

JOVA20

Essee

Erika

31.3.2017

## **Miten liki on liikaa?**

### **Journalismin ja yleisön suhteen muutos ja tulevaisuus**

Sekä akateemisissa että ammatillisissa keskusteluissa 2000-luvun alun ajankohtaisimmat kysymykset ovat liittyneet yleisön, median ja journalismin suhteeseen. Journalistiset toimijat ovat asettaneet kyseenalaisiksi journalististen tuotoksien eliitti- ja asiantuntijakeskeisyyden, ja näiden sijaan toimitukset ovat yleisöä kuuntelemalla pyrkineet luomaan läheisen suhteen edellä mainitun kanssa. (Hujanen 2009, 41.)

Tässä esseessä käsittelen journalismin ja yleisön muuttunutta suhdetta. Taustakysymyksinä kirjoitusprosessissa olen käyttänyt kysymyksiä, kuten miten yleisön rooli suhteessa journalismiin on muuttunut, mitkä tekijät ovat vauhdittaneet tai edesauttaneet muutosta, mitä muutokseen kytkeytyy ja millaisia tulevaisuuden näkymiä journalismin ja yleisön suhteella voisi olla. Pääajatuksenani ja tarkastelukulmanani on journalismin ja yleisön suhteen tulevaisuus, ja yleisön osallistuminen journalismin tekemiseen. Miten lähelle yleisö voi tulla journalistista tuotantoprosessia journalististen arvojen ja etiikan silti säilyen?

Aineistonani olen käyttänyt tieteellisiä ja journaaliartikkeleita, haastattelulitteraatteja ja näitä olen mahdollisuuksien mukaan pyrkinyt ryydittämään omilla esimerkeillä. Esseen lopussa teen aiheesta yhteenvetoa ja esitän omia pohdintojani.

Mielestäni aiheen, journalismin tulevaisuuden ja spesifimmin yleisösuhteen muutoksen, käsitteleminen on varsin kiinnostava teema. Kiinnostavaa siitä tekee se, että journalistiikan opiskelijana ja jo alalla hieman työskennelleenä olen toisaalta niin sanotusti janan toisessa päässä. Mutta taas siviilissä ja jopa kärjistettynä tahtomattankin ympäröivässä yhteisössä ja maailmassa olen myös janan vastakkaisessa päässä, nimittäin yleisön roolissa. Tasapainottelu näiden kahden

roolin välillä on kiinnostavaa, ja juuri tämä kaksoisroolitus tekee varsinkin yleisösuhteen tarkastelun kiinnostavaksi.

### **Ei enää vain yksisuuntaista portinvartijuutta**

Aiemmin journalismin päätehtävää on kuvattu käsitteellä "portinvartija", joka tarkoittaa journalismin tehtävää asettaa agenda ja päättää siitä, mitä yleisön tuli tietää. (Domingo etc. 2008, 327). Voisi siis hahmotella, että yleisö nähtiin aiemmin passiivisena vastaanottajana. Tästä asetelmasta on kuitenkin liikuttu suuntaan, jossa yleisön rooli on muuttunut passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseksi kuluttajaksi (esim. Pietilä 2007.)

Journalismin yleisösuhteen muutoksen yhdeksi syyksi voisi siis hahmotella journalismin muutoksen kohti liiketaloudellista toimintaa. Liiketoiminnan ehdot määrittävät yhä enemmän journalismin tekemisen tapoja tavoitteena maksimoida myynti, mikä tarkoittaa pyrkimystä mahdollisimman suuriin levikki-, katsoja- ja ennen kaikkea ilmoitusmyyntilukuihin (Heinonen&Domingo 2011, 71). Sanomalehdistö ja muut perinteiset uutismediat ovat saaneet internetistä haastajan niin talouden, journalismin sisältöjen kuin yleisösuhteen saralla. Internetin mahdollisuudet tarjoavat uusia tapoja vuorovaikutukseen yleisön kanssa ja myös uusia mahdollisuuksia kansalaisjournalismiin. Internet julkaisualustana mahdollistaa myös julkaisemisen ja levittämisen kustannuksien leikkaantumisen kuin myös nopean julkaisemisen ja aineiston maailmanlaajuisen tavoitettavuuden. (Väliverronen 2011, 21.) Palaan kansalaisjournalismiin tämän esseen seuraavassa kappaleessa.

