



LUNDS
UNIVERSITET

Företagsekonomiska institutionen

FEKH29

Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå

VT 25

Är den svenska spelreklamen etisk?

En etisk analys av svensk spel- och bettingreklam i ljuset av den offentliga debatten

Författare:

Erik Malmgren (011012-4815)

Lucas Friberg (020315-4570)

Hussin Alyassiry (021205-1817)

Jakob Stigsson (951227-4193)

Handledare:

Peter Svensson

Sammanfattning

Examensarbetets titel: Är den svenska spelreklamen etisk?

Seminariedatum: 2025-06-03.

Ämne/kurs: FEKH29, Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå, 15 hp.

Författare: Erik Malmgren, Lucas Friberg, Hussin Alyassiry, Jakob Stigsson.

Handledare: Peter Svensson.

Fem nyckelord: Spelreklam, Rawls, Nozick, Debatt, Etisk Marknadsföring.

Forskningsfråga: Hur kan svensk spel- och bettingreklam förstås ur ett etiskt perspektiv genom en analys av den offentliga debatten?

Arbetets syfte: Studien syftar till att analysera den svenska debatten om spel- och bettingreklam för att belysa hur reklamen uppfattas ur ett etiskt perspektiv, med fokus på de moraliska rättviseuppfattningar som uttrycks i den offentliga svenska debatten.

Metod: Studien genomfördes som en dokumentstudie baserad på 50 debatt- och tidningsartiklar publicerade mellan 2019 och 2025. Med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys undersöktes det empiriska materialet i syfte att belysa moraliska resonemang i debatten om spel- och bettingreklam. Analysen utgick från intressentmodellen samt Rawls och Nozicks teorier om rättvisa.

Teoretiska perspektiv: Examensarbetet vilar på två teoretiska ramverk: intressentmodellen, som används för att analysera hur olika intressenter framställs och kategoriseras i debatten, samt John Rawls och Robert Nozicks moralfilosofiska teorier om rättvisa.

Resultat: Debatten om spel- och bettingreklam handlar om en konflikt mellan skyddet för sårbara konsumenter och näringsfrihet. Spelberoende ses som utsatta, samtidigt som spelbolag och allmännyttiga föreningar lyfter fram reklamens reglerande och samhällsnyttiga funktioner, medan myndigheternas tillsyn uppfattas som både viktig och otillräcklig.

Slutsats: Studien visar att spel- och bettingreklamens etiska legitimitet beror på vilken moralfilosofisk utgångspunkt som appliceras. Rawls betonar skydd för utsatta, medan Nozick försvarar marknadsfrihet. Eftersom spelberoende innebär nedsatt rationalitet ligger det, i linje med den Rawls-inspirerade retorik som dominerar i debatten, närmare till hands att snarare betrakta reklamen som oetisk än etisk.

Abstract

Title: Is Swedish gambling advertising ethical?

Seminar date: 2025-06-03.

Course: FEKH29, Bachelor's Degree Project in Marketing, 15 Credits.

Authors: Erik Malmgren, Lucas Friberg, Hussin Alyassiry, Jakob Stigsson.

Advisor: Peter Svensson.

Keywords: Gambling Advertising, Rawls, Nozick, Debate, Ethical Marketing.

Research question: How can Swedish gambling and betting advertising be understood from an ethical perspective through an analysis of the public debate?

Purpose: The study aims to analyze the Swedish debate on gambling and betting advertising in order to highlight how the advertising is perceived from an ethical perspective, with a focus on the moral conceptions of justice expressed in the Swedish public debate.

Methodology: The study was conducted as a document analysis based on 50 opinion and newspaper articles published between 2019 and 2025. Using a qualitative content analysis, the empirical material was examined to highlight moral reasoning in the debate on gambling and betting advertising. The analysis was based on the stakeholder typology model and the theories of justice by Rawls and Nozick.

Theoretical perspectives: The thesis is based on two theoretical frameworks: the stakeholder typology model, which is used to analyze how different stakeholders are portrayed and categorized in the debate, and the moral philosophical theories of justice by John Rawls and Robert Nozick.

Result: The debate on gambling and betting advertising centers around a conflict between the protection of vulnerable consumers and the freedom of enterprises. Individuals with gambling addictions are viewed as vulnerable, while gambling companies and non-profit organizations emphasize the regulatory and societal benefits of advertising. At the same time, government oversight is perceived as both important and insufficient.

Conclusions: The study demonstrates that the ethical legitimacy of gambling and betting advertising depends on the moral-philosophical framework applied. Rawls emphasizes the protection of vulnerable individuals, whereas Nozick defends market freedom. Given that gambling addiction entails impaired rationality, it appears more reasonable - particularly in light of the Rawls-inspired rhetoric that dominates the public debate - to regard such advertising as unethical rather than ethical.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	6
1.1 Bakgrund och problematisering.....	6
1.1.1 Frågeställning.....	9
1.2 Syfte.....	9
1.3 Tidigare forskning.....	9
1.4 Forskningsbidrag.....	11
2. Metod.....	13
2.1 Övergripande metod.....	13
2.2 Data: urval, insamling, kvalitet och reliabilitet.....	14
2.2.1 Tillvägagångssätt för insamling av material.....	14
2.2.2 Validitet och reliabilitet.....	15
2.3 Tillvägagångssätt vid analys.....	15
2.4 Metodreflektion.....	16
2.5 Användning av AI-verktyg.....	16
3. Teori.....	17
3.1 Val av teori.....	17
3.2 Val av intressenter.....	17
3.3 Intressentmodellen.....	18
3.3.1 Attributet makt.....	19
3.3.2 Attributet legitimitet.....	19
3.3.3 Attributet angelägenhet.....	20
3.3.4 Överlappande attribut.....	20
3.4 Etiska teorier.....	21
3.4.1 Rawls syn på rättvisa.....	21
3.4.2 Noziicks syn på rättvisa.....	22
4. Analys av debatten.....	24
4.1 Intressenten konsumenter.....	24
4.1.1 Spelreklamen är ett hot mot folkhälsan.....	24
4.1.2 Barn och unga är särskilt sårbara för spel- och bettingreklam.....	26
4.1.3 Spelmissbruk drabbar även anhöriga.....	28
4.2 Intressenten spelbolag.....	29
4.2.1 De olicensierade spelbolagen måste motarbetas.....	29
4.2.2 Spelreklamen är viktig för idrottsrörelsen.....	31
4.3 Intressenten myndigheter.....	32
4.3.1 Myndigheterna gör inte tillräckligt för att se efter folkhälsan.....	32
4.3.2 Kanaliseringsgraden måste öka.....	34

5. Etisk analys.....	36
6. Avslutning.....	39
6.1 Slutsatser och diskussion.....	39
6.2 Framtida forskning.....	43
Käll- och litteraturförteckning.....	44
Bilagor.....	48

1. Inledning

1.1 Bakgrund och problematisering

I det moderna samhället är spel- och bettingreklam i det närmaste omöjlig att undvika. Den dyker bland annat upp i sociala medier, tv-rutan, podcastavsnitt och på diverse sportevenemang runt om i hela landet. För den breda massan upplevs reklamen sannolikt som harmlös - bara en i mängden av alla kommersiella försök att locka kunder på en fri marknad, men under ytan gror en allt mer tilltagande oro för vad som händer när reklamen riktas till dem som inte förmår att stå emot dess innehåll. När spel- och bettingreklam riktas mot personer i beroendetillstånd, barn, unga eller andra riskgrupper, uppstår moraliskt komplexa frågor om reklamens etiska gränser och samhällseliga ansvar. För att bättre förstå reklamens potentiella skadeverkningar krävs därför en djupare insikt i vad reklamen faktiskt innebär, både på individ- och samhällsnivå.

Spelberoende är idag ett erkänt folkhälsoproblem i Sverige. Det är ett tillstånd som kan medföra allvarliga konsekvenser för individens psykiska och ekonomiska hälsa, och som i förlängningen även påverkar familjerelationer, arbetsförmåga och det bredare sociala sammanhanget. Förutom det personliga lidandet innebär spelberoende också en betydande samhällskostnad i form av ökad belastning på hälso- och sjukvård, socialtjänst och rättsväsende. Till skillnad från tillfälligt eller nöjesbaserat spelande kännetecknas spelberoende av ett tvångsmässigt och okontrollerbart beteende, där individen trots negativa konsekvenser fortsätter att spela. Detta kan leda till en destruktiv spiral med ökade insatser, skuldsättning och social isolering.

Spelberoende har sedan 2013 erkänts som en psykiatrisk diagnos under benämningen hasardspelsyndrom i DSM-5 (Diagnostic and statistical manual of mental disorders). Detta markerar ett viktigt skifte i synen på tillståndet - från en impulskontrollstörning till ett beroendesyndrom. Det kännetecknas av samma neurobiologiska och psykologiska mekanismer som andra beroendesjukdomar, såsom substansmissbruk, och det är vanligt att den beroende även lider av andra psykiatriska diagnoser. Faktum är att över 75 procent av dem som söker hjälp för spelberoende lider av ytterligare psykisk ohälsa, till exempel depression, ångest eller antisocialt beteende, vilket kan förstärka beroendetillståndets allvar och komplexitet (Widinghoff & Håkansson, 2018).

Swelogs (Swedish Longitudinal Gambling Study) befolkningsundersökning år 2021 visar att 4,3 procent av den svenska befolkningen uppvisar någon grad av spelproblem, varav 1,3 procent definieras som problemspelare. Bland dessa är unga män mellan 25 och 44 år överrepresenterade, och särskilt hög är risken bland dem som spelar på poker, spelautomater eller nätkasinet. Även alkoholbruk, livskriser och att man börjat i tidig ålder har identifierats som faktorer som förstärker risken för att utveckla spelproblem (Folkhälsomyndigheten, 2023).

Den digitala miljön har ytterligare förvärrat situationen. I takt med teknologins utveckling har en ny generation spelprodukter - inklusive lootlådor och skin gambling i datorspel - visat sig ha en tydlig koppling till ökat problemspelande, särskilt bland unga (Folkhälsomyndigheten, 2024a). Dessa insikter understryker vikten av att förstå spelreklam inte enbart som ett marknadsföringsfenomen, utan som en etiskt laddad fråga med folkhälsan i fokus.

Den 1 januari 2019 genomfördes en omfattande omreglering av spelmarknaden, då den nya spellagen trädde i kraft. Tidigare hade den svenska spelmarknaden länge präglats av ett statligt monopol, med begränsad konkurrens och stark statlig närvaro både som tillsynsmyndighet och arrangör. Men i takt med att utländska spelbolag i ökande grad började erbjuda tjänster till svenska konsumenter via internet, försvårades statens möjlighet att säkra konsumentskydd och skatteintäkter (Statskontoret, 2019).

Den nya spellagen införde därför ett licenssystem med ambitionen att återta kontrollen över marknaden och främja en hållbar spelmiljö. Lagstiftningen bygger på flera centrala principer. En av dessa är omsorgsplikten, som ålägger licensierade spelbolag att vidta åtgärder för att skydda spelare från överdrivet spelande. Konkret innebär detta att spelbolag måste erbjuda självavstängning via Spelpaus.se, kräva att spelare sätter personliga spelgränser, samt tillhandahålla självtest för att hjälpa spelare att reflektera över sitt beteende (se nedan figur 1). En annan central princip är måttfullhet i marknadsföring, vilket innebär att spelreklam inte får vara påträngande, aggressiv eller vilseledande, och att särskild försiktighet ska iakttas vid kommunikation till unga och självavstängda personer. Reklamen måste dessutom innehålla tydlig information om åldersgräns och hjälporganisationer (Folkhälsomyndigheten, 2024b).



Figur 1: Logotyper för spelansvar.

Ytterligare ett nyckelbegrepp i det nya systemet är kanalisering, det vill säga andelen av allt spelande som sker hos licensierade och därmed reglerade aktörer. Regeringens mål är att uppnå en kanaliseringsgrad på minst 90 procent, vilket innebär att minst 90 procent av allt spelande som sker i Sverige ska ske hos spelbolag som har svensk licens. Enligt ATG:s rapport från första kvartalet 2024 är målet dock långt ifrån uppnått. För nätkasino är kanaliseringsgraden så låg som 57 till 72 procent, vilket innebär att en betydande del av det svenska spelandet sker i oreglerade miljöer med högre risk för spelproblem (ATG, 2024). Detta innebär att en betydande del av spelandet sker i oreglerade miljöer, där varken tillsyn, konsumentskydd eller krav på måttfull marknadsföring upprätthålls. Trots intentionerna med spellagen har alltså olicensierade aktörer fortsatt en stor närvaro på den svenska marknaden. Dessa aktörer riktar sin marknadsföring direkt till svenska konsumenter, utan att uppfylla lagens krav, vilket underminerar lagstiftningens syfte och ökar risken för spelrelaterade problem (Spelinspektionen, 2024).

Den offentliga debatten kring spelreklam har under senare år blivit alltmer polariserad. Å ena sidan finns politiker, forskare och anhöriga som vittnar om spelreklamens negativa inverkan, särskilt på unga och sårbara grupper. Å andra sidan försvarar branschföreträdare, såsom Gustaf Hoffstedt från Branschföreningen för Onlinespel (BOS), reklamens roll som en mekanism för kanalisering - att reklam för licensierade aktörer minskar risken att konsumenter söker sig till oreglerade bolag utan konsumentskydd (Hoffstedt, 2024).

