

Henkilömedia muokkaa mediamaisemaa

IAB-webinaari Näkökulmia digimarkkinoinnin vastuullisuuteen 28.5.2025



Tuija Aalto Yle Strategia ja palvelut

Henkilömedia hybridissä mediamaisemassa

Henkilömedian rooli kasvaa
Kaupallisuuden rooli kasvaa
Miten teemaa voisi jäsentää?

Henkilömedian tyyppejä

Artisti, urheilija, tv-kasvo jne.

Influensseri, sosiaalisen median sisällöntuottaja; tiktokkaaja, tubettaja jne.

Journalistinen kaupallinen somevaikuttaja

Aktivisti, lobbari, poliitikko - mielipidevaikuttaja kansalaisyhteiskunnasta, politiikasta, liike-elämästä

