisuutta ja valvoo rahapelin ikärajoja. Hyväntekijän rooli muodostui Veikkauksesta yhteiskunnalle varoja tuottavana ja yleishyödyllisenä toimijana. Luotettavan kumppanin rooli rakentui puolestaan vastuulliseen ja oikeudenmukaisuuden diskursseista. Mielenkiintoinen havainto oli myös se, että Veikkaus pyrkii oikeuttamaan oman asemansa lisäksi myös markkinointiviestintäänsä, jota vuonna 2019 kritisoitiin paljon.

Vastuullisuusraporttien kokonaisuus oli hyvin samankaltainen, eikä julkinen kritiikki vaikuttanut legitimoitistategioiden esiintymiseen merkittävästi. Veikkaus legitimoit peräkkäisinä vuosina samoja asioita samoilla keinoilla, mikä voidaan nähdä loogisena. Tutkimuksessa yllätti, että Veikkaus otti vuoden 2020 vastuullisuusraportissa kantaa rahapelialan muihin toimijoihin ja halusi kuvailla omaa toimintaansa oikeutetummaksi kuin ulkomaisilla rahapeliyhtiöillä, joilla on hallussaan jo merkittävä osa Suomen digitaalisesta rahapelimarkkinasta. Tämä oli myös suurin yksittäinen ero vastuullisuusraporttien välillä sen lisäksi, että vuoden 2019 julkisesta kritiikistä kumpuava muutoksen ja uudistumisen diskurssi oli iso osa vuoden 2020 vastuullisuusraporttia.

Tutkimustulokset muodostavat luonnollisen jatkumon suhteessa aiempaan suomalaiseen rahapelitutkimukseen. Veikkauksen imago hyväntekijänä tunnistettiin sekä koko toimintaa legitimoivaksi rooliksi että legitimoitistategioista moralisaation keskeiseksi oikeuttamisperusteeksi. Sekä Lerkkanen ja muut (2020, s. 95) että Egerer ja muut (2018, s. 68) havaitsivat tutkimuksissaan suomalaisten kokevan hyväntekijän imagon ristiriitaisena ja nykymuotoisen rahapelijärjestelmän suurimpana heikkoutena. Heidän mukaansa hyväntekijän imagoa on hankala sovittaa samaan rooliin rahapeliin tarjoajana ja pelihaittojen ehkäisijänä. On esimerkiksi esitetty ongelmallisena, että Veikkauksen etuasiakkuuden tasot liittyvät rahapelaamisen säännöllisyyteen ja siten kannustavat rahapelaamiseen parempien etujen saavuttamiseksi (Egerer ja muut, 2018, s. 59).

Lerkkasen ja muiden (2020, s. 90) mukaan tukeutumista hyväntekijän ja vastuullisen toimijan rooliin pidetään kyseenalaistettavana, ja hyväntekeväisyyteen rahapelaamisen kautta suhtaudutaan ironisesti. Egerer ja muut (2018, s. 68) huomasivat puolestaan ristiriidan hyväntekijän roolissa siten, että rahapelaamista oikeutetaan rahapelituottojen jakamisella yhteiseen hyvään, mutta samalla unohdetaan rahapelaamisen haittavaikutukset. Nämä havainnot linkittyvät puolestaan Malmelinin (2011) tutkimustuloksiin yritysten tarpeesta oikeuttaa toimintaansa kompromissien avulla. Tässä tutkimuksessa havaittiin Veikkauksen näyttävästi vastuullisen rahapelaamisen ja vastuullisen rahapeli-markkinoinnin suunnannäyttäjänä, mutta aiempaan tutkimukseen peilaten tällainen kompromissi ei legitimoisi Veikkausta tai sen toimintaa.

Egerer ja muut (2018, s. 5) huomauttavat tutkimuksessaan, että kritiikistä huolimatta rahapelituottojen jakamista yhteiseen hyvään pidetään nykymuotoisen rahapelijärjestelmän keskeisenä oikeutuksena. Kysymys ei siten olekaan siitä, että Veikkauksen vastuullisuusraportoinnista tunnistettava kompromissi olisi väärä oikeuttamisen keino. Sen sijaan legitimitietin saavuttamiseksi rahapelitoimintaa tulisi muokata siten, että toiminta vastaa tehdyn kompromissin arvomaailmoja. Egerer ja muut (2018, s. 65) esittävätkin ehdotuksen rahapelituottojen kohdentamisesta nykyisten edunsaajien sijaan entistä enemmän rahapeliongelmiin liittyviin palveluihin, kuten ongelmien ehkäisyyn, hoitoon ja tutkimukseen.