Trots att spellagen i relativt strikta termer reglerar såväl verksamhet som marknadsföring, kvarstår alltså ett antal etiska gråzoner. Dessa rör inte enbart lagens efterlevnad, utan mer grundläggande frågor om ansvar, sårbarhet och marknadsföringens moraliska gränser. Exempelvis väcker spelreklam som kan påverka personer med spelberoende frågor om huruvida sådan påverkan är etiskt försvarbar. Det aktualiseras även en spänning mellan individens frihet att fatta egna beslut och samhällets ansvar att skydda individer från att fatta beslut som kan vara skadliga för dem själva. Dessa dilemman låter sig inte fullt ut besvaras

med hjälp av juridiken, utan kräver etiska överväganden. Det är just i detta tolkningsutrymme, där rätt och fel inte sammanfaller med lagligt och olagligt, som denna studie tar sin utgångspunkt.

1.1.1 Frågeställning

Hur kan svensk spel- och bettingreklam förstås ur ett etiskt perspektiv genom en analys av den offentliga debatten?

1.2 Syfte

Syftet med denna studie är att analysera den svenska debatten om spel- och bettingreklam för att klargöra hur reklamen kan förstås ur ett etiskt perspektiv. Med utgångspunkt i ett urval av debattartiklar undersöks dels vilka moraliska värderingar och rättviseuppfattningar som kommer till uttryck, dels hur de moraliska resonemang som förs i debatten kan bidra till en etisk tolkning av spelreklam.

1.3 Tidigare forskning

Flera internationella studier har undersökt spelreklamens påverkan, särskilt i relation till sårbara grupper och risken för spelberoende. I en australiensisk studie analyserades reklaminslag under sportsändningar i syfte att undersöka hur dessa påverkade individer med förhöjd risk för spelproblem (Hing et al., 2017). Resultatet visade att reklamen hade särskilt stor inverkan på yngre män som redan hade en positiv attityd gentemot spelsponsorer. Hing et al. (2017) föreslår därför att riktade informationskampanjer om riskerna med spelande kan bidra till att skapa starkare kopplingar mellan spelande och dess potentiella skadeverkningar.

Även frekvensen och intensiteten i reklamexponeringen har visat sig ha betydelse för spelbeteende. Hing et al. (2019) påvisar ett samband mellan hög reklamexponering och ökad spelaktivitet bland personer som redan spelar frekvent. Samtidigt har andra forskare betonat svårigheten i att entydigt fastställa ett kausalt samband mellan reklamens innehåll och individers faktiska beteende. Binde och Romild (2019) visar i sin studie att svenska spelare i allmänhet inte uppfattar spelreklam som något som påverkar dem negativt. Däremot tenderar de att anta att andra påverkas i högre utsträckning än de själva. Denna typ av självskattad resiliens har uppmärksamats även i tidigare forskning. Johnston och Bourgeois (2015)

framhåller att individer ofta underskattar reklamens påverkan på det egna beteendet, samtidigt som de överskattar dess påverkan på andra. Tillsammans pekar dessa resultat på en viktig komplexitet: oavsett om reklamen objektivt sett kan ha betydande effekter, är individens uppfattning om sin egen mottaglighet ofta låg, vilket kan minska beredskapen att erkänna reklamens potentiella risker.

Reklamens narrativ spelar också en viktig roll. Forskning som fokuserar på spelreklamens innehåll snarare än dess direkta effekter visar att spelande och speloperatörer ofta framställs på ett positivt sätt (Gunter, 2019, s. 47). Reklamen tenderar att porträttera spelande som en underhållande och problemfri aktivitet, där fokus ligger på möjligheten att vinna snarare än på risken att förlora. Lopez-Gonzalez et al. (2017) menar att denna typ av framställning kan förmedla en känsla av illusorisk kontroll till konsumenten, vilket innebär att spelare upplever att de har större inflytande över utfallet än vad som faktiskt är fallet. I ett vidare perspektiv har Parke et al. (2014) argumenterat för att spelandet i Storbritannien blivit allt mer socialt accepterat, och i stor utsträckning betraktas som ett legitimt och normalt fritidsnöje. Denna normalisering blir särskilt problematisk när reklamen riktas till unga. McMullan och Kervin (2012) visar att vissa reklamfilmer sänder dubbla budskap: de framställer spel som attraktivt och eftersträvansvärt, samtidigt som de i samma innehåll formellt varnar för att minderåriga inte får delta.

Pedroni (2018) undersökte måttfullhet i italiensk spelreklam under perioden 2010-2013 och fann att reklamens karaktär förändrades i takt med att nya etiska riktlinjer infördes. Under studiens senare år noterades en ökad tendens att hänvisa till måttfullhet, bland annat genom att minska fokus på vinster och undvika att framställa spel som ett snabbt sätt att tjäna pengar. Gainsbury et al. (2015) bekräftar denna utveckling och visar att spelbolag i högre utsträckning undviker att skapa felaktiga förväntningar i sin kommunikation på sociala medier. Samtidigt konstaterar de att bristen på reglering och tillsyn inom just sociala medier är påtaglig. Trots positiva tendenser kvarstår stora brister i kontrollen av hur sportspel marknadsförs online, vilket försvårar möjligheterna att etablera effektiva regelverk.

Även Svenska Spels marknadsföring har varit föremål för akademisk granskning. Lennerfors och Sköld (2009) identifierar en paradox i bolagets reklam: samtidigt som företaget försöker bekämpa problemspelande, profilerar det sig som en trygg och statlig aktör och uppmanar konsumenter att välja just deras tjänster. Balansen mellan att varna för spelrisker och att

attrahera kunder blir därmed svår att upprätthålla. Även Kroon (2020) har studerat Svenska Spels reklam och menar att företaget i stor utsträckning följer spellagens krav på måttfullhet. Samtidigt lyfter han att deras reklamfilmer sällan problematiserar spelandets potentiella skadeverkningar, utan snarare fokuserar på positiva samhällsbidrag såsom stöd till ungdomsverksamheter och idrottsrörelsen.

Trots att spelreklam är en alltmer närvarande del av vardagen, är forskningen på området fortfarande begränsad. Som Binde (2014) påpekar, tenderar forskningen att fokusera på spelmissbruk i sig snarare än på de reklammeddelanden som ständigt omger konsumenten. Det kvarstår därför ett behov av vidare studier som i större utsträckning fokuserar på just detta.

1.4 Forskningsbidrag

Mot bakgrund av tidigare forskning framträder ett tydligt behov av studier som inte bara fokuserar på spelreklamens psykologiska effekter eller dess tekniska innehåll, utan som istället granskar den etiska och normativa strukturen som omger reklamens legitimitet i samhället. Mycket av den existerande litteraturen belyser spelreklamens potentiella skadeverkningar för enskilda konsumenter, särskilt inom riskgrupper. Däremot saknas en systematisk förståelse för hur spelreklamerna uppfattas, tolkas och värderas i den offentliga debatten, och vilka moraliska utgångspunkter som ligger till grund för dessa uppfattningar.

Denna studie bidrar till forskningsfältet genom att skifta fokus från individens respons till reklamens roll i en större samhälls- och etisk kontext. Genom att analysera åsiktsyttringar i den svenska offentliga debatten klarlägger studien hur olika aktörer - såsom politiker, anhängare och branschföreträdare - artikulerar sina ståndpunkter i frågor som rör frihet, ansvar, skydd och sårbarhet. I centrum står inte frågan om reklamens effekter, utan vad som anses vara moraliskt rimligt, försvarbart eller problematiskt i ett demokratiskt samhälle. Studien tillför också ett teoretiskt perspektiv som hittills varit frånvarande i större delen av forskningen om spelreklam. Med hjälp av moralfilosofiska teorier, kombinerat med en intressentmodell, undersöks hur värderingar påverkar synen på reklamens roll. På så vis sätts reklamens etiska dimensioner i fokus, snarare än enbart juridiska eller marknadsmässiga frågor.

Sammantaget ger studien en bredare förståelse för hur spel- och bettingreklam uppfattas i en svensk kontext. Den kompletterar tidigare forskning genom att belysa de etiska gränser och värdekonflikter som uppstår i mötet mellan kommersiella intressen och folkhälsa.

2. Metod

2.1 Övergripande metod

Uppsatsen utgår från en kvalitativ forskningsstrategi, som lägger fokus på att tolka och förstå innehåll snarare än att mäta eller kvantifiera data (Bryman & Bell, 2017, s. 372). Den kvalitativa ansatsen är särskilt lämpad för denna studie, då syftet är att undersöka hur svensk spel- och bettingreklam kan förstås ur ett etiskt perspektiv genom att analysera den offentliga debatten. Att uppsatsen berör komplexa moraliska frågor kräver en kvalitativ analys, eftersom det möjliggör en djupare tolkning av de bakomliggande budskap, värderingar och utgångspunkter som framförs i debatten.

Analysen ämnar inte bara att belysa olika yttranden i debatten, utan syftar också till att tolka hur olika aktörer uttrycker och rättfärdigar sina subjektiva ståndpunkter. Därför är det särskilt relevant att studien bygger på en kvalitativ innehållsanalys, som syftar till att systematiskt tolka textinnehåll genom att identifiera återkommande teman, begrepp och mönster i materialet (Bryman & Bell, 2017, s. 529). För att genomföra en grundlig analys av den offentliga debatten används intressentmodellen som en referensram för att utröna hur de tre centrala intressenterna: *konsumenter*, *spelbolag* och *myndigheter* framträder som olika sorters intressenter. Därefter appliceras John Rawls och Robert Nozicks moralfilosofiska teorier om rättvisa för att utvärdera hur svensk spel- och bettingreklam kan tolkas ur ett etiskt perspektiv i ljuset av debatten.

Uppsatsen utgör en dokumentstudie - en metodansats som möjliggör en systematisk analys av redan existerande material, såsom styrdokument, tidningsartiklar, policys, offentliga utredningar och andra textbaserade källor (Funck & Karlsson, 2021, s. 12). En viktig egenskap hos dokumentstudier är att de bygger på källor som inte har producerats för forskningsändamål, utan existerar oberoende av forskningsprocessen. Därmed betraktas dokument som ett icke-reaktivt datamaterial, vilket innebär att innehållet inte påverkas av forskarens närvaro eller tolkningar. Denna omständighet anses kunna bidra till en ökad validitet i den forskningsmässiga analysen (Bryman & Bell, 2017, s. 516).

I föreliggande studie har valet fallit på att analysera tidningsartiklar och debattartiklar. Enligt Bryman och Bell (2017, s. 523) utgör sådana massmediala källor ett relevant underlag för

samhällsvetenskaplig analys. Metoden fungerar väl i samband med kvalitativa forskningsinsatser, där tolkning av innehåll prioriteras framför kvantifiering (Bryman & Bell, 2017, s. 516). Dessutom är dokumentanalys synnerligen tillämplig när syftet är att identifiera återkommande teman och mönster (Bryman & Bell, 2017, s. 523), vilket ytterligare motiverar metodvalet i denna studie. Samtidigt bör det betonas att den här sortens analys ställer höga krav på forskarens analytiska skicklighet, särskilt vad gäller kontextualisering av materialet och tolkning av de kommunikativa intentioner och värderingar som kan ligga bakom textens utformning (Bryman & Bell, 2017, s. 516).

2.2 Data: urval, insamling, kvalitet och reliabilitet

Studiens empiri har valts med utgångspunkt i dess relevans för forskningsfrågan. Det insamlade materialet består av primärkällor, som i vissa fall kompletteras och stöds av statistik från externa källor. Eftersom en faktabaserad och neutral studie förutsätter en källkritisk granskning, har särskild vikt lagts vid att kritiskt granska och bedöma de källor som använts.

2.2.1 Tillvägagångssätt för insamling av material

Insamlingen av debattartiklar gjordes via det digitala nyhetsarkivet *Retriever Research*. Sökningsprocessen inkluderade sökorden spelreklam, sportsbetting, nätkasino och spelberoende. Processen inleddes med en genomgång av artiklarnas innehåll, varefter tre kriterier formulerades som artiklarna förväntades uppfylla:

- Det ska vara svenska artiklar och debattartiklar från tidsperioden och 2019-2025,
- artiklarna ska beröra ämnet svensk spel- och bettingreklam samt de valda intressenterna konsumenter, spelbolag och myndigheter, och
- debattartiklarna ska komma från redaktionella medier, det vill säga från en redaktion med en ansvarig utgivare.

Det beslutades att totalt 50 artiklar (se bilagor) skulle analyseras, vilket bedömdes vara ett tillräckligt stort urval för att säkerställa en god validitet. Samtliga artiklar inhämtades onsdagen den 9 april 2025.

2.2.2 Validitet och reliabilitet

I uppsatsen beaktas både reliabilitet och validitet för att styrka forskningsresultatens kvalitet och trovärdighet. Reliabilitet refererar till hur konsekventa resultaten är över tid, och om en studie kan återskapas med samma resultat vid upprepning (Bryman & Bell, 2017, s. 68). I samband med den kvalitativa metod som används, där tolkning av debattartiklar står i fokus, är reliabiliteten begränsad, eftersom olika forskare kan tolka samma text på olika sätt. För att öka reliabiliteten i studien har det dock tydligt fastställts vad som kommer att analyseras och på vilket sätt, för att skapa en så systematisk bedömning som möjligt. Vidare struktureras analysen av debatten utifrån tydligt kategoriserade intressenter och teman, och urvalet av artiklar har framtagits på basis av förutbestämda kriterier (se ovan 2.2.1), något som bäddar för en objektiv analys.

Validitet är centralt för att säkerställa att de slutsatser som dras verkligen reflekterar det fenomen som studeras (Bryman & Bell, 2017, s. 68). Eftersom studien är kvalitativ, där tolkningen av textmaterial är central, har validiteten prioriterats. Validiteten bedöms utifrån hur väl de valda metoderna fångar debattartiklarnas innehåll och om dessa slutsatser kan anses vara trovärdiga inom ramen för den valda forskningsfrågan. Det är viktigt att studiens analyser strikt begränsas till det som faktiskt uttrycks i debatten, vilket betonar vikten av ett objektivt förhållningssätt. Det läggs, med andra ord, ett stort fokus vid att exkludera subjektiva tolkningar av potentiella avsikter bakom det som uttrycks i debatten. Dessutom genomförs analysarbetet med en kontinuerlig etisk medvetenhet, vilket också bidrar till att minimera risken för subjektiva värderingar i tolkningen av debattartiklarna.