Sanomalehtien ja perinteisten uutismedioiden kohdalla tilanne on taloudellisesti ristiriitainen. Samalla, kun yhä suurempi osa journalistisesta sisällöstä tarjotaan ilmaiseksi verkossa vähentäen esimerkiksi lehtien tilaamista, niin esimerkiksi pärjätäkseen uutiskilpailussa ja ylläpitääkseen yleisösuhdettaan tämä toiminta on kuitenkin pakollista. (Väliverronen 2011, 21.) Esimerkiksi yhdestä hyödyntämästäni haastattelulitteraatista käy ilmi, että kyseisellä lehdellä on niin sanottu maksumuuri internetissä, eikä haastateltava usko, että siitä ollaan luopumassa.

Yhteiskuntatieteilijä Craig Calhoun (Väliverronen 2011, 15) esittää sanomalehtien olevan entistä ilmeisemmin taloudellisessa kriisissä mainostulojen vähentyessä, lukijamäärien pienentyessä ja

toimituksia supistettaessa. Käräjäksi tässä joutuvat samalla julkisuus ja julkinen keskustelu luotettavien ja kriittisten uutismedioiden estyessä tehtäviensä kunnollisessa hoitamisessa. Sanomalehdet eivät enää mediatutkija Tom Gitlinin mukaan pärjää yleisön ja julkisen huomion kilpailussa. Uutisten ilmaisuus ja mainonnan verkkoon siirtyminen murentavat sanomalehden taloudellisen pohjan. (Väliverronen 2011, 15.)

## **Kansalaisjournalismi ja journalistin työ**

Heikkilä & Kunelius (Ridell 2004, 16) esittävät, että kansalaisjournalismi näkee julkisuuden tilaksi, jossa "käydään julkista keskustelua". Tämä poikkeaa ajatuksesta nähdä journalismi tilana, kuin "tyhjänä torina", jossa julkiset viestintätapahtumat pääsevät julkisuuteen. Kansalaisjournalismissa toimittajan asema ja haasteellinen tehtävä nähdään toimia keskustelun "virittäjänä, järjestäjänä ja esittäjänä", jonka lisäksi toimittajan kontolle nähdään jäävän myös keskustelun jatkuminen ja laadullinen kehittyminen. (Ridell 2004, 16).

Mikäli internetin ilmaiset tai ainakin edulliset alustat tarjoavat ammattimaiselle journalismille laajan yleisön tavoittavan kanavan, niin samaa mahdollisuutta se tarjoaa myös kansalaisille. Periaatteessa kuka tahansa voi tänä päivänä perustaa blogin vailla kustannuksia, ja jatkaa blogin sisällön jakamista sosiaalisen median palveluissa, kuten Facebookissa tai Twitterissä. Tai sitä vastoin henkilön on mahdollista perustaa vaikkapa ainoastaan tili sosiaaliseen mediaan, jonka agendaksi henkilö asettaa vaikkapa uutisoinnin ja mielipidetekstien kirjoittamisen. Sosiaalisen median palveluista ainakin Facebook ja Instagram tarjoavat nykyään mahdollisuutta myös niin sanottuihin suoriin lähetyksiin. Internettiin on myös mahdollista perustaa verkkosivu, vaikka uutisointia varten, ja koodaamalla sivustoista on mahdollista luoda niin sanottu ammattimaismedian näköinen eivätkä suorat verkkodomainitkaan käsitykseni mukaan maksa kovin paljoa.

Vaikka journalistiksi tulossa ei tarvitse kulkea akateemisen koulutuksen polkua eikä ammattia harjoittaakseen vaadita tiettyjä pätevyysvaatimuksia, on journalistisessa työssä näkyvissä professionaisuuden piirteitä. Nämä ovat korkea järjestäytymisaste, Journalistin ohjeet alan toimijoiden ammattieettisinä ohjeina ja työuran pysyvyys. Ensimmäiseksi mainituista syistä, koulutuksen ja alalle pääsemisen vaatimuksien puuttuessa, journalismi on siksi oikeammin

semiprofessio. (Kolari 2011, 165.)

Heinosen ja Domingon (2011, 78) mukaan kansalaisbloggaajien tuottamat sisällöt pikemmin täydentävät perinteisen median sisältöjen kenttää, eikä kansalaisbloggaajia voida nimittää journalisteiksi. Asiantuntija- ja silminnäkijäblogeja ovat myös monet journalistit ryhtyneet käyttämään uutisaiheiden lähteinä.