Legitimitietin rakentumisen kannalta Veikkauksen pitäisi pystyä vastaamaan paremmin siihen, onko monopolin tarkoitus ehkäistä ongelmapelaamista vai edistää rahapelien kulutusta rahapelituottojen saamiseksi edunsaajille. Tuorila (2019, s. 14) on havainnut samoja ongelmia myös ikärajavallvonnan legitimoinnissa, koska vastuullisuus kohdistuu vain alaikäisiin muiden haavoittuvien kuluttajaryhmien, kuten peli- ja päihdeongelmaisten jäädessä huomioimatta. Leungin (2019, s. 100) mukaan legitimitietiongelmat johtuvat juuri tästä ristiriidasta, kun organisaation toiminta ei kohtaa yleisön käsitystä siitä, mitä toiminnan pitäisi olla.

Tutkimuksen tuloksista täytyy huomioida niiden tulkinnanvaraisuus. Tulokset ovat diskurssintutkimukseen pohjautuville tutkimuksille tunnusomaisesti kontekstisidonnaisia, mutta perusteltuja ja teoriasidonnaisia. Saavutetuista tutkimustuloksista huolimatta tutkimusmenetelmä ei ole sellainen, jonka avulla olisi mahdollisuus tehdä johtopäätöksiä aidosta legitimizeetistä. Legitimizeetti on aina koettua ja kokijasta riippuvaista (Suchman, 1995, s. 574). Siksi on mahdotonta sanoa, onko Veikkauksella legitimizeettiä tai rakentuu legitimizeetti todellisuudessa tunnistettujen keinojen kautta.

Tässä tutkimuksessa tehdyt havainnot ovat vain yhden ihmisen näkemys aineistosta ja tutkimuksen keskiössä on tämänkaltaisissa tutkimuksissa aina tutkijan oma tulkinta. Legitimizeetin rakentumista voidaan tutkia useilla eri tavoilla ja jokainen tutkija soveltaa aiempaa teoriapohjaa omaan aineistoonsa. Alan tutkimuksessa konteksti on aina läsnä ja legitimoitistrategioiden valinta on vain suuntaa antava ja tutkimusaineiston mukaan sovellettavissa. Viestintää tulkittiin yksisuuntaisesti vastaanottajan näkökulmasta, joten on mahdotonta sanoa, mitä Veikkaus on todella halunnut legitimoida. Tämä tutkimusmenetelmä auttoi ainoastaan ymmärtämään legitimizeettiä rakentavia viestinnän keinoja, mikä oli myös tutkimuksen alkuperäinen tavoite.

Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut tehdä vertailevaa tutkimusta. Tarkoituksena ei myöskään ollut arvioida Veikkauksen vastuullisuusraportoinnin onnistumista, vaikka analyysissä havaitut ristiriitaisuudet nostettiin esille. Tarkoituksena oli luoda kokonaiskuva Veikkauksen vastuullisuusraportoinnista ja yleisesti vastuullisuusviestinnästä toimialalla, johon kohdistuu paljon legitimizeettiä häiritseviä ennakkoluuloja ja negatiivisuutta. Tutkimus oli ajankohtainen ja sen avulla kyettiin tuottamaan uutta tietoa kiistanalaisella toimialalla toimivan yrityksen legitimizeetin rakentumisesta. Tutkimusaihe oli ajankohtaisuutensa takia mielekäs ja vuoden 2019 julkinen keskustelu avasi varmasti myös muita tutkimuslinjoja Veikkauksesta ja rahapelialasta yleisesti niin viestinnässä kuin muillakin tutkimusaloilla. Siksi tieto siitä, mitä Veikkaus haluaa olla, millaisena organisaatio haluaa näyttäytyä ja miten Veikkaus oikeuttaa asemansa yhteiskunnassa, on hyödyksi myös muun tutkimuksen lähtökohtana.