2.3 Tillvägagångssätt vid analys

För att möjliggöra en analys av det empiriska materialet läste studiens fyra skribenter initieellt igenom de 50 debattartiklarna enskilt. Sedan diskuterades debattartiklarna gemensamt för att urskilja diverse teman i debatten som ansågs sticka ut. Analysen av debatten (kapitel 4) strukturerades därefter utifrån dessa teman.

I denna studie används intressentmodellen som ett ramverk för att strukturera och tydliggöra hur de tre intressenterna: *konsumenter*, *spelbolag* och *myndigheter* framställs och positioneras i den offentliga debatten om svensk spel- och bettingreklam. Med hjälp av modellens tre attribut (se nedan 3.3) analyseras hur dessa intressenter tillskrivs olika roller, intressen och

ansvar i debatten. På så vis möjliggör modellen en systematisk förståelse för hur rättigheter, skyldigheter och förväntningar i relation till spel- och bettingreklam fördelas mellan olika intressenter. Efter det fungerar intressentmodellen som en utgångspunkt för att fördjupa den etiska analys av reklamen som genomförs i ljuset av debatten. Detta sker med hjälp av John Rawls och Robert Nozicks moralfilosofiska teorier om rättvisa, som appliceras för att belysa och analysera de normativa antaganden och åsikter som ingår i argumentationen. De båda teorierna används alltså inte för att bedöma enskilda aktörer eller intressenter, utan snarare för att tolka de olika ståndpunkternas direkta eller indirekta syn på rättvisa, frihet och ansvar.

2.4 Metodreflektion

Som tidigare har framgått läggs stor vikt vid käll- och metodkritik i samband med datainsamling och bruk av diverse källor. Det ämne som studeras är av en ytterst politiserad karaktär och den problematik som beskrivs i debatten präglas i stor utsträckning av skribentens subjektiva och ideologiska utgångspunkter. Att identifiera och beakta detta förhållande blir därför avgörande för att möjliggöra en saklig och balanserad analys, eftersom det annars föreligger en risk att slutsatser och resultat blir vinklade.

En möjlig svaghet med studiens tillvägagångssätt är det begränsade antalet debattartiklar som analyseras - något som potentiellt kan påverka studiens generaliserbarhet negativt. Samtidigt bör det understrykas att studien genomfördes inom en begränsad tidsram om 10 veckor, vilket har inverkat på mängden empiri som kunnat insamlas och bearbetas. De 50 debattartiklarna är därför strategiskt framtagna i syfte att återspegla debatten på ett så representativt sätt som möjligt.

2.5 Användning av AI-verktyg

I enlighet med institutionens riktlinjer för examensarbete på kandidatnivå användes det generativa AI-verktyget ChatGPT vid arbetsprocessens inledande skede. Detta skedde genom att först diskutera det marknadsföringsmässiga område som skribenterna var intresserade av - etisk marknadsföring - och sedan ta hjälp av AI-verktyget för att generera förslag på olika ämnen inom marknadsföring som kan vara intressanta att analysera ur ett etiskt perspektiv.

3. Teori

3.1 Val av teori

Studien grundar sig på intressentmodellen, som är speciellt utformad för att analysera relationer mellan organisationer och dess intressenter. Intressentmodellen är ett flitigt använt verktyg för att förklara varför företag behöver ta ett större socialt ansvar och bete sig etiskt försvarbart (Egels, 2003). Modellen används vanligtvis för att urskilja olika intressenter och deras intressen i ett visst företag eller organisation (se vidare 3.3), men i denna studie syftar modellen snarare till att tydliggöra tre olika intressenters intressen i det mer abstrakta fenomenet *spel- och bettingreklam*. Teorin anses vara gångbar för att undersöka forskningsområdet eftersom den svenska spel- och bettingreklamen omgärdas av ett flertal olika intressenter som alla påverkas av reklamen på olika sätt.

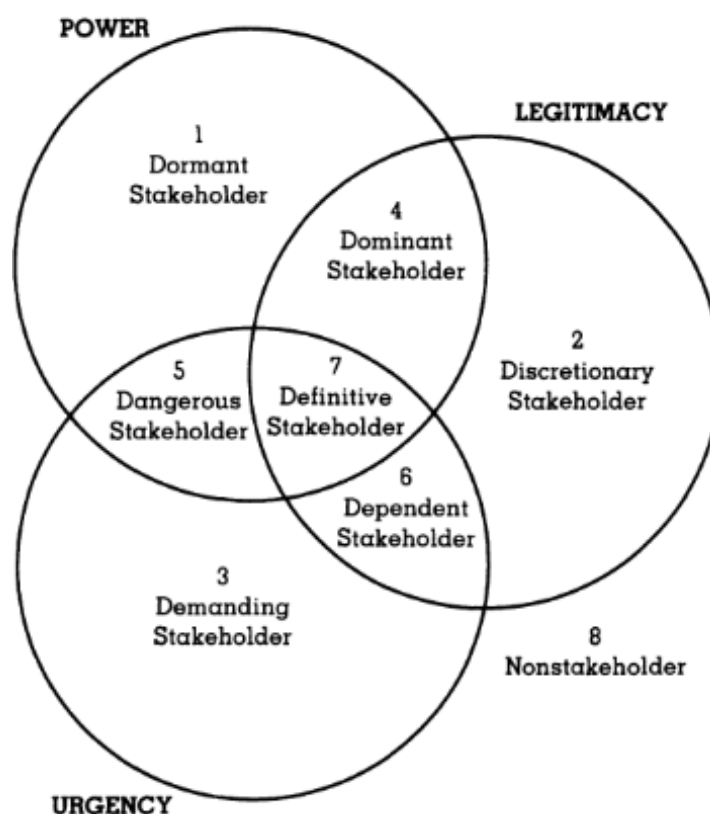
Därutöver används John Rawls och Robert Nozicks moralfilosofiska synsätt på rättvisa som grund för den etiska analysen av svensk spel- och bettingreklam (se vidare 3.4). Dessa två teorier har valts ut eftersom de står i konflikt med varandra och således erbjuder olika perspektiv på hur spelreklamen kan tolkas etiskt - något som bäddar för en djupgående analys och diskussion.

3.2 Val av intressenter

Valet av intressenter har gjorts med hänsyn till deras centrala betydelse för studien och för forskningsområdet som helhet. Den första och kanske mest avgörande intressenten är konsumenter, som är mottagare av spelreklamen. Denna konsument kan antingen vara en person som sporadiskt köper en skraplott, eller någon som befinner sig i riskzonen för ohälsosamt spelande. En annan central intressent är spelbolag, som framställer spelreklamen och drivs av ett starkt vinstintresse. Den tredje och sista intressenten är myndigheter, som har en reglerande roll och ett stort ansvar för att upprätthålla balansen mellan en fri marknad och skyddet av konsumenternas hälsa och välmående. Dessa tre intressenter definierar ramen för studien. Genom att tillämpa intressentmodellen tydliggörs hur de positioneras och framställs i den offentliga debatten.

3.3 Intressentmodellen

Intressentmodellen syftar till att identifiera existerande intressenter samt de intressen de har i en viss organisation. Med hjälp av de tre nyckelattributen *makt*, *legitimitet* och *angelägenhet* kan organisationer identifiera och särskilja olika intressentgrupper. Enligt modellen är definitionen av vem eller vad som kan utgöra en potentiell intressent bred; det kan exempelvis röra sig om personer, organisationer, institutioner, samhällen och naturen. Sammantaget definieras en intressent som någon eller något som påverkas av, eller har intresse i, organisationens verksamhet. Teorin framhåller att organisationer är beroende av intressenter för sin fortsatta överlevnad (Mitchell et al., 1997, s. 854-856). Genom att tillämpa intressentmodellen kan beslutsfattare strategiskt kartlägga intressenternas påverkan på organisationen samt betydelsen av att deras behov tillgodoses. Diagrammet nedan visualiserar hur intressentmodellen kategoriserar intressenter utifrån deras attribut, oavsett om enstaka eller simultana attribut är närvarande.



Figur 2: "Stakeholder Typology: One, Two or Three Attributes Present" (Mitchell et al., 1997, s. 874).

3.3.1 Attributet makt

Attributet *makt* beskrivs som intressentens kapacitet och förmåga att influera organisationen. Makt kan uppfattas som en aktörs förmåga att påverka en annan aktör att agera på ett sätt som denne annars inte skulle ha gjort. Författarna menar att makt kan ta form på tre olika sätt. Den första formen kallas tvingande makt och avser makt som åstadkoms genom fysiska resurser eller kraft, såsom tvång eller våld. Den andra formen benämns utilitaristisk makt, som utgår från makt uppnådd genom användning av materiella eller finansiella resurser. Den tredje och sista formen är normativ makt, vilken härstammar från symboliska resurser som förmedlar en känsla. Det kan exempelvis handla om sociala symboler som kärlek och acceptans, eller normativa symboler som prestige och anseende. Slutligen betonar författarna att en intressents maktnivå beror på graden av tillgång till tvingande, utilitaristiska, eller normativa medel för att kunna påtvinga sin vilja i en aktörsrelation (Mitchell et al., 1997, s. 865). Intressenter som endast besitter attributet makt kallas för passiva, eller vilande, intressenter, eftersom makten inte kan utövas utan de övriga två nyckelattributen (Mitchell et al., 1997, s. 875). Ledningar bör emellertid vara medvetna om denna grupp av intressenter, då de har möjlighet att tillägna sig ytterligare ett av nyckelattributen och därigenom bli mer framträdande.

3.3.2 Attributet legitimitet

Legitimitet grundar sig på socialt accepterade normer och beteenden. En generaliserad uppfattning om att organisationens handlingar är lämpliga, önskvärda och korrekta inom ramen för socialt konstruerade normer, definitioner och värderingar värdesätts högt av intressenter med attributet legitimitet. Legitimitet kan analyseras på flera nivåer, däribland individuellt, organisatoriskt samt på samhällsnivå (Mitchell et al., 1997, s. 866-867). Enligt figur 2 ovan benämns intressenter som enbart innehar attributet legitimitet som diskretionära; dessa intressenter besitter varken makt att påverka organisationen eller några skyndsamma incitament. Det föreligger således inte någon press på organisationens ledare att interagera med eller bygga relationer till diskretionära intressenter (Mitchell et al., 1997, s. 875). Att kombinera attributet legitimitet med makt resulterar däremot i auktoritet (Mitchell et al., 1997, s. 866).

3.3.3 Attributet angelägenhet

Det är ett centralt antagande att betrakta makt och legitimitet som oberoende variabler inom intressentmodellen, men detta riskerar att göra modellen statisk då det inte redogörs för dynamiken i interaktionen mellan intressent och ledning. Därför introduceras även *angelägenhet* som ett nyckelattribut. Författarna definierar angelägenhet som i vilken grad intressentens anspråk kräver omedelbara åtgärder. Attributet gestaltas på två olika sätt. Det första är tidskänslighetskriteriet, vilket avser i vilken grad en fördröjning i ledningens respons är oacceptabel för intressenten när det gäller exempelvis anspråk, krav eller relationer. Det andra är det kritiska kriteriet, som angår hur avgörande det är för intressenten att ett krav uppfylls eller att en relation upprätthålls (Mitchell et al., 1997 s. 867). Intressenter med enbart attributet angelägenhet beskrivs som krävande intressenter (Mitchell et al., 1997, s. 875). Dessa intressenter är ofta ovilliga eller oförmögna att förvärva den makt eller legitimitet som krävs för att deras anspråk ska tas på större allvar. För ledningen är denna grupp irriterande men inte farlig, och bör därför inte tillägnas någon större uppmärksamhet.

3.3.4 Överlappande attribut

Ovan nämnda attribut kan också överlappa varandra och därigenom skapa ytterligare tre kategorier av intressenter; den *dominanta*, den *farliga* samt den *beroende* intressenten (se 4, 5 och 6 i figur 2 ovan). Den *dominanta* intressenten är inflytelserik, då denne med både makt och legitimitet har möjlighet att påverka organisationen. Den *dominanta* intressenten betraktas ofta som den ideala intressenttypen, och faktum är att organisationer vanligtvis eftersträvar att denna ska utgöra den enda typen av intressent. Den *farliga* intressenten har, genom makt och brådsående incitament, möjlighet att fatta beslut som uteslutande gynnar egna intressen och därmed kan vara skadliga för organisationen. Den *beroende* intressenten saknar makt men besitter både legitimitet och angelägenhet, vilket innebär att dessa maktlösa intressenter är beroende av andra intressenter eller organisationsledningen för att få sina anspråk tillgodosedda (Mitchell et al., 1997, s. 876-878). Till sist identifierar intressentmodellen den *definitiva* intressenten (nummer 7 i figur 2), som innehar samtliga tre attribut. Organisationer bör i första hand se till att tillgodose dessa intressenters behov, eftersom de potentiellt har en framträdande betydelse.