Kansalaisblogit palvelevat mediaa oivasti "uutisaiheiden ennakkovaroitusjärjestelmänä", kuten Heinonen ja Domingo asiaa kuvailevat. (2011, 78). Internet nopeana levityskanavana saa uutisaiheet nopeasti julki ja journalistien tavoitettaviksi. Journalisteilla taas on käytettävissään kapasiteettia jatkaa esimerkiksi aiheen seuraamista ja laajentamista. Toimittajilla on monesti pääsy niiden lähteiden äärelle, mihin rivikansalaisella ei. Lisäksi journalisti toimii uutistyössä journalismin eettisten koodien kehyksessä.

Yhteistyö yleisön kanssa voi poikia journalismille aiheita, joita toimittaja ei olisi itse esimerkiksi näkemässä tai edes tietoa. Iltapäivälehtien nettisivuilla "oletko paikalla, lähetä kuva" -tyyppiset tekstit ovat tuttuja. Parhaimmillaan yleisön ja journalismin yhteistyö on hedelmällistä ja myös läpinäkyvää. Toimituksilla on niin sanotusti kentällä enemmän silmäpareja jopa sellaisissa paikoissa, mihin toimittaja ei edes keksisi mennä tai sattuisi olemaan paikalla. Näin sisällöistä on mahdollista saada monipuolisempia ja samalla vuorovaikutus ja dialogi kansalaisten kanssa elää. Toisaalta tällaiseen trendiin toimittajia tarvitaan edelleen faktan tarkistukseen eikä kansalaisilta tulevaa materiaalia voi julkaista sellaisenaan.

Entä haastaako kansalaisjournalismi ja henkilökohtainen joukkotiedotus perinteisen ja professionaalisen journalismin asemaa tai luonnetta? Mielestäni ounastelen sellaista ilmapiiriä, että yleisö ainakin joiltain osin kyseenalaistaa median riippumattomuutta ja puolueettomuutta, ja näin kansan riveistä kumpuavat uutiset ja raportoinnit voivat saada enemmän uskottavuutta. Toimittajakunnan ja median ulkopuolelta tulevat "riippumattomat" havainnot, raportoinnit, uutiset tai kenties paljastuksetkin voivat saada tukea taakseen.

Totuutta ja faktojen kertomista pidetään yhtenä journalismin väkevimmistä arvoista ja kulmakivenä.

Journalistin työnä on tarkistaa faktat ja suhtautua informaatioon kriittisesti. Tänä päivänä sosiaalisessa mediassa näkee jonkin verran kansalaisten tarinoita esimerkiksi jostain kyseenalaisesta toiminnasta tai tapauksesta, joita he ovat olleet todistamassa. Näiden tarinoiden kommenttiosioissa toiset kansalaiset kehottavat kirjoittajaa ottamaan yhteyttä johonkin mediatahoon, jotta tapauksesta saataisiin julkinen juttu esimerkiksi valtaverkkomediaan. Tällaisissa tapauksissa journalistin tulee juttua kootessaan ja kirjoittaessaan kiinnittää huomiota siihen, miten tapahtunutta tilannetta kuvaillaan ja käsitellään. Vapaan toimittajan Janne Arolan (Journalisti 10.2.2017) kirjoittamassa narratiivisen journalismin faktuaalisuutta käsittelevässä jutussa Long Playn päätoimittaja Anu Silfverberg sanoo, että mikäli narratiivisia elementtejä keksitään, niin tämä toiminta ei aseta kyseenalaiseksi ainoastaan yksittäistä lehteä ja toimittajaa, vaan koko median.

### **Haastattelulitteraatit ja huoli ikääntymisestä**

Seuraavaksi tarkastelen haastattelulitteraattien valossa toimituksien ja toimittajien suhdetta yleisöön. Keskityn tässä kappaleessa tarkastelemaan ainoastaan litteraattien vastauksia kysymykseen tulevaisuuden yleisöstä. Aineistonani olen käyttänyt kolmea litteraattia. Olen valinnut litteraatit olettamalla ja päättelemällä, että kyseessä on suhteellisen samankaltaisen median edustajia.