Vuosi 2020 näyttää entistä enemmän suuntaa Veikkauksen vastuullisuustoiminnalle. Tutkimus osoittaa, että Veikkaus viestii tuottavansa varoja yhteiseen hyvään ja se on toiminnan keskeinen tarkoitus. Keväällä 2020 moni Veikkauksen tukema urheilu-, kulttuuri- ja taidejärjestö ajautui koronaviruspandemian hallitsemisesta seuranneiden toimenpiteiden takia kamppailemaan olemassaolostaan. Vastuullisuusviestintänsä mukaisesti Veikkauksen tulisi pitää huoli näiden toimijoiden toimintamahdollisuuksien turvaamisesta kriisitilanteessa. Veikkaus osoitti pandemian aikana vastuullisuutta sulkemalla pelipisteensä oma-aloitteisesti, vaikka se vaikuttaakin negatiivisesti yhtiön talouteen.

Koko maailmaa koskehtavan kriisin vaikutukset heijastuvat kaikkeen liiketoimintaan ja ihmisten kulutuskäyttäytymisiin. Kerrannaisvaikutukset puolestaan luovat mielenkiintoisen pohjan mahdolliselle jatkotutkimukselle. Miten rahapelaamiselle käy, kun fyysiset pelipisteet on suljettu? Väheneekö suomalaisten rahapelaaminen selkeästi vai siirtyykö se entistä enemmän verkkoympäristöön? Tuleeko verkkopelaamisesta uusi normi, ja fyysisiä pelipisteitä ei enää tarvita? Kasvaako Veikkauksen digitaalisten kanavien pelikate vai siirtyvätkö rahapelaajat pelaamaan ulkomaisten palveluntarjoajien verkkosivustoille?

Kaikki edellä mainitut kysymykset vaikuttavat myös viestinnän tutkimukseen ja tutkimusta voisi hyvin laajentaa markkinointiviestinnän ja sosiaalisen median aineistoihin, koska ne näyttävät kuluttajien arjessa. Voiko kriisi joissakin tapauksissa legitimoida organisaation merkitystä yhteiskunnassa? Malmelin (2011, s. 190) muistuttaa yritysten mahdollisuuksista säilyttää legitimitettä tai jopa parantaa sitä taloudellisesti vaikeina aikoina. Pandemian isku liiketoimintaan voi siis olla haitallisuuden lisäksi Veikkaukselle myös mahdollisuus palauttaa legitimitettinsä, mikäli pandemiasta johtuvia tulonmenetyksiä ei pyritä paikkaamaan entistäkin aggressiivisemmalla pelimarkkinoinnilla ja mainonnalla. Verkkopelaamisen yleistyessä olisi mielenkiintoista kiinnittää huomiota myös ulkomaisten rahapeliyhtiöiden viestintään ja vastuullisuuteen, koska tutkimuksessa havaittiin Veikkauksen haluavan erottua näistä toimijoista. Tämän tutkimuksen pohjana ollut vuoden 2019 julkinen keskustelu on myös edelleen hyvä tutkimuskohde, koska legitimitetin vähentymisen vaikutukset näkyvät todellisuudessa viiveellä.

Lähteet

- Aasved, M. (2003). *The Sociology of Gambling*. Charles C Thomas Publisher, Ltd.
- Arpajaislaki (2016/1286 § 11, 12). Finlex [verkkosivu].
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011047>
- Bitektine, A. & Haack P. (2015). The “Macro” and the “Micro” of Legitimacy: Toward a Multilevel Theory of the Legitimacy Process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49–75. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0318>
- Breeze, R. (2012). Legitimation in corporate discourse: Oil corporations after Deepwater Horizon. *Discourse & Society*, 23(1), 3–18.
<https://doi.org/10.1177/0957926511431511>
- Deephouse, D. L. & Suchman M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism. Teoksessa R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin & R. Suddaby. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism* (s. 49–77). Sage Publications.
- Egerer M., Alanko A., Hellman M., Järvinen-Tassopoulos J., Koivula P. & Lerkkanen T. (2018). Rahapelitarjonnan tehtävä ja julkisuuskuva Suomessa. Noudettu 2020-04-04 osoitteesta https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/279379/Rahapelitarjonnanteht_v_jajulkisuuskuvasuomessa.pdf?sequence=1
- Egerer M. & Marionneau V. (2019). Rahapelijärjestelmää tulisi rakentaa kuluttajansuojelu edellä. Noudettu 2020-03-22 osoitteesta <https://www.helsinki.fi/fi/uutiset/hyvinvointiyhteiskunta/rahapelijarjestelmaa-tulisi-rakentaa-kuluttajansuojelu-edella>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. Routledge.