3.4 Etiska teorier

3.4.1 Rawls syn på rättvisa

När det gäller samhälls- rättvisa konstruerade Harvardfilosofen John Rawls genom sin bok *En teori om rättvisa* tankeexperimentet "okunnighetens slöja". Tankeexperimentet bygger på idén att ett rättvist samhälle är det samhälle som människor är villiga att acceptera utan att känna till sin egen position. Det innebär att individer bakom okunnighetens slöja tvingas utvärdera de alternativ de ställs inför enbart utifrån generella överväganden, eftersom de saknar kunskap om hur beslutet kommer att påverka deras egen situation. Individen antas nämligen inte känna till vissa slags partikulära fakta, såsom plats i samhället, klasstillhörighet eller social ställning. Hon känner heller inte till den ekonomiska och politiska situationen eller vilken generation hon tillhör. Däremot förutsätts hon känna till generella fakta om mänskliga samhällen; hon har en förståelse för politiska angelägenheter och nationalekonomiska principer. Det finns också inga hinder för att inkludera fakta om generella lagar och teorier, eftersom rättvisepuffattningar måste förhålla sig till de sociala samarbetsystem som dessa uppfattningar ska reglera (Rawls, 1971, s. 143-144).

I samband med att Rawls praktiserade metoden om okunnighetens slöja fann han att samhället skulle enas om att tilldela alla människor så stora fri- och rättigheter som möjligt, förutsatt att dessa inte kolliderar med varandra. Ur dessa tankar växte sedermera idén om maximinprincipen fram. Maximinregeln uppmanar individen att rangordna de alternativ hon ställs inför efter deras sämsta tänkbara utfall, där det alternativ vars sämsta utfall är bättre än de övrigas ska väljas. Regeln visualiseras nedan genom en så kallad vinst-och-förlust-tabell, där siffrorna i tabellen representerar monetära värden, uttryckta i hundratals kronor. Vinsten är beroende av individens beslut (b) och av omständigheterna (o). Om vi antar att det finns tre möjliga beslut och tre möjliga omständigheter konstrueras följande tabell:

	o₁	o₂	o₃
b₁	-7	8	12
b₂	-8	7	14
b₃	5	6	8

Enligt maximinregeln ska beslut nummer 3 fattas. I detta fall är det värsta utfallet att individen tjänar 500 kronor, vilket är bättre än de värsta utfallen i de övriga två besluten, där individen förlorar 700 respektive 800 kronor (Rawls, 1971, s. 158). Med andra ord bör samhället, enligt maximinprincipen, arrangeras så att de sämst ställda har det så bra som möjligt. I ett teoretiskt scenario där en tusenlapp ska fördelas mellan två personer sker därför en lika fördelning enligt Rawls rättvisepincip. Så fort någon av individerna har mindre än 500 kronor, finns det en möjlighet att förbättra den sämst ställda individens position (Bergh & Jakobsson, 2022, s. 375).

En annan beståndsdel i Rawls rättviseteori är att rättvisa måste förverkligas i praktiken genom institutionella arrangemang. Han förklarar att social rättvisa främst handlar om samhällets grundstruktur, eller närmare bestämt om hur samhällets viktigaste institutioner fördelar grundläggande rättigheter och skyldigheter och bestämmer hur vinsterna från det sociala samarbetet ska delas. Med de viktigaste institutionerna menar han den politiska författningen och de primära ekonomiska och sociala arrangemangen. Människor som föds in i olika positioner i livet kommer också att ha olika livsutsikter och förutsättningar, vilket Rawls tycker är orättvist. Det är därför, enligt honom, på dessa oundvikliga ojämlikheter i samhällets grundstruktur som principerna för social rättvisa måste kunna tillämpas genom institutionella arrangemang (Rawls, 1971, s. 28-29).

3.4.2 Nozicks syn på rättvisa

Ett par år efter Rawls uppmärksammade verk formulerade den libertarianska filosofen Robert Nozick en alternativ teori om rättvisa, vilket kan betraktas som ett slags svar på Rawls idéer. Nozick förespråkade det som han skulle komma att kalla procedurrättvisa. Enligt teorin avgörs en fördelnings rättvisa eller orättvisa av dess uppkomst. Om fördelningen uppstår till följd av människors fria val och handlingar anses den vara rättvis - något som överensstämmer med libertarianismens fokus på att värna om äganderätten. Den libertarianska rättviseidén innebär därför, i sin enklaste version, att skatt är stöld och att rättvis fördelning uppstår när människor ingår frivilliga avtal med varandra på marknaden (Bergh & Jakobsson, 2022, s. 376).

För att illustrera teorin om procedurrättvisa målar Nozick i sin bok *Anarki, stat och utopi* upp följande teoretiska exempel. Vi antar att Wilt Chamberlain, en av 60-talets största

basketspelare, är en efterfrågad publikmagnet. Till varje hemmamatch flockas åskådarna, och eftersom de tycker det är spännande att se Chamberlain spela lägger de varje gång 25 cent utöver biljettpriset i en särskild bössa märkt med hans namn - pengar som oavkortat går till honom. Om vi ponerar att en miljon åskådare under en säsong väljer att betala 25 cent för att se Chamberlain spela, innebär det att han tilldelas 250 000 dollar - en avsevärt högre inkomst än vad de övriga spelarna i laget får. Var och en av dessa människor kunde ha använt sina pengar till vad som helst, men de valde att *frivilligt* ge 25 cent till Chamberlain. Det gör fördelningen rättvis. Inte heller tredje part kan klaga och anföra rättviseskäl för sitt klagomål. Eftersom någon frivilligt har överfört något till Chamberlain, har tredje part *fortfarande* sin legitima andel. *Hans* andel har inte förändrats (Nozick, 1974, s. 343-344). Ett annat exempel som Nozick presenterar är övertidsarbete i ett samhälle. Varför skulle en människa arbeta övertid i ett samhälle där hennes grundläggande behov redan är tillfredsställda? Enligt Nozick är svaret att hon eftersträvar något utöver dessa behov. Antingen avstår man från vissa extra förmåner man önskar sig, eller så utför man något ytterligare för att förvärva dem. Enligt Nozick kan ojämlikheter som uppstår på detta sätt inte förbjudas med rättviseskäl som grund (Nozick, 1974, s. 346).

För att återgå till det teoretiska scenariot där en tusenlapp ska fördelas mellan två personer, menar libertarianen att en rättvis fördelning inte kan genomföras utan ytterligare information. Avgörande är vem som äger pengarna, eftersom den som har förvärvat dem också har rätt att bestämma hur de ska användas (Bergh & Jakobsson, 2022, s. 376).

4. Analys av debatten

I följande kapitel presenteras analysen av de 50 artiklar och debattartiklar som utgör studiens empiriska material. Debatten har strukturerats dels utifrån de tre olika intressenterna, dels utifrån olika "åsiktsteman" som framträtt i argumentationen. Varje avsnitt har därför försetts med en underrubrik som anses fånga det tema som bäst speglar de centrala ståndpunkterna i respektive del. I detta kapitel sammankopplas också intressenterna med attribut enligt intressentmodellen, för att tydliggöra och systematisera hur intressenterna tillskrivs olika roller, intressen och ansvar i debatten.

4.1 Intressenten konsumenter

4.1.1 Spelreklamen är ett hot mot folkhälsan

Ett frekvent förekommande tema i debatten är det om spelberoende och hälsa där man ofta beskriver spelande som förenligt med en stor risk. Nilsson (2021) skriver i Göteborgs-Posten att forskare har kunnat se att antalet individer som spelar idag har minskat, men att de som spelar satsar större summor och är mer riskbenägna. Eklund (2024) beskriver i Svenska Dagbladet Alexander som ett exempel på någon med spelmissbruk. Alexander var en framgångsrik entreprenör som gick in i väggen, och för att minska tristessen med att sitta hemma så började han att spela. Han uttrycker själv hur han började med små summor men att risktagandet successivt ökade. Därefter började han förlora stora summor och då försökte han vinna tillbaka det han förlorade, vilket ledde till ond spiral där han sjönk djupare ner i psykisk ohälsa.

“ – Jag såg det som att jag hade två alternativ: antingen landar jag i att jag spelat bort 600 000. Eller så försöker jag vinna tillbaka pengarna ”

Sjödéns (2020) intervju med Jimmy Nilsson i Göteborgs-Posten visar på en liknande berättelse, där det började i liten omfattning för att sedan i en snabb takt gå utför.

“ – Jag har alltid gillat spänning, tävling och att få kickar. Som liten spelade jag på Danmarksbåtarna, enarmade banditer och på Liseberg, jag gillade sådana där maskiner som tar gosedjur.”

Ett annat exempel tas upp av Spogardh (2024) i Kristianstadsbladet där Jenny, som precis som många andra, började spela för att dämpa sin ångest. Jenny hade stora ekonomiska problem och skulder innan hon började spela, och hon beskriver att spelandet var ett sätt för henne att fly verkligheten. Att det är enkelt att hamna i spelmissbruk stärks av Malmströms (2024) artikel i Vimmerby Tidning, som handlar om hur Simons sportintresse ledde honom till att börja spela, och att han till slut blev helt uppslukad av det från morgon till kväll. Vidare lyfts i debatten att kopplingen mellan spel, betting och sport är problematisk - särskilt i samband med stora sportevenemang såsom fotbolls-EM (Sydsvenskan, 2024).

“ [...] men den måste uppmärksammas mer. Inte bara för att det kan rädda liv utan också för att alla som vill ska kunna uppleva euforin av att se en cykelspark i nät i matchens slutskede - även när inga pengar står på spel.”

Något som vid upprepade tillfällen skildras i debatten är att personer med spelmissbruk dessutom ofta är drabbade av andra typer av missbruk, såsom drog- eller alkoholmissbruk. Ett exempel på detta tas upp av Wallenius (2025) som i Gefle Dagblad skildrar berättelsen om Urban, som hade stora problem med höga kreditkulder samt alkohol- och spelberoende.

Enligt en artikel i Dagens Nyheter (2019) håller spelberoendet på att öka. Det beskrivs hur spelproblem kan få långtgående konsekvenser såsom psykisk ohälsa och ökad suicidrisk. Artikeln lyfter också fram den ökade tillgängligheten till spel som en avgörande faktor till att spelberoende har ökat. Jimmy anför i Göteborgs-Posten hur det idag blivit enklare att gömma sig bakom en skärm och påpekar att det var mer skamfyllt förr när man tvingades spela ute bland folk (Sjödén, 2020). Många lyfter i debatten också fram en misstro till vården och att de inte får det stöd de behöver. Johan beskriver i Al-khameesis (2024) artikel i Dagens Nyheter om hur han försökte få hjälp av Stödlinjen och Socialtjänsten i samband med att han skulle bli pappa, men att det inte var till någon nytta. Johan förklarar hur hans spelande resulterat i stora skulder, psykisk ohälsa och självmordstankar.

“– Jag spelade varje dag, när jag jobbade då kunde jag sätta mig på toaletten och spela. Jag ville vinna tillbaka det jag hade förlorat och tog flera lån och många sms-lån”

Misstron till stödsystemet stärks i Adams berättelse i Collins (2025a) artikel i SVT Nyheter, där han beskriver hur han återfallit i missbruk kort inpå avslutad behandling. Adam kritiserar hur svårt det är att få rätt hjälp och beskriver stödsystemet som undermåligt.

Rolf Waltersson, förtroendevald revisor i Eskilstuna kommun, är någon som öppet riktar kritik gentemot sin egen kommun, när han hävdar att det är hyckleri och dubbelmoral att kommunen godtroget hjälper folk med behandling av deras missbruk, samtidigt som man tillåter annonsering av spelreklam på kommunal mark (Waltersson, 2024).

“Lagen slår fast att kommunerna har ett ansvar att förebygga spelmissbruk och att hjälpa de som hamnar i speldjävulens klor.”

Enligt intressentmodellen skulle spelaren, med sin höga legitimitet och angelägenhet och sin låga makt att påverka, definieras som en *beroende* intressent. Legitimiteten är ömsesidig och grundar sig i handelsavtalet mellan spelbolaget och spelaren som sker på en legitim marknad. Angelägenheten är hög, inte minst om konsumtionen har negativ inverkan på konsumentens hälsa som vid spelberoende. Med låg makt menas att spelaren har låg makt att själva förändra marknaden vilket hänger ihop med spelarens angelägenhet att förändra marknaden.

4.1.2 Barn och unga är särskilt sårbara för spel- och bettingreklam

Ett annat tydligt tema i debatten är spel- och bettingreklam som riktas mot barn och unga, något som utmanar tanken om spelbolagen som en intressent med hög legitimitet enligt intressentmodellen. År 2022 uttryckte Socialdemokraterna en vilja att vidta åtgärder för att motverka det samhällsliga spelmissbruket i stort, och i synnerhet spelmissbruk bland barn och unga samt personer med spelproblem. Syftet med det lagförslag som presenterades var att spelreklamen skulle minska samt att skärpa kraven på måttfullhet i marknadsföringen, då spelbolagens aggressiva marknadsföringsåtgärder anses vara särskilt farliga för riskgrupper. När kulturutskottet röstade ned förslaget uttryckte en upprörd Azadeh Rojhan (S), ledamot i kulturutskottet, i en intervju med Resumé sin oro över att barn, unga och utsatta grupper fortsatt kommer att exponeras för spelreklam - något hon menar riskerar att på sikt öka spelmissbruket i samhället. Hon framhåller särskilt problematiken med att barn och unga utsätts för marknadsföring av nätkasinon (Pilsetnek, 2022).

“– Beslutet innebär att det här kan fortgå, så som det ser ut idag, spel marknadsförs i stor utsträckning och når barn under 18. Barn och ungdomar påverkas av reklamen som gör att de vill spela mer och oftare. Idag finns siffror på att 34 procent av alla barn spelat om pengar det senaste året, det är oroväckande säger Azadeh Rojhan”

Enligt statistik från Folkhälsomyndigheten år 2021 hade drygt hälften av alla män i åldern 18-19 år spelat någon gång det senaste året, medan motsvarande andel bland män i åldern 16-17 uppgick till 38% - trots den 18-årsgräns som föreligger (Folkhälsomyndigheten, 2024b). Rojhan konstaterar att den omfattande spel- och bettingreklam som förekommer idag även når barn under 18 år, vilka påverkas av reklamen och lockas till att spela oftare - ett faktum som i sin tur ökar risken för psykisk ohälsa (Pilsetnek, 2022). Att spelreklam når unga och sårbara förstärker Mitchell et al:s (1997) teori om konsumenten som en *beroende* intressent.