Päällimmäisenä yhtäläisyyksenä haastattelulitteraateista yleisön suhteen nousi haastateltujen toimittajien huoli lehden tulevaisuuden yleisöstä. Esiin nousivat lukijakunnan ikä, ikääntyminen ja tulevaisuuden lukijat. Kaikissa litteraateissa mainittiin myös yleisön ikääntyminen ja sen suhteuttaminen printtilehteen. Yhdessä aineistossa kuitenkin toimittaja näkee tämän enemmänkin isompien lehtien kuin kyseisen lehden ongelmaksi.

Kiinnostavaa ylläesitetystä litteraattiotteesta on maininta niin sanotusta joka torppaan -kulttuurista. Toisaalta printtilehden lukijoiden ikääntymisestä ollaan huolissaan, mutta toisaalta lukijakuntaan juurtuneesta, ilmeisen mittavasti paikallisuuteen sidonnaisesta tekijästä johtuen vastaajalla on luottoa lehden jokseenkin vakiintuneeseen kulttuuriseen asemaan.

Haastateltavat keskittyvät problematisoimaan yleisön ikää ja ikääntymistä ja printti- ja nettilehtien

suhdetta, mutta sisällöt jäävät tässä pohdinnassa vaille problematisointia. Toisin sanoen vastauksissa keskitytään enemmänkin journalismin ilmestymismuotoon ja kanaviin, mutta ei sisältöihin ja sitä kautta journalistiseen funktioon vuorovaikutuksessa yleisöön. Paikallislehtien tavoiteyleisön kokiessa sukupolvenvaihdoksen toimituksissa voitaisiin tarkastella paitsi sisältöjen jakelukanavia ja muotoja, kuten vertailua printti- ja digitaalisen median tavoitavuuden välillä. Lisäksi tarkastelua voitaisiin tehdä sisältöjen osalta. Yhdessä litteraatissa paikallisuudesta kysyttäessä haastateltava ilmaisee, että paikallisuuden merkitys tulee tulevaisuudessa kasvamaan. Tämä siis kertoisi osaltaan sitä, että paikallisuus on mahdollista nähdä valttikortina journalismin tekemisessä. Tällöin kysymys ja problematisointi kääntyy sisältöihin.

### **Sosiaalinen media ja kommunikointi**

Sosiaalisen median käyttö vakiinnuttanut paikkansa toimittajan työssä, eikä toimittaja enää vain kirjoita juttuja, vaan myös päivittää juttuja ja niin sanottuja extrajuttuja sosiaaliseen mediaan. Tämä kuitenkin tarkoittaa osaltaan myös sitä, että toimittajien osaamisvaatimukset laajenevat ja ovat jo laajentuneet. Aiheesta oli myös mahdollista lukea osasta haastattelulitteraatteja. Sosiaalisen median kanavien hyödyntämisen tarkoituksena voi nähdä olevan tavoitettavuus, yleisön palvelu kuin myös sisältöjen levittämisen jatkaminen itse varsinaisen julkaisun ulkopuolelle.

Kuitenkin esimerkiksi eräässä litteraatissa haastateltava vastaa, että he ovat lehdessä niin sanottuja vanhan kaartin edustajia, eli lehdellä on näköislehti, mutta ei vaikkapa Facebook-kanavaa. Eli keinot yleisön tavoitettavuudeksi tiedostetaan, mutta niihin ei jostain syystä välttämättä tartuta tai niitä ei hyödynnetä. Paikallislehdelle sosiaalisen median kanavat voivat olla hyvä keino tavoittaa uutta yleisöä, vaikka prosessi voi olla hidas. Toisaalta digiversioon satsaaminen on jo tätä päivää ja vähintäänkin tulevaisuutta.

Oman kokemukseni mukaan toimittajan työ on hieman, näin karkeasti verraten, kuin jäänmurtajan tai puominostajan työtä. Journalisti, otettakoon esimerkiksi vaikkapa verkkotoimittaja, kirjoittaa jutun ja julkaisee sen median omalla alustalla, mutta myös sosiaalisen media kanavissa. Toimituksissa saatetaan seurata juttujen reaaliaikaisia lukijamääriä tai virittää keskustelua sosiaalisessa mediassa jutun linkittämisen yhteydessä keskustelua avaavana kysymyksenä. Yleisöä

halutaan seurata ja aktivoida. Olen kuitenkin toisinaan pohtinut sitä, haluavatko mediat aitoa vuorovaikutusta yleisön kanssa sosiaalisen median alustoilla. Juttujen linkittäminen ja päivittäminen alustoille on tietenkin hyvä tapa seurata yleisön kiinnostusta ja reaktioita juttujen aiheisiin, mutta olisi mielenkiintoista myös tutkia sitä, missä määrin tämä seuraaminen ja vuorovaikutushakuisuus kytkeytyy liiketaloudellisiin lähtökohtiin.