- Geiger, B. B., & Cuzzocrea, V. (2017). Corporate social responsibility and conflicts of interest in the alcohol and gambling industries: A post-political discourse? *The British Journal of Sociology*, 68(2), 254–272. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12249>
- Goffman, E. (1969). *Where the Action is - Three essays*. Allen Lane The Penguin Press.
- Griffiths, M. D. & Delfabbro P. (2001). The Biopsychosocial Approach to Gambling: Contextual Factors in Research and Clinical Interventions. *Electronic Journal of Gambling Issues: eGambling (EJGI)*, 5(5), 1–33. <https://doi.org/10.4309/jgi.2001.5.1>
- Hara, J. (2016, 18. huhtikuuta). Kallasvuo Kova Talous -haastattelussa: Rahapelijätillä lupa odottaa tuoton kasvua. Yle. Noudettu 2020-01-22 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-8811590>
- Heikkilä, M., & Salokorpi J. (2018, 13. joulukuuta). KKV selvittää Veikkauksen monopolia – Peliyhtiön johtaja: Meillä ongelmat ovat hyvin hallussa. Yle. Noudettu 2019-12-10 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10552150>
- Honkamaa, A. (9. elokuuta 2019). Erikoinen sotku: Poliisihallitus vaatii Veikkaukselta asiakirjoja – Veikkaus sanoo antaneensa tiedot. Kauppalehti. Noudettu 2019-11-9 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/erikoinen-sotku-poliisihallitus-vaatii-veikkaukselta-asiakirjoja-veikkaus-sanoo-antaneensa-tiedot/77d80904-d1ca-4c49-8057-348d0480ac8e>
- Jokinen, A., Juhila K. & Suoninen E. (2008). Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (Toim.). *Diskurssianalyysin aakkoset* (s. 17–47). Vastapaino. (Alun perin julkaistu 1993).

- Jokinen, A. (2016). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & Suoninen, E. (Toim.). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino.
- Julku, M. (2019, 14. marraskuuta). Huuhkajien tappio pelottaa: Suomalaiset iskeneet hurjasti rahaa kiinni Liechtensteinin voittoon. *Iltalehti*. Noudettu 2019-11-20 osoitteesta <https://www.iltalehti.fi/vedonlyontiravit/a/a1b712dd-2b78-4262-80eb-a0edd8ff973a>
- Juutilainen V. & Berglund M. (2019, 21. lokakuuta). 13 miljardin Veikkaus – Yhtiö myöntää MOT:lle automaattipeliä todellisen liikevaihdon. *Yle*. Noudettu 2020-01-29 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/10/21/13-miljardin-veikkaus-yhtio-myontaa-motlle-automaattipeliä-todellisen>
- Juutilainen V. & Berglund M. (2020, 27. tammikuuta). MOT paljastaa: Veikkaus jätti kilpailuttamatta kymmenien miljoonien sopimuksen. *Yle*. Noudettu 2020-01-29 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2020/01/27/mot-paljastaa-veikkaus-jatti-kilpailuttamatta-kymmenien-miljoonien-sopimuksen>
- Järvinen-Tassopoulos, J. (2012). Rahapelipolitiikkaa eurooppalaisissa raameissa. Teoksessa M. Niemelä & J. Saari (Toim.), *Politiikan polut ja hyvinvointivaltion muutos* (s. 272–297). Kelan tutkimusosasto.
- Järvinen-Tassopoulos, J., Koskela T., Cantell M., Murto A., Rydman E., Tukia J. & Laitakari S. (2018). Rahapelitoiminnan tuotto. Teoksessa Järvinen-Tassopoulos J. (Toim.), *Suomalaisen rahapelaamisen tilannekatsaus* (s. 64–74). Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL.
- Jørgensen, M. & Phillips L. (2002). *Discourse Analysis As Theory and Method*. Sage Publications.