Spelande om pengar ökar också bland svenska gymnasieelever. Mellan år 2019 och 2020 ökade andelen pojkar som spelat om pengar de senaste 12 månaderna från 27 procent till 40 procent, enligt en rapport från Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN). Andelen flickor ökar också, från 4 procent år 2019 till 12 procent år 2023 (CAN, 2023). Anna Söderpalm Gordh, docent vid Sahlgrenska Akademin, höjer ett varningens finger för att gymnasieungdomar helt lagligt kan spela om pengar online under lektionstid. Hon hävdar att problemet är betydligt allvarigare än vad man initialt kan tro, dels eftersom unga män utgör den mest sårbara gruppen för att hamna i ett spelmissbruk, dels eftersom det finns ett samband mellan spel om pengar under skoltid och att ha ett problemspelande. Detta samband kan dessutom få förödande konsekvenser. Söderpalm Gordh målar upp ett scenario där problemspelande leder till skulder, som leder till psykisk ohälsa, som leder till kriminalitet, prostitution, självmordstankar och i värsta fall självmord (Söderpalm Gordh, 2023). Enligt Spelinspektionens hemsida hade 2 250 stycken 19-åriga män stängt av sig själva från spel via spelpaus.se i mitten av mars 2023, jämfört med 85 stycken vid samma tidpunkt året dessförinnan (Spelinspektionen, 2023). För att sätta stopp för denna negativa trend föreslår Söderpalm Gordh att en åldersgräns på 20 år ska införas på samtliga onlinespel, då deras beroendeframkallande effekt är alltför lättillgänglig för svenska ungdomar (Söderpalm Gordh, 2023).

“Låt oss inte begå samma misstag som vi gjorde med mellanölet och låta något som är så beroendeframkallande vara för lättillgängligt för våra ungdomar. Inför 20 års gräns på alla onlinespel.”

Allan Erdman, marknads- och kommunikationschef på Spelfriheten - ett företag som erbjuder behandling för spelberoende och anhörigproblematik - delar uppfattningen att spelberoende

utgör ett växande samhällsproblem som i allt högre grad drabbar ungdomar. I en debattartikel som publicerats på Socionomens webbplats förklarar han att datorspel och den digitala värld som många ungdomar lever i kan fungera som en inkörsport till spelmissbruk. Allt fler datorspel innehåller lotterielement som riktas särskilt till ungdomar. Spelaren uppmuntras att spendera mer tid och pengar för att uppnå virtuella föremål eller fördelar i spelet, och precis som på ett nätkasino används psykologiska mekanismer - såsom glimrande grafik och tillfredsställande ljudeffekter - för att signalera storvinster. Dessa triggers introducerar gambling redan i en tidig ålder och bidrar till att normalisera idén om att riskera resurser för potentiell belöning. Enligt Erdman lägger detta grunden för, och uppmuntrar, ett osunt spelmönster. Därför efterlyser han nationella informationskampanjer, utbildningsinsatser i skolan, strängare reglering av lotterielement i datorspel samt ett förbud mot riktad spelreklam (Erdman, 2025).

“Det är dags att vi börjar agera. Vi vet att spelberoende inte är en karaktärsbrist eller en fråga om självdisciplin. Det är en sjukdom som kräver kunskap, förebyggande insatser och stöd. Vi vet också att vi är känsligare för att utveckla beroende i ung ålder innan hjärnan är färdigutvecklad.”

4.1.3 Spelmissbruk drabbar även anhöriga

I det empiriska materialet som sammanställts framstår Göteborgs-Postens reportage om Therese och hennes man Mikael som det tydligaste exemplet på hur anhöriga drabbas allvarligt av spelmissbruk. Efter att i årtal ha dolt sitt spelberoende och tagit lån till ett totalbelopp på 1,7 miljoner kronor, såg Mikael ingen annan utväg än att ta sitt liv. Efter sig lämnade han familjen med fru och barn i chock. Therese beskriver chocken och sorgen över att inte bara förlora sin make, utan att också ha levt nära en katastrof utan att veta om det (Norman, 2025).

“I den stunden rasade livet samman. Sönerna hade fått veta att Mikael bett sin ena dotter ta lån åt honom. Orsaken: ett allvarligt spelberoende och ohanterbara skulder.

- Jag hade vaknat på morgonen, lyckligt gift. Jag och Mikael hade varit gifta i 22 år. Jag fattade ingenting. Jag hade inte märkt något, säger Therese dröjande.”

Flera artiklar belyser hur anhöriga drabbas och hur de ofta får bära ett tungt ansvar när det uppdragas att en närstående till dem har ett spelberoende. I Dagens Nyheter beskriver Al-khameesi (2024) i sin artikel om hur Johans fru blev både ekonomiskt och emotionellt sårad när han avslöjade att han spelat bort gemensamma pengar, inklusive deras barns doppingar. I Svenska Dagbladet beskrivs att Alexanders spelande fick ödesdigra konsekvenser, vilket till slut ledde till att hans familj förlorade sitt hem (Eklund, 2024).

“ – När jag berättade så kände jag mig lugn, det var skönt. Men min fru blev helt förstörd. Det var nog det jag inte fattade, hur hon mådde efteråt ” (Al-khameesi, 2024).

Dessutom visar statistik från Folkhälsomyndigheten att omkring 30 000 barn idag lever i hushåll där minst en förälder har spelproblematik (Dagens Nyheter, 2019).

Utifrån intressentmodellen kan anhöriga kategoriseras som intressenter med hög legitimitet och hög angelägenhet, men med låg makt. De befinner sig mitt i konsekvenserna av spelmissbruket, men utan någon möjlighet att påverka utvecklingen eller kräva resurser från samhället. De skulle därför ingå i den grupp som modellen kallar för beroende intressenter.

4.2 Intressenten spelbolag

4.2.1 De olicensierade spelbolagen måste motarbetas

Den nya Spellagen som trädde i kraft 2019 har inneburit en del omregleringar på den svenska spelmarknaden - omregleringar som har väckt reaktioner hos spelbolagen. Licensierade spelbolag har behövt förhålla sig till regleringar gällande spelgränser, omsorgsplikt, bonusbegränsningar och andra förhållningsregler. Samtidigt finns det, som Boström (2024) i Dagens Nyheter beskriver det, “en grå spelmarknad”, det vill säga bolag som inte har licens men som ändå riktar sig mot den svenska marknaden. Dessa olicensierade bolag drar nytta av stora konkurrensfördelar eftersom de inte betalar skatt eller förhåller sig till svensk lagstiftning. Dessa två typer av bolag kan med hjälp av Mitchell et al:s (1997) intressentmodell tolkas ha två olika typer av roller på spelmarknaden när det kommer till attributen legitimitet, angelägenhet och makt.

De licensierade bolagen innehar en betydande legitimitet i och med att de förhåller sig till svensk lagstiftning. Licensierade bolag bidrar årligen med cirka 10 miljarder kronor till BNP

och sammanlagt är 4 200 personer anställda i dessa licensierade spel- och vadhallningsföretag (Hoffstedt & Sanandaji, 2022). Många bolag har riktat kritik och missnöje mot restriktionerna som påverkar omsättning både på kort och lång sikt. Gustaf Hoffstedt, som är generalsekreterare för Branschföreningen för Onlinespel (BOS), menar att för många restriktioner missgynnar bolagen och resulterar i att spelare vänder sig till olicensierade bolag för bättre villkor (Hoffstedt & Sanandaji, 2022).

“Fortfarande är inställningen att överreglera de mest skötsamma företagen, som har svensk licens, medan spelarna drivs bort till internationella spelsajter som drivs av kriminella nätverk.”

Hoffstedt (2024) bygger i Expressen vidare på detta resonemang när han riktar kritik mot att det införts ett förbud mot spelreklam i Stockholms kollektivtrafik. Han menar att spelreklamen utgör en nödvändig finansiering av samhällsviktiga verksamheter, och anför vidare att förbudet inte enbart slår mot spelbolagens omsättning, utan även mot vanliga resenärers plånböcker, som i och med förbudet tvingas betala mer för kollektivtrafiken. Han understryker dessutom vikten av att de licensierade bolagen tillåts göra reklam i offentliga miljöer och därigenom hamna “top of mind” hos konsumenter, då detta bidrar till en säker spelmarknad där konsumenterna skyddas från potentiellt farliga aktörer.

Daniel Harre, förbundsordförande Spelberoendes riksförbund, debatterar i Aftonbladet och lyfter fram att de licensierade bolagen har en dominans på den svenska marknaden jämfört med de olicensierade bolagen. De licensierade bolagens legitimitet ger konkurrensfördelar som de olicensierade bolagen inte har när det kommer till annonsering och sponsring (Harre, 2021). Samtidigt har de olicensierade bolagen betydande kostnadsfördelar, eftersom de varken betalar skatt eller licensavgifter (Boström, 2024).

De olicensierade spelbolagen framställs ofta som ett växande hot på den svenska marknaden. Även om dessa bolag saknar laglig legitimitet har de lyckats locka in en betydande andel av de svenska spelarna. Ungefär en femtedel av spelandet sker hos de olicensierade bolagen, som sägs vara drivna av och utgör en viktig inkomstkälla för kriminella nätverk (Hoffstedt & Sanandaji, 2022). De olicensierade bolagen utnyttjar personer som exempelvis stängt av sig via spelpaus genom att erbjuda högre bonusar och obegränsat spel, som i sin tur lockar spelarna till dessa sajter. Detta har vidare lett till att antalet besök från svenska spelare på

bolagen utan licens tiodubblats efter omregleringen, medans spelare på de bolag med svensk licens minskat (Littorin, 2024b).

De licensierade spelbolagen kan enligt intressentmodellen tolkas som dominanta intressenter, eftersom de uppfyller två av modellens tre attribut: makt och legitimitet. Legitimiteten grundas i att de följer svensk lagstiftning och verkar inom ramen för det licenssystem som infördes 2019. Deras makt kan kopplas till att det är spelbolagen som utformar den spelreklam som konsumenterna tar del av, samtidigt som de också har en påtaglig ekonomisk makt och betydelse för det svenska samhället genom skatteintäkter, arbetsmöjligheter och sponsring av allmänna föreningar - inte minst inom idrotten (se nedan 4.2.2).

Samtidigt försöker de licensierade aktörerna framställa sig själva som definitiva intressenter, det vill säga aktörer som även uppfyller det tredje och sista attributet angelägenhet. I den offentliga debatten lyfter de ofta fram sin roll som beskyddare av konsumenterna, där de positionerar sig som en tydlig motståndare till den olicensierade spelmarknaden. Genom att betona de risker som förknippas med olicensierade aktörer ämnar de påvisa deras angelägenhet att skydda konsumenter och upprätthålla en sund spelmarknad.

De olicensierade spelbolagen kan i sin tur klassificeras som farliga intressenter, då de i hög grad uppvisar attributet makt, men saknar både legitimitet och angelägenhet. Deras makt utgår från deras förmåga att påverka spelmarknaden även om deras metoder strider mot svensk lagstiftning.

4.2.2 Spelreklamen är viktig för idrottsrörelsen

I diskussionen om spelreglering och dess samhällseffekter framträder de allmännyttiga föreningarna, särskilt idrottsrörelsen, som en viktig men ofta utsatt intressent. Enligt intressentmodellen kännetecknas dessa föreningar främst av legitimitet och angelägenhet, men saknar ofta makt, vilket gör dem till beroende intressenter.

I debatten beskrivs ofta hur intäkter i form av sponsring från spelbolag är avgörande för att finansiera svenskt föreningsliv. I en debattartikel i Aftonbladet diskuterar Håkan Sjöstrand, generalsekreterare Svenska fotbollförbundet, och Johan Stark, generalsekreterare Svenska ishockeyförbundet detta ämne. De varnar för att regeringens förslag om att begränsa

spelreklam riskerar slå ut hundratals miljoner i sponsringsintäkter - pengar som i dag möjliggör mellan 150 000 och 200 000 dagliga träningsstillfällen för barn och unga. Dessa intäkter bidrar till föreningslivet vars samhällsbidrag bland annat innefattar att integrera personer i utanförskap och att motverka stillasittande bland unga (Sjöstrand & Stark, 2021).

“Men verksamheten är inte gratis. Varje år tillförs miljardbelopp via sponsring av idrotten.

En stor andel av dessa sponsringsmedel kommer från bolag som erbjuder lotterier och vadhållning. Vi behöver varenda krona av dessa medel som vi sedan växlar upp mångdubbelt med ideella insatser.”

Att idrott och spel är tätt sammanlänkade beskrivs också i en ledarartikel i Sydsvenskan (2024), där det framgår att stora sportevenemang ofta sammanfaller med en ökning i spelmissbruk. Adam Kirstein Reuterswärd, marknads- och kliekoordinatör på beroendecentret Spelfriheten, vittnar om en markant ökning av besökare i samband med fotbolls-EM 2024. Att det finns ett problematiskt samband mellan spelreklam, spelberoende och stora sportevenemang är ett faktum som Sjöstrand och Stark understryker (Aftonbladet 2021). Samtidigt varnar dem för att lagförslag, såsom det som presenterades 2021 - som visserligen var ämnat att minska spelmissbruk, men som samtidigt skulle innebära en kraftig begränsning av idrottssponsring - riskerar vara så långtgående att de i praktiken kan försvåra helt grundläggande delar av föreningsverksamheten.