Erään Pirkanmaalla ilmestyvän paikallislehden tammikuussa ilmestyneessä numerossa lukijoita kutsuttiin toimitukseen kahville ja pullalle, ja ilmoituksessa myös mainittiin, että samalla lukijoiden on mahdollista kertoa lehden toimittajalle juttuvinkkinsä. Tätä voi lähestyä joukkorahoituksen idean näkökulmasta: joukkorahoituksessa lukijoilla on mahdollisuus maksaa siitä, mitä he haluavat lukea. (Bullard, 2016) Tätä tällaisessa dialogisessa journalisti-lukija/kansalainen-asetelmassa olisi hedelmällistä hyödyntää. Lehdet ja media haluavat tuottaa uutisia ja sisältöjä, joita maksavat kuluttajat kuluttavat eli tilaavat tai ostavat sisältöjä. Jaana Hujasen (2011, 126 ) mukaan se, mitä ihmisten "kuuluu" tietää ei ole journalismin ainoa tehtävä, mitä tulee toimittajien itseymmärrykseen. Hujasen mukaan journalismin tarkoituksina on täten koskettaa lukijan tunteita, mutta myös viihdyttää ja palvella lukijaa kansalaisena.

Pöyhtärin, Väliiverrosen ja Ahvan (2016, 8) mukaan journalistien työn autonomialla saattaa olla vaikutuksia siitä, että yleisöä on tarvetta huomioida yhä enemmän. Edellä mainittujen tutkijoiden mukaan heidän tekemänsä tutkimuksen ryhmähaastatteluista voi havaita digitaalisten sovellusten läpäistyä toimitukset teknologian vaikuttavan toimittajiin ja journalismiin aiempaa moniulotteisemmin. Teknologialla on toimittajan työhön kahdenlaisia vaikutuksia: teknologian avulla toimittajan on mahdollista tehdä työnsä monipuolisemmin ja myös helpommin ja paremmin. Toisaalta taas teknologia verottaa olennaiseen keskittymistä ja tekee työtehtävien hoidon vaikeammaksi. (em. 2016, 8&9.)

### **Journalismi vielä kesken**

Mark Deuze näkee journalismin ammatillisuuden toimivan, kuten ideologia eli tietyt arvot ohjaavat journalistien ymmärrystä ja työn tekemistä. Vaikka käytännössä arvoja sovelletaan eri tavoin, niin ne tuottavat yhtenäisyyttä journalistien itseymmärrykseen. Deuze esittää länsimaisen journalismin

keskeisimmiksi arvoiksi julkisen palvelun, autonomisuuden, eettisyyden, objektiivisuuden ja ajankohtaisuuden. (Pöyhtäri et al. 2016, 3.)

Bullardin (2016) joukkorahoitusta käsittelevässä artikkelissa journalisti Mariah Stewart kertoo haluavansa kyllä kuunnella, mitä sisällöistä maksavilla ihmisillä on sanottavaa, mutta ei anna heidän määrätä sisältöä, mitä hän tekee. Mutta sitä ei hänen kohdalleen ole tullutkaan. Kun tämän näkökulman ja asianlaidan sitoo Deuzen ajatukseen journalismin ideologian jäsenyyksestä voi esittää kysymyksen siitä, miten paljon journalismin on mahdollista lähentyä yleisön kanssa. Vuorovaikutuksella yleisön kanssa on ehdottomasti funktionsa, mitä tulee yleisön palvelemiseen ja journalismin tehtävään kertoa ajankohtaisista asioista. Mutta silloin, kun yleisö pääsee vaikuttamaan itse uutisten tuotantoprosessiin, sisään niin sanottuun uutistoimitustyöhön, journalismi voi olla lähellä tehdä itsensä tyhjäksi. Toisin sanoen, vaikka tavat interaktioon journalismin ja yleisön välillä kehittyisivät ja monipuolistuisivat, niin silti tietynlainen aita pysyy yleisön ja journalismin tuottajien ja tuotannon välissä.