- Kansalaisaloite (2020). Rahapeliautomaatit poistettava kaupoista, kioskeilta, ravintoloista ja huoltoasemilta. Noudettu 2020-03-21 osoitteesta <https://www.kansalaisaloite.fi/fi/aloite/5428>
- Karekallas, M., Raento, P. & Renkonen, T. (2014). Diffusion and learning: twenty years of sports betting culture in Finland. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 18(1), 25–50. Noudettu 2020-02-01 osoitteesta https://www.researchgate.net/publication/302994749_Diffusion_and_learning_twenty_years_of_sports_betting_culture_in_Finland
- Kuvaja, S. & Malmelin, K. (2008). *Vastuullinen yritysviestintä: Kilpailuetua vuoropuhelusta*. Edita.
- Leeuwen T. v. & Wodak R. (1999). Legitimizing Immigration Control: A Discourse-Historical Analysis. *Discourse Studies*, 1(1), 83–118. <https://doi.org/10.1177/1461445699001001005>
- Leeuwen, T. v. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91–112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Lerkkanen, T., Egerer, M., Alanko, A., Järvinen-Tassopoulos, J., & Hellman, M. (2020). Citizens' Perceptions of Gambling Regulation Systems: A New Meaning-Based Approach. *Journal of Gambling Issues*, 43(1), 84–101. <https://doi.org/DOI:10.4309/jgi.2020.43.6>
- Leung, T. (2019). Legitimacy-seeking strategies in the gambling industry: the case of responsible gambling. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(1), 97–125. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-04-2018-0121>

Malmelin, K. (2011). Arvojen markkinat : Oikeuttavat arvomaailmat suomalaisten suur-yritysten yritysvastuupuheessa [väitöskirja, Helsingin yliopisto]. Helda. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-7125-6>

Matilainen, R. (2017). Production and consumption of recreational gambling in twentieth century Finland [väitöskirja, Helsingin yliopisto]. Helda. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-3282-6>

Phillips, N., Lawrence T. B. & Hardy C. (2004). Discourse and institutions. *Academy of management review*, 29(4), 635–652. <https://doi.org/10.2307/20159075>

Porttikivi, M. (2016). Organisaatioiden diskursiivinen legitimaatio kiistelevässä verkkojulkisuudessa [väitöskirja, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu]. Aaltodoc. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-6696-7>

Pirilä, A. & Raijas, M. (2019). Rahapelijärjestelmät – Suomi ja muut maat. Noudettu 2020-02-04 osoitteesta <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2019/kkv-selvityksia-4-2019-rahapelijarjestelmat.pdf>

Raento, P. (2012). *Rahapelaaminen Suomessa*. Gaudeamus.

Rauhala, T. (2019, 6. elokuuta). Näistä Veikkauksen mainoksista nousi kohu – nyt yhtiö lupaa suitsia mainontaansa. Keski-suomalainen. Noudettu 2019-11-11 osoitteesta <https://www.ksml.fi/kotimaa/Näistä-Veikkauksen-mainoksista-nousi-kohu---nyt-yhtiö-lupaa-suitsia-mainontaansa/1416526>

Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse & Society*, 22(6), 781–807. <https://doi.org/10.1177/0957926511419927>

Rikoslaki (1998/563 § 16). Finlex [verkkosivu].
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1889/18890039001?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=uhkapel%2A>

Rojo, L. M., & van Dijk, T. A. (1997). "There was a Problem, and it was Solved!": Legitimizing the Expulsion of 'Illegal' Migrants in Spanish Parliamentary Discourse. *Discourse & Society*, 8(4), 523–566.
<https://doi.org/10.1177/0957926597008004005>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka A. (2006). KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Noudettu 2020-02-02 osoitteesta <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>

Salonen, A. & Raisamo, S. (2015). Rahapelikysely 2015. Rahapelaaminen, rahapeliongelmät ja rahapelaamiseen liittyvät asenteet ja mielipiteet 15-74-vuotiailla. *THL Raportti 16/2015*. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-302-559-2>

Salonen, A. H., Kontto, J., Alho, H., & Castrén, S. (2017). Suomalaisten rahapelikulutus – keneltä rahapeliyhtiöiden tuotot tulevat? *Yhteiskuntapolitiikka*, 82(5), 549–559.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2017102550286>

Sauri, Pekka (2015). *Julkishallinto ja sosiaalinen media*. Pole-Kuntatieto Oy.