“Syftet med lagförslaget är att motverka spelberoende, men förslaget är så långtgående att det i praktiken riskerar att skapa orimliga begränsningar för sponsrade matchtröjor från bolag som erbjuder spel, eller lottförsäljning i knattelaget via dörrknackning eller telefonsamtal.”

4.3 Intressenten myndigheter

4.3.1 Myndigheterna gör inte tillräckligt för att se efter folkhälsan

Ett vanligt förekommande tema i debatten är det om folkhälsa där många debattartiklar belyser myndigheternas roll och ansvar för att motverka negativa trender i spelandet. Utifrån intressentmodellen framträder Spelinspektionen och andra statliga myndigheter som centrala aktörer med samtliga tre attribut - legitimitet, makt och angelägenhet - vilket definierar dem som definitiva intressenter. Deras roll är att skydda konsumenter, säkra skatteintäkter och

reglera marknaden. Att spelproblem kan få allvarliga konsekvenser för individens psykiska hälsa och leda till ökad suicidrisk (Dagens Nyheter, 2019) understryker och legitimerar myndigheterna som en ytterst viktig intressent för att skydda konsumenterna.

Andra vice ordförande i regionstyrelsen Kronobergs län, Henrietta Serrate (S), beskriver i Smålandsposten hur regionen arbetar med att motverka spelberoende. Hon framhåller att de har ett nära samarbete med primärvårdens hälsoenhet och betonar samtidigt vikten av att både minska spelandet och stärka stödet till personer med spelberoende (Serrate, 2020).

"Vi behöver färre spelare och mindre spelreklam - inte fler och mer"

Samtidigt belyser Collin (2025b) i en SVT Nyheter-artikel att ändringar i socialtjänstlagen samt hälso- och sjukvårdslagen år 2018 medförde att kommuner och regioner fick ett ökat ansvar för att både arbeta förebyggande med spelproblem och erbjuda stöd och behandling till personer med spelmissbruk. I artikeln säger Henrik Nygren, rådgivare på Spelberoendes förening, att vissa kommuner har kommit längre än andra i att utbilda sin personal, vilket vittnar om att behandlingen inte håller en tillräckligt konsekvent nivå nationellt.

Myndigheterna får utstå en viss mängd kritik i debatten. Ett exempel på detta tas upp i en artikel skriven av Almgren & Carlström (2020) i Svenska Dagbladet. I artikeln riktar Gustaf Hoffstedt, generalsekreterare för BOS, kritik mot regeringen där han beskriver regeringens insatser som naiva och kontraproduktiva.

*" – Jag tror utredningens förslag hjälper dem som kan hantera sitt spelande.
Men för de andra, de som är fast i ett missbruk, där är jag mer bekymrad."*

Denna kritiska syn på myndigheterna som verklighetsfrånvända aktörer förekommer i fler debattartiklar. Gustav Hoffstedt uttalar sig även i Västerviks-Tidning tillsammans med Nima Sanandaji, där de riktar kritik mot Jämlikhetskommissionens förslag om en statlig spelportal. De menar att myndigheterna är överdrivet kontrollerande och att deras överreglering riskerar att ge motsatt effekt (Hoffstedt & Sanandaji, 2020).

"Politiken saknar förståelse för hur spelandet går till i praktiken."

Söderström (2025) skriver i sin artikel i Aktuellt i Politiken om att Riksrevisionen riktar skarp kritik mot Spelinspektionen för bristande tillsyn och för att fokusera på mindre relevanta marknadssegment, såsom partilotterier, snarare än den mer riskutsatta marknaden för

nätkasino och betting. Boström (2024), som genomförde en intervju med Revisionsdirektör Hedvig Tängdén, presenterar i Dagens Nyheter data från Riksrevisionen, som granskat Spelinspektionen mellan 2019-2023. Riksrevisionens rapport visar på en betydande minskning i antalet påbörjade inspektioner av spelbolag, från 263 till 58 kontroller, vilket motsvarar en förminskning med 78 procent. Dessutom följer Spelinspektionen inte upp om påtalade brister verkligen åtgärdas av aktörerna, vilket ytterligare försvagar tillsynens effektivitet och trovärdighet. I rapporten riktas även kritik mot regeringen, som känt till att Spelinspektionen prioriterat bort tillsyn till förmån för andra uppgifter, utan att vidta tillräckliga åtgärder för att säkra tillsynens omfattning (Riksrevisionen, 2024).

“– När man inte inspekterar vet man inte om de här här aktörerna följer regelverket, säger revisionsdirektören Hedvig Tängdén” (Boström, 2024).

Här skildras såväl myndigheter som regeringen som passiva och ineffektiva, vilket ifrågasätter deras höga legitimitet.

4.3.2 Kanaliseringsgraden måste öka

Enligt en undersökning från ATG, som refereras av Littorin i Dagens Nyheter, har kanaliseringen för nätkasino sjunkit till så lågt som 57 procent (ATG, 2024). Det betraktas som ett allvarligt misslyckande i förhållande till den uppsatta målsättningen. Undersökningen visar också att spelandet hos aktörer utan svensk licens har ökat kraftigt. Det gäller särskilt utsatta grupper, exempelvis personer som har blockerat sig själva via Spelpaus.se, men som ändå nås av reklam och spelalternativ från dessa bolag (Littorin, 2024a).

“– Det är en mycket oroande utveckling och ett enormt misslyckande med tanke på att målet var 90 procent, säger ATG:s vd Hasse Lord Skarplöth”

Trots att myndigheter enligt intressentmodellen klassificeras som definitiva intressenter, som ska fungera som beskyddare, får de omfattande kritik för bristande effektivitet och långsamt agerande i hanteringen av olicensierade bolag. Littorin hänvisar på nytt till ATG:s rapport när han konstaterar att inte en enda av de 20 mest besökta olicensierade spelsajterna fanns med på Spelinspektionens förbudslista, trots att flera av dem tydligt riktade sig till svenska konsumenterna genom användning av Bank-ID (Littorin, 2024a).

Almgrens & Carlströms artikel i Svenska Dagbladet (2020) berör den nya spelmarknadsutredning som sjösattes 2020. Med intentionen att minska det svenska spelandet var utredningens förslag bland annat att öka restriktionerna mot nätkasinon med svensk licens - ett förslag som den intervjuade Gustaf Hoffstedt starkt kritiserar. Han anför att förslaget riskerar innebära en förstärkning av den redan pågående flykten från licensierade bolag på den svenska marknaden. I slutändan är det, enligt honom, de svenska spelarna som bestämmer, samtidigt som de olicensierade bolagen aldrig är mer än ett klick bort i mobilen, surfplattan eller datorn.

“ – Jag skulle säga att det förslaget är en julklapp för alla de olicensierade piratbolagen som nu kan fortsätta härja framöver. Risker är uppenbar att en rad spelare väljer att gå över till de här bolagen när de svenska spelbolagen som har licens får så mycket restriktioner, säger Gustaf Hoffstedt” (Almgren & Carlström, 2020).

Samtidigt är regeringens ambition att även komma åt och reglera de olicensierade bolagen, som saknar tillstånd i Sverige och som inte omfattas av konsumentskyddet. Ardalan Shekarabi (S), före detta socialförsäkringsminister, påtalar att det är klart att systemet hotas om det kommer bolag utifrån som inte följer regelverket. Förhoppningen är att spelandet hos dessa bolag ska begränsas, genom en hårdare reglering av spelmarknaden generellt. Shekarabi betonar dessutom att det är den svenska statens skyldighet gentemot dess invånare att skydda konsumenter på spelmarknaden (Svahn & Österberg, 2024).

“Regeringen vill rikta sig mot själva spelprogramvaran för att försöka stoppa olagliga aktörer. Den som tillverkar, tillhandahåller, installerar eller ändrar spelprogramvara för vadhållning online ska ha tillstånd för detta.”

5. Etisk analys

I detta kapitel analyseras den offentliga debatten om svensk spel- och bettingreklam utifrån ett etiskt perspektiv med stöd i Rawls och Nozicks teorier om rättvisa.

När man studerar den offentliga debatten om svensk spel- och bettingreklam ur ett moralfilosofiskt perspektiv framträder en relativt samstämmig uppfattning bland debattörerna. Majoriteten av de argument och ståndpunkter som framförs bär spår av John Rawls moralfilosofi. Resonemangen präglas av föreställningen att samhällets institutioner bör utformas för att prioritera och skydda de mest utsatta, och det är denna grundläggande tanke - att rättvisa är en fråga om vilka principer rationellt tänkande individer skulle enas om utan att känna till sin egen sociala position - som ligger bakom en stor del av argumentationen.

Bakom många debattinlägg anas nämligen en mentalitet i Rawls anda, där resonemangen utgår från att samhällsmedborgare har en skyldighet att utforma spelmarknaden som om de inte visste ifall de själva skulle vara spelare i riskzon, minderåriga med låg impuls kontroll, spelmissbrukare, eller anhöriga till någon som begått självmord på grund av spelskulder. Flera av artiklarna skildrar just sådana erfarenheter: det handlar om Alexander som försökte vinna tillbaka 600 000 kronor och hamnade i djup depression, om Urban som samtidigt led av alkoholism, och om Jenny som spelade för att fly ångest och verklighetsförankring. Dessa berättelser fungerar därmed som etiska vittnesmål som bekräftar Rawls maximinprincip i praktiken. Det är särskilt de mest allvarliga konsekvenserna - självmord, psykisk ohälsa och ekonomisk kris - som oroar debbatörerna, och det är just dessa risker som ofta lyfts fram när reklamens etiska legitimitet ifrågasätts.

Enligt Rawls måste alltså varje rationell samhällsmedborgare bakom "okunnighetens slöja" föreställa sig dessa öden som potentiellt egna. Enligt denna logik går det inte att rättfärdiga en marknadsstruktur där spelreklam riskerar riktas till individer som befinner sig i en utsatt position. När Azadeh Rojhan fördömer att lagförslag som syftar till att begränsa barns reklam exponering röstas ned, och när Anna Söderpalm Gordh varnar för ungas digitala spelvanor i kombination med psykisk sårbarhet, anförs inte enbart ett folkhälsomässigt argument, utan också en moralfilosofisk ståndpunkt om att samhället brister i sitt institutionella ansvar att skydda de mest sårbara. Just dessa uppfattningar - att rättvisa kräver

att samhället skyddar de mest utsatta genom att fördela risk mer jämlikt - är den återkommande röda tråd som löper genom flera av debattartiklarna.

I relation till intressentmodellen framstår konsumenten - och i synnerhet den spelberoende - som den typiska beroende intressenten med låg makt, hög legitimitet och hög angelägenhet. Dessa individer har ingen reell kapacitet att påverka reklamklimatet, men deras intressen är både legitima (de befinner sig i ett samhälle där marknaden ska vara reglerad) och brådskande (deras liv, hälsa och sociala välbefinnande står på spel). Enligt Rawls rättvisepprinciper ska just sådana grupper prioriteras, då maktlösa intressenter är beroende av att staten genom lagstiftning tar ansvar för att säkerställa att deras behov tillgodoses. Debattens bild av dessa individer som hjälplösa stödjer denna etiska ståndpunkt - reklamen kritiserar för att utöka befintliga orättvisor.

Samtidigt visar debatten att det institutionella ansvarstagandet är långt ifrån konsekvent. Exempelvis kritiserar Rolf Waltersson Eskilstuna kommun för att både erbjuda behandling mot spelberoende och upplåta reklamtyor till spelbolag, medan SVT framhäver hur vårdssystemet misslyckades med att hjälpa Adam, som återföll i beroende efter avslutad behandling. Här aktualiseras en annan aspekt av Rawls rättviseteori, nämligen att rättvisa måste förverkligas i praktiken genom institutionella arrangemang. Det är alltså inte tillräckligt att individen har rättigheter på pappret - de måste också skyddas i praktiken. Det faktum att myndigheter såsom Spelinspektionen har visat bristande tillsyn, trots att lagen kräver måttfullhet och hänsyn, understryker det bristfälliga institutionella ansvarstagandet, som enligt Rawls är oacceptabelt. Spelinspektionen och andra tillsynsmyndigheter står alltså i ett komplext maktförhållande. Å ena sidan är de legitima och ansvarsbärande aktörer med verktyg att påverka. Å andra sidan har deras nuvarande metoder ifrågasatts både från spelbolag och konsumenthåll, vilket i längden riskerar urholka deras kategorisering som definitiv intressent.

I kontrast till dessa Rawls-förenliga ståndpunkter står spelbolagen själva, särskilt de licensierade. I debatten intar de ofta rollen som försvarare av marknadsfriheten och kanaliseringsprincipen, det vill säga idén att reklamen i själva verket leder spelare bort från olicensierade och potentiellt farliga aktörer. Att acceptera viss skada för att uppnå en större samhällsnytta är däremot något Rawls uttryckligen tar avstånd från, eftersom det kan innebära att de sämst ställdas situation offras för den kollektiva nyttan. De licensierade

spelbolagen framställs i intressentmodellens termer som dominanta intressenter. Deras angelägenhet ifrågasätts ofta i debatten från konsumenthåll, särskilt när deras reklam riskerar att riktas till unga eller spelberoende. Från ett Rawls-perspektiv är denna intressentposition illavarslande, då den visar att makt och marknadsrättigheter kan gå före etiska förpliktelser - något som hans rättvisepprinciper är tänkta att motverka.