Domingon et al. (2008, 329) mukaan journalismi ei ole valmis ja sen kehitys on vielä kesken. Journalismi pyrkii löytämään uudenlaisia tapoja tuottaa sisältöjä, informaatiota ja tietoa yleisölle ja tähän sisältyvät monipuolistuvat tavat vuorovaikuttaa yleisön kanssa. Ei pidä kuitenkaan unohtaa journalismin liiketaloudellista näkökulmaa, eli paitsi, että toimittajien ja journalismin tuottajien tulee pystyä tienaamaan työllään leipänsä, niin journalismilla on funktiona tuottaa myös valuuttaa ja voittoa. Asiaa voisi problematisoida niin, että journalisteilla toimijoina ja profession edustajina kirkkaimpana johtotähtenä ovat journalistiset ihanteet ja arvot. Nämä arvot kuitenkin ikään kuin joudutaan mukauttamaan kaupallisuuden, ja tässä tarkoitan uutishuoneita ja toimituksia, astuessa osaksi journalistista tiedonvälitystä. Kenties tämä taloudellinen näkökulma kannustaa journalismin tuottajia keksimään uusia innovaatioita, jotka tyydyttävät kuluttajien, maksavien asiakkaiden, yleisön tarpeita. Tässä ei kuitenkaan pidä livetä journalismin koodistojen polulta.



## Lähdeluettelo:

Arola, Janne (2017) Kuviteltuja faktoja. *Journalisti*.

<http://www.journalisti.fi/artikkelit/2017/2/kuviteltuja-faktoja/> (Viitattu 15.2.2017)

Bullard, Gabe (2016) Crowdfunding the news. *Nieman Reports*, September 26,

<http://niemanreports.org/articles/crowdfunding-the-news/>. (Viitattu 31.3.2017)

Deuze, Mark (2005) What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism. Theory, Practice & Criticism* 6:4, 442-464.

Domingo, David & Quandt, Thorsten & Heinonen, Ari & Paulussen, Steve & Singer, Jane B. & Vujnovic, Marina (2008) Participatory journalism practices in the media and beyond. *Journalism Practice* 2:3, 326-34.

Domingo, David & Heinonen, Ari (2011) Blogit journalismin muutoksen merkkeinä. Teoksessa *Journalismi murroksessa* (toim. Väliverronen, Esa) Helsinki, Gaudeamus. s. 68-87

Haastattelulitteraatti "1."

Haastattelulitteraatti "2."

Haastattelulitteraatti "3."

Heikkilä, Heikki & Kunelius, Risto (1997) Julkisen journalismin äärellä. Ajatuskokeita pääsyn, keskustelun ja harkinnan käsitteillä. *Tiedotustutkimus* 20:4, 4-21.

Hujanen, Jaana (2009) Kohti osallistuvaa mediayleisöä. Teoksessa *Suhteissa mediaan* (toim. Kotilainen, Sirkku). Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Hujanen, Jaana (2011) Kiinnostavaa vai tärkeää? Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa *Journalismi murroksessa* (toim. Väliverronen, Esa). Helsinki, Gaudeamus. 112-128.

Kolari, Erja (2011) Toimittajasta tuottajaksi. Sanomalehden toimitustyö muutoksessa. Teoksessa *Journalismi murroksessa* (toim. Väliverronen, Esa). Helsinki, Gaudeamus. 150-167.

Pietilä, A-P (2007) *Uutisista viihdettä, viihdettä uutisista*. Helsinki, Art House.

Pöyhtäri, Reetta, Väliverronen, Jari & Ahva, Laura (2016) Suomalaisen journalistin itseymmärrys muutosten keskellä. *Media & viestintä* 39: 1.

<http://mediaviestinta.fi/blogi/suomalaisen-journalistin-itseymmarrys-muutosten-keskella/>  
(Viitattu 27.03.2017).

Ridell, Seija (2004) Median julkisuustiloja kartoittamassa. Julkisuuden journalistinen tuottaminen ja kommunikatiivisuuden haaste. *Tiedotustutkimus* 27: 2, 4-24.

Väliverronen, Esa (2011) Journalismi kriisisissä? Teoksessa *Journalismi murroksessa* (toim. Väliverronen, Esa) Helsinki, Gaudeamus. 13-31.