Schwartz, D. G. & Raento, P. (2011). *Introduction: Gambling, space and time*. Teoksessa P. Raento & D. G. Schwartz (Toim.) *Gambling, space, and time: Shifting boundaries and cultures* (s. 7–24). University of Nevada Press.

Siltaoja, M. (2009). On the discursive construction of a socially responsible organization. *Scandinavian Journal of Management*, 25(2), 191–202.
<https://doi.org/10.1016/j.scaman.2009.02.004>

- Siltaoja, M. & Vehkaperä M. (2011). Diskurssianalyysi johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (Toim.). *Menetelmäviidakon raivaajat – perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan* (s. 206–231). Johtamistaidon opisto JTO.
- Sosped (2019). Kansalaisaloite herätti suomalaiset keskustelemaan rahapelijärjestelmän vastuullisuudesta. Noudettu 2020-03-28 osoitteesta <https://sosped.fi/kansalaisaloite-heratti-suomalaiset-keskustelemaan-rahapelijarjestelman-vastuullisuudesta/>
- Stevens, M. & Young, M. (2010). Who plays what? Participation profiles in chance versus skill-based gambling. *Journal of Gambling Studies*, 26(1), 89–103. <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9143-y>
- Strand, T. & Lähteenmaa, J. (2010). Rahapelaaminen – sairaan hauskaa? *Media & Viestintä*, 33(4), 97–108. Noudettu 2020-01-12 osoitteesta <https://journal.fi/media-viestinta/article/view/62920>
- STT Info (2019, 5. maaliskuuta). Vetoomus: Valtion on puututtava laittomien rahapeliyhtiöiden toimintaan. STT Info. Noudettu 2019-11-09 osoitteesta <https://www.sttinfo.fi/tiedote/vetoomus-valtion-on-puututtava-laittomien-rahapeliyhtioiden-toimintaan?publisherId=65178636&releaseId=69853373>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>

Sulkunen, P., Babor T. F., Egerer M., Ornberg J. C., Livingstone C., Marionneau V., Nikkinen J., & Orford J. (2019). *Setting Limits: Gambling, Science and Public Policy*. Oxford University Press.

Tammi, T. (2012). *Rahapelipolitiikan muoto ja muutos*. Teoksessa P. Raento (Toim.) *Rahapelaaminen Suomessa* (s. 66–79). Gaudeamus.

Tammi, T., Castrén, S. & Lintonen, T. (2015). Gambling in Finland: problem gambling in the context of national monopoly in European Union. *Addiction*, 110(5), 746–750. <https://doi.org/10.1111/add.12877>

Tost, L. P. (2011). An Integrative Model of Legitimacy Judgments. *Academy of Management Review*, 36(4), 686–710. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0227>

Tuorila, H. (2019). Veikkauksen rahapelien markkinointi ja markkinoinnin vastuullisuus. Noudettu 2020-02-04 osoitteesta <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2019/kkv-selvityksia-5-2019-veikkauksen-rahapelien-markkinointi-ja-markkinoinnin-vastuullisuus.pdf>

Vaara, E., Tienari J. & Laurila J. (2006). Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies*, 27(6), 789–810. <https://doi.org/10.1177/0170840606061071>

Veikkaus (2019). Vastuullisuusraportti 2018. Noudettu 2020-02-20 osoitteesta https://cms.veikkaus.fi/site/binaries/content/assets/dokumentit/vuosikertomus/2018/veikkaus_vastuullisuusraportti_2018_lr.pdf

Veikkaus (2020). Vuosi- ja vastuullisuusraportti 2019. Noudettu 2020-03-23 osoitteesta https://cms.veikkaus.fi/site/binaries/content/assets/dokumentit/vuosikertomus/2019/veikkaus_vuosi_ja-vastuullisuusraportti_2019.pdf