Även om den offentliga debatten om spel- och bettingreklam till största delen präglas av ett rättviseperspektiv med starka drag av Rawls moralfilosofi, förekommer också ett mindre antal röster som uttrycker argument i linje med Robert Nozicks libertarianska teori om rättvisa. Dessa syns främst i uttalanden från branschföreträdare, särskilt Gustaf Hoffstedt från Branschföreningen för Onlinespel (BOS), där huvudargumentet ofta kretsar kring vikten av att upprätthålla en hög kanaliseringsgrad. Argumentationen bygger på uppfattningen att det är konsumenterna som bär ansvar för sina handlingar, och att spelbolagens uppgift inte är att skydda människor från sina egna beslut, utan att agera inom det regelverk staten har konstruerat. Den liberala sidan av debatten betraktar således inte reklamen som ett hot mot sårbara grupper, utan som ett verktyg för att säkerställa att dessa grupper i första hand exponeras för legala alternativ, snarare än för olicensierade och potentiellt farliga aktörer. Hoffstedt är inne på denna linje när han hävdar att spelreklam för licensierade bolag är nödvändig för att dessa bolag ska hamna "top of mind" hos konsumenterna. Tillsammans med Sanandaji lyfter han även fram att reklamen bidrar till att licensierade spelbolag årligen genererar betydande skatteintäkter.

I samma liberala linje finns även argument som rör allmännyttiga föreningar, där det särskilt uppmärksammas att idrottsrörelsen är beroende av sponsringsintäkter från de licensierade spelbolagen. Håkan Sjöstrand och Johan Stark, som i debatten agerar idrottsrörelsens företrädare, gör gällande att begränsningar i spelreklamen riskerar försvaga föreningslivets ekonomiska förutsättningar - ett resonemang som överensstämmer med Nozicks värnande om avtalsfrihet och frivilliga utbyten mellan parter.

6. Avslutning

I följande kapitel presenteras studiens slutsatser och en fördjupad diskussion utifrån den etiska analys som genomförts av debatten om svensk spel- och bettingreklam. Syftet är att besvara studiens frågeställning samt att föreslå möjliga inriktningar som kan vara intressanta för framtida forskning inom området.

6.1 Slutsatser och diskussion

Studien har visat att debatten om spel- och bettingreklam i Sverige präglas av djupa värdekonflikter mellan intressenternas skilda behov och positioner. Genom tillämpningen av Rawls och Nozicks moralfilosofiska teorier framkommer två motstridiga rättviseuppfattningar: å ena sidan en kollektivistisk vilja att skydda utsatta grupper, och å andra sidan ett individualistiskt försvar av företagets frihet och marknadens självständighet.

I ljuset av Rawls teori om rättvisa synliggörs en etisk brist i det nuvarande reklamsystemet. Särskilt konsumenter med spelberoende, och i förlängningen deras anhöriga, utgör en typisk "sämst ställd" grupp som enligt maximinprincipen bör prioriteras. Att deras skydd är bristfälligt i praktiken, trots lagstiftningens intentioner, väcker frågor om lagens tillämpning snarare än dess existens. Här visar sig Rawls idé om okunnighetens slöja användbarhet: få skulle troligtvis acceptera nuvarande ordning om man riskerade att själv befinna sig i den mest utsatta positionen.

Samtidigt tydliggörs genom Nozicks teori om procedurrättvisa en annan moralisk infallsvinkel, där individens fria val och företagets rätt till vinster genom frivilliga transaktioner är centrala. Spelreklamen framställs där som ett uttryck för marknadsfrihet, snarare än som ett problem. Från detta perspektiv blir reglering av reklamen en form av otillbörlig inblandning i legitima utbyten. Detta synsätt verkar särskilt ha genomslag i argumentationen från licensierade bolag, som ofta betonar sin laglighet, samhällsnytta och roll i att motverka den olicensierade marknaden. Argumentationen om kanaliseringsprincipen är här central: spelreklam anses bidra till att spelare söker sig till lagliga och reglerade alternativ, vilket i förlängningen skyddar både konsument och samhälle.

Ett närliggande argument är det som framförs av allmännyttiga föreningar, såsom idrottsrörelsen. Dessa föreningar betonar att sponsring från spelbolag är avgörande för deras

verksamhet, som ofta omfattar viktiga samhällsfunktioner såsom folkhälsofrämjande aktiviteter och integration. Här framstår spelreklam som en nödvändig finansieringskälla för samhällsnyttiga ändamål, vilket från ett nozickianskt perspektiv stärker legitimiteten i de frivilliga utbyten som spelreklamen möjliggör. Men ur ett rawlsianskt synsätt kvarstår problemet: att samhällets utsatta betalar det högsta priset för att finansiera strukturer som visserligen är nyttiga, men som i sin tur riskerar att normalisera en verksamhet som är skadlig för vissa.

Diskussionen aktualiserar därmed en mer grundläggande konflikt mellan två rättvisefilosofiska synsätt - en konflikt som speglar den större samhällsdebatten om individens frihet kontra statens ansvar att skydda sårbara grupper.

Faktum är att de moralfilosofiska teorier som använts i denna studie - John Rawls maximinprincip och Robert Nozicks procedurrättvisa - inte bara speglar olika etiska bedömningsgrunder, utan också djupgående politiska ideologier. I förlängningen kan dessa teorier förstås som filosofiska motsvarigheter till vad som ofta betraktas som klassisk vänster- respektive högerpolitik. Rawls tanke om att samhällsinstitutioner ska konstrueras bakom en "okunnighetens slöja" sammanfaller med socialliberala eller socialdemokratiska ideal om fördelningspolitik, där fokus ligger på jämlikhet, skydd för de svagaste och kompensatoriska strukturer. Nozicks betoning på individens okränkbara rätt att behålla resultatet av sina frivilliga transaktioner är däremot förenligt med ett mer libertarianskt eller nyliberalt synsätt, där fria marknader, frihet från tvång och äganderätt utgör samhällets moraliska kärna.

Att spel- och bettingreklamen väcker just denna politisk-filosofiska konflikt blir tydligt när man ser närmare på hur individens valfrihet tolkas. Nozick utgår från antagandet att individer är rationella aktörer med förmåga att fatta informerade beslut. Ur detta perspektiv är det moraliskt godtagbart att en person frivilligt väljer att lägga pengar på spel och betting, även om det sannolikt kommer att leda till negativa konsekvenser. I detta ljus blir spelreklam inte ett hot, utan en förutsättning för att konsumenterna ska kunna välja mellan olika lagliga alternativ. Det är denna idé som kanaliseringens argumentet vilar på - att genom reglerad reklam erbjuda ett alternativ till "grå" marknader, och därigenom främja en mer kontrollerad spelkonsumtion.

Ett potentiellt problem uppstår dock när detta nozickianska antagande möter verkligheten. Spelberoende är nämligen inte ett livsstilsval utan en erkänd beroendesjukdom, med förlust av impuls kontroll som centralt kännetecken. Enligt denna förståelse förlorar individen i praktiken sin kapacitet till rationellt beslutsfattande, vilket underminerar förutsättningarna för det frivilliga samtycke som Nozicks teori vilar på. Att hävda att individen fullt ut bär ansvaret för sina handlingar i ett beroendetillstånd blir därför moraliskt problematiskt. Det är exempelvis svårt att föreställa sig att en beroendesjuk individ "väljer" att spela på samma sätt som en frisk person väljer mellan två varor i en livsmedelsbutik.

Här erbjuder Rawls teori ett mer anpassningsbart förhållningssätt. Genom maximinprincipen får samhällsstrukturer sitt moraliska värde utifrån hur de påverkar de sämst ställda. Den beroendesjuka spelaren, som varken agerar fritt eller rationellt, blir enligt detta synsätt en individ vars intressen måste väga tyngre i utformningen av reklamlagstiftning. I denna logik är det inte bara önskvärt, utan nödvändigt, att reglera spelreklam med hänsyn till dess påverkan på just dessa individer.

Detta etiska resonemang får ytterligare djup när Rawls och Nozick sätts i relation till intressentmodellen. Rawls moralteori kan här fungera som ett vägledande verktyg för att rangordna intressenternas anspråk baserat på deras behov och sårbarhet, snarare än deras makt. Intressentmodellen identifierar i denna studie snarare vilka som påverkar och påverkas i ett system, men lämnar öppet vilkas krav som bör väga tyngst. Därför kan Rawls sägas tillföra en ytterligare dimension till modellen, där exempelvis konsumenter med spelberoende prioriteras trots sin begränsade maktposition. Nozick erbjuder i sin tur en tydlig kontrast: för honom är det just frånvaron av tvång, oavsett aktörens kapacitet eller sårbarhet, som legitimerar utfallet. Detta gynnar i praktiken dominant intressenter, såsom de licensierade spelbolagen, eftersom deras position kan försvaras med hänvisning till frihet snarare än ansvar.

Sammantaget uppstår därmed en tydlig asymmetri mellan resursstarka aktörer som formulerar villkoren för reklamen och de individer som har minst möjlighet att skydda sig mot den och dess påverkan. Denna maktasymmetri förstärks ytterligare av det faktum att det inte kan uteslutas att spelreklam riktas till individer som inte är fullt kapabla att stå emot dess budskap, särskilt i digitala miljöer. Reklamen talar till den beroende, men försvaras i termer som förutsätter oberoende. Detta visar att rättvisa inte bara handlar om att fördela resurser,

utan också om att skydda människor från exploatering och destruktiva beteenden som de själva har svårt att kontrollera.

Mot bakgrund av ovanstående kan studiens frågeställning - hur kan svensk spel- och bettingreklam förstås ur ett etiskt perspektiv genom en analys av den offentliga debatten? - besvaras med att reklamens etiska legitimitet i hög grad beror på vilken moralfilosofisk utgångspunkt som appliceras. Både Rawls och Nozick erbjuder teoretiska ramar som återfinns i debatten. Rawls teori leder till en kritisk hållning mot spelreklamens påverkan på utsatta grupper, medan Nozick ger argument för att spelreklamens existens kan motiveras genom frivilliga och lagliga utbyten, särskilt när dessa även genererar samhällsnytta. Vad som emellertid är viktigt att komma ihåg är att personer med spelberoende inte kan betraktas som fullt rationella individer, vilket gör att det ligger närmare till hands att bedöma svensk spel- och bettingreklam som oetisk snarare än etisk, särskilt med hänsyn till den Rawls-inspirerade retorik som dominerar i debatten.

Som redovisats bidrar studien till forskningsfältet kring spel- och bettingreklam framför allt genom att, till skillnad från tidigare studier som främst fokuserat på reklamens effekter eller innehåll, lyfta fram dess normativa och etiska dimension. Genom att tillämpa moralfilosofiska teorier i kombination med intressentmodellen erbjuder studien en fördjupad förståelse för hur olika aktörer positionerar sig, hur reklamens etiska legitimitet motiveras och ifrågasätts, samt vilka värderingar som dominerar i debatten.

Det som i slutändan är särskilt viktigt att understryka är behovet av källkritisk vaksamhet i tolkningen av det material som denna studie baserats på. Eftersom debatten om spel- och bettingreklam i hög grad förs i mediernas opinionssidor och via intressentdrivna aktörer, är det sällan som analyserna bygger på neutrala eller värderingsfria åsikter. Tvärtom präglas många inlägg i debatten av underliggande politiska ståndpunkter eller egenintressen, något som ställer krav på läsaren att granska argumentens ursprung och syften. Det är därför avgörande att reflektera över vilka motiv som ligger bakom de påståenden som framförs i debattartiklarna. Exempelvis framträder ledmotiven bakom Gustaf Hoffstedts - generalsekreterare för Branschföreningen för Onlinespel (BOS) - synpunkter i debatten med stor tydlighet, då argumentationen i huvudsak rör frihet och konkurrens, medan konsumentskyddet tenderar att hamna i skymundan. Mot denna bakgrund är det angeläget att

inte bara väga argumenten mot varandra, utan också att relatera dem till de etiska och politiska teorier som präglar synen på rättvisa, ansvar och marknadsfrihet.

6.2 Framtida forskning

Mot bakgrund av vad studien kommit fram till framstår flera områden som särskilt angelägna för vidare forskning. En central aspekt rör det rättsliga begreppet "måttfullhet" i marknadsföring av spel - ett krav som för närvarande lämnar utrymme för olika tolkningar. Även om spellagen tydligt föreskriver att spelreklam ska vara måttfull, saknas fortfarande vägledande praxis från högst dömande instans om var gränsen faktiskt går. Framtida studier skulle därför kunna undersöka hur begreppet måttfullhet tolkas och tillämpas i domstol, samt i vilken mån det ger ett reellt skydd för särskilt sårbara grupper, såsom unga och spelberoende.

Det skulle också vara relevant att undersöka hur digital marknadsföring, till exempel riktad reklam via algoritmer och sociala medier, påverkar människors vilja att spela. Eftersom tekniken utvecklas snabbare än lagstiftningen, kan framtida forskning med fördel fokusera på var gränsen går mellan företagens marknadsföringsmässiga frihet och deras etiska ansvar i digitala miljöer.

Slutligen hade det varit intressant att i större utsträckning jämföra den svenska regleringen och debatten med andra EU-jurisdiktioner. På så vis kan framtida forskning bidra till en mer nyanserad förståelse av vilka juridiska och normativa modeller som bäst balanserar konsumentskydd, marknadsfrihet och folkhälsa.

Käll- och litteraturförteckning

Litteratur:

Bergh, A. & Jakobsson, N. (2022). Modern mikroekonomi: marknad, politik och välfärd. (Femte upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Binde, P. (2014). *Gambling Advertising: A Critical Research Review*. London: The Responsible Gambling Trust.

Binde, P., & Romild, U. (2019). Self-reported negative influence of gambling advertising in a Swedish population-based sample. *Journal of gambling studies*, 35, 709-724.

Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. (Upplaga 3). Stockholm: Liber.

Gainsbury, S. M., Delfabbro, P., King, D. L., & Hing, N. (2016). An exploratory study of gambling operators' use of social media and the latent messages conveyed. *Journal of Gambling Studies*, 32(1), 125-141.

Hing, N., Russell, A. M. T., Lamont, M., & Vitartas, P. (2017). Bet anywhere, anytime: An analysis of Internet sports bettors' responses to gambling promotions during sports broadcasts by problem gambling severity. *Journal of Gambling Studies*, 33, 1051-1065.

Hing, N., Russell, A. M., Thomas, A., & Jenkinson, R. (2019). Wagering advertisements and inducements: Exposure and perceived influence on betting behaviour. *Journal of gambling studies*, 35(3), 793-811.

Johnston, M. A., & Bourgeois, L. R. (2015). Third-person perceptions of gambling sponsorship advertising. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 5(5), 413-434.

- Kroon, Å. (2020). Converting gambling to philanthropy and acts of patriotism: The case of “The world’s most Swedish gambling company”. *Discourse, Context & Media*, 34, 100381.
- Lennerfors, T. T., & Sköld, D. (2009). The metastases of winning: Svenska Spel advertisements through the lens of a Žižeko–Lacanian critique of ideology. *Culture and Organization*, 15(3-4), 347-360.
- Lopez-Gonzalez, H., Estévez, A., & Griffiths, M. D. (2018). Controlling the illusion of control: A grounded theory of sports betting advertising in the UK. *International Gambling Studies*, 18(1), 39-55.
- McMullan, J. L., & Kervin, M. (2012). Selling Internet gambling: Advertising, new media and the content of poker promotion. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, 622-645.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of management review*, 22(4), 853-886.
- Nozick, R. (1974). *Anarki, stat och utopi*. Svensk översättning: Margareta Eklöf (2019). Upplaga 5, Stockholm: Timbro Förlag.
- Parke, A., Harris, A., Parke, J., Rigbye, J., & Blaszczynski, A. (2014). Responsible marketing and advertising in gambling: A critical review. *The journal of gambling business and economics*, 8(3), 21-35.
- Pedroni, M. (2018). “Let Me Dream with the Betting Sheet in My Hand”: Gambling Advertising Narratives and the Destigmatisation of Gamblers. *At the Interface/Probing the Boundaries*, 104.
- Rawls, J. (1971). *En teori om rättvisa*. Svensk översättning: Annika Persson (1996). Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.

Elektroniska källor:

ATG (2024). *Olicensierat spel: En analys av webbtrafik till olicensierade spelsajter, Q1 2024*.

<https://omatg.se/wp-content/uploads/2024/06/atg-rapport-kanalisering-q1-2024.pdf>

[Hämtad 2025-04-08].

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (2023). *CAN:s nationella skolundersökning 2023*.

<https://www.can.se/app/uploads/2023/12/can-rapport-223-cans-nationella-skolundersokning-2023.pdf> [Hämtad 2025-05-13].

Egels, Niklas (2003). Intressentmodellen - En värld full av missförstånd och tolkningar. *Ethos: Journal of the Society for Psychological Anthropology*, Issue 3: 46-47.

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/9837/gupea_2077_9837_-1.pdf?sequence=2&isAllowed=y [Hämtad 2025-05-14].

Folkhälsomyndigheten (2024a). *Lootlådor och andra inslag i dataspel läggs in i speluppdrag*.

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/nyhetsarkiv/2024/lootlador-och-andra-inslag-i-dataspel-laggs-in-i-speluppdrag/> [Hämtad 2025-04-07].

Folkhälsomyndigheten (2024b). *Spelreglering*.

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/om-spelproblem/spelreglering/#>

[Hämtad 2025-04-07].

Folkhälsomyndigheten. (2023). *Tabellsammanställning för Swelogs prevalensundersökning 2021: Tabeller och korta sammanfattningar från Swelogs befolkningsundersökning 2021 om spel om pengar, problemspelande och hälsa*.

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/f2e84c88da31465e94b1b94357d5b703/tabellsammanstallning-swelogs-prevalensundersokning-2021.pdf> [Hämtad 2025-05-19].

Funck, E. K., & Karlsson, T. S. (2021). *Handbok för systematiska litteratur- och dokumentstudier inom samhällsvetenskapen*. Göteborg: Förvaltningshögskolan, Göteborgs universitet. <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/67445> [Hämtad 2025-05-23].

Gunter, B. (2019). *Gambling Advertising: Nature, Effects and Regulation*. Emerald. <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781787699236> [Hämtad 2025-05-20].

Riksrevisionen. (2024). *Spelinspektionens tillsyn över spelmarknaden*. https://www.riksrevisionen.se/download/18.403f39de192bd4311311742/1729873402744/RiR_2024_19_rapport.pdf [Hämtad 2025-05-13].

Spelinspektionen. (2024) *Den offentliga kontrollen över spelmarknaden*. https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/informationsdokument/redovisning-a-v-uppdrag-fi2023_03130----den-offentliga-kontrollen-over-spelmarknaden.pdf [Hämtad 2025-04-07].

Spelinspektionen. (2023). *Allt fler 19-åriga män stänger av sig via Spelpaus.se*. <https://www.spelinspektionen.se/om-oss/statistik/statistiknytt/allt-fler-19-ariga-man-stanger-a-v-sig-via-spelpaus.se/> [Hämtad 2025-04-22].

Statskontoret. (2019). *Utvärdering av omregleringen av spelmarknaden, Delrapport 2, Spelmarknaden före omregleringen*. <https://www.statskontoret.se/siteassets/rapporter-pdf/2019/2019-6.pdf> [Hämtad 2025-05-13].

Widinghoff, C., & Håkansson, A. (14 november 2018). *Spelberoende är en högaktuell diagnos*. Läkartidningen. <https://lakartidningen.se/klinik-och-vetenskap-1/artiklar-1/klinisk-oversikt/2018/11/spelberoe-nde-ar-en-hogaktuell-diagnos/> [Hämtad 2025-05-13].

Bilagor

<u>Skribent</u>	<u>Publikation</u>	<u>Titel</u>	<u>Datum</u>	<u>Länk</u>
Lina Norman	Göteborgs-Posten	Thereses man hade hemliga skulder - tog sitt liv	2025-03-28	Göteborgs-Posten
Roger Wallenius	Gefle Dagblad	“Jag blev ett vrak av min livsstil”	2025-03-25	Gefle Dagblad
Jan Söderström	Aktuellt i politiken	Minskad granskning av riskfyllda spel	2025-03-14	Aktuellt i politiken
Hannah Andersson	Hallands nyheter	Misstanken: Kvinna lurade bolag på nära fyra miljoner	2025-03-10	Hallands nyheter
Fredrik Thambert	Dagens Nyheter	Så gick “fattiga farsan” från skuldsatt till ekonomiskt fri	2025-03-07	Dagens Nyheter
Alva Collin	SVT Nyheter	Adam är spelberoende - begår brott för att ha råd att spela	2025a-02-17	SVT Nyheter
Alva Collin	SVT Nyheter	SVT förklarar: Så behandlas folk med spelberoende	2025b-02-17	SVT Nyheter
Allan Erdman	Socionomen	“Samhället sviker unga med spelberoende”	2025-02-12	Socionomen
Magnus Johansson	Norrköpings tidningar	Ökning av sökande som vill ha hjälp att sluta spela	2025-01-28	Norrköpings tidningar

Johanna Spogardh	Kristianstadsbladet	Jenny har inte råd med julklappar till sina barn	2024-12-19	Kristianstadsbladet
Henning Eklund	Svenska Dagbladet	Fastnade i spelmissbruk – hade 80 000 på en hand	2024-11-08	Svenska Dagbladet
Towe Boström	Dagens Nyheter	Spelinspektionen får kritik för bristande kontroller	2024-10-22	Dagens Nyheter
TT	Svenska Dagbladet	Kritiken: Dålig kontroll av spelmarknaden	2024-10-22	Svenska Dagbladet
Hugo Ewald	Dagens Nyheter	Så rundar nätkasinet svenska spellagen: “Galet att banker inte kan upptäcka sånt här”	2024-10-12	Dagens Nyheter
Nahritha Al-khameesi	Dagens Nyheter	Johan spelade bort en halv miljon på en månad	2024-08-16	Dagens Nyheter
Hans Strandberg	Dagens Nyheter	Livekasinet på nätet vinstmaskiner för Evolution	2024-07-11	Dagens Nyheter
Huvudledare	Sydsvenskan	Fotboll är kul – även utan pengar på spel	2024-07-07	Sydsvenskan
Markus Botsjö	Svenska Dagbladet	Fler söker hjälp för spelproblem under EM	2024-06-30	Svenska Dagbladet
Björn N	Göteborgs-Posten	Förbjud spelreklam i Sverige	2024-06-15	Göteborgs-Posten

Niklas Svahn & Tobias Österberg	Göteborgs-Posten	Aggressiv spelreklam ska stoppas med ny lag	2024-06-12	Göteborgs-Posten
Rolf Waltersson	Eskilstuna-Kuriren	Insändare: Den mördande reklamen kostar människoliv	2024-06-08	Eskilstuna-Kuriren
Jens Littorin	Dagens Nyheter	Olicensierade nätkasinon lockar allt fler svenska spelare	2024a-06-07	Dagens Nyheter
Rebecca Forsgren Malmström	Vimmerby Tidning	Simon, 31, om kampen mot speldjävulen	2024-06-02	Vimmerby Tidning
Helena Sjödin Öberg	Dagens Nyheter	Beroendet minskar om spelbolaget tar kontakt	2024-05-18	Dagens Nyheter
Jens Littorin	Dagens Nyheter	Stoppade sig själva för spel – blev måltavla för kasinoreklam	2024b-04-28	Dagens Nyheter
Gustaf Hoffstedt	Expressen	Ingen gillar spelreklam – men den är faktiskt viktig	2024-02-06	Expressen
Anna Söderpalm Gordh	Göteborgs-Posten	Låt inte våra ungdomar starta vuxenlivet med stora spelskulder	2023-12-13	Göteborgs-Posten

Lucas Werdelin	Fotbollskanalen	Efter het debatt - IFK Göteborg ska ta ställning mot spelreklam	2023-03-13	Fotbollskanalen
Nellie Pilsetnek	Resumé	Kulturskottets beslut: Inga skärpta regler kring spelreklam som riktas mot barn och unga	2022-11-17	Resumé
Patrik Hofbauer, Hasse Lord Skarplöth & Henrik Tjärnström	Dagens Nyheter	“Våra spelbolag ska öppet redovisa tal för riskspelande”	2022-10-25	Dagens Nyheter
Gustaf Hoffstedt & Nima Sanandaji	Vimmerby Tidning	Villkoren måste förbättras för lagliga spelföretag	2022-05-03	Vimmerby Tidning
Fredrik Lindstrand	Sydsvenskan	De vill att MFF slutar samarbeta med spelbolag: ”Symbolisk markering”	2022-03-04	Sydsvenskan
Emmeli Wulfstrand, Annakari Berglund & Kaare Andersson	Borlänge Tidning	Förbjud reklam för nätkasinon – nödvändigt med hårdare regler	2022-02-26	Borlänge Tidning
Julius Viktorsson	Sydsvenskan	Bråk om pengar – försökte döda sin bästa vän med slägga	2021-12-29	Sydsvenskan
Håkan Sjöstrand & Johan Stark	Aftonbladet	Stoppet för spelbolag slår hårt mot idrotten	2021-11-15	Aftonbladet

Daniel Harre	Aftonbladet	Självklart att skärpa reglerna för spelreklam	2021-10-07	Aftonbladet
Henning Eklund	Svenska Dagbladet	Kasinobolagen rasar – speltaket tas inte bort	2021-09-10	Svenska Dagbladet
Anna-Karin Nils Andersson	Göteborgs-Posten	Spelforskaren: Färre spelare för mer pengar	2021-07-26	Göteborgs-Posten
Max Karlsson	Aftonbladet	Fulcasinon online – en kapitalistisk pestsmitta	2021-06-01	Aftonbladet
Jan Almgren & Johan Carlström	Svenska Dagbladet	“En perfekt julklapp till piratbolag utan licens”	2020-12-14	Svenska Dagbladet
Henning Eklund	Svenska Dagbladet	TU: “Reklamförbud inskränker yttrandefriheten”	2020-12-14	Svenska Dagbladet
Cecilia Oscarsson	Göteborgs-Posten	Så påverkas ditt barn av datorspel och annat spelande	2020-10-31	Göteborgs-Posten
TT	Borås Tidning	Risk för ökat spelberoende efter pandemin	2020-10-17	Borås Tidning
Gustaf Hoffstedt & Nima Sanandaji	Västerviks-Tidningen	Straffa inte ansvarsfulla spelbolag	2020-09-29	Västerviks-Tidningen
Henrietta Serrate	Smålandsposten	Vi behöver färre spelare och mindre spelreklam	2020-08-05	Smålandsposten

Jens Littorin	Dagens Nyheter	“Det kändes som att jag hyllades för mitt missbruk”	2020-05-18	Dagens Nyheter
Kerstin Sjöden	Göteborgs-Posten	Jimmy Nilsson, ordförande i Spelberoendes förening i Göteborg: “Jag hoppas på ett förbud mot spelreklam”	2020-03-09	Göteborgs-Posten
TT	SVT Nyheter	Spelskatten blev storvinst för staten	2019-08-01	SVT Nyheter
TT	Dagens Nyheter	Spelproblemen ökar – kvinnor hårdast drabbade	2019-03-31	Dagens Nyheter
Gustaf Hoffstedt & Jenny Nilzon	Svenska Dagbladet	Spelbranschen: Så skapar vi en måttfull spelreklam	2019-03-27	Svenska Dagbladet

Bilaga 1: De 50 debattartiklar som analyserats i studien. Samliga artiklar inhämtades 2025-04-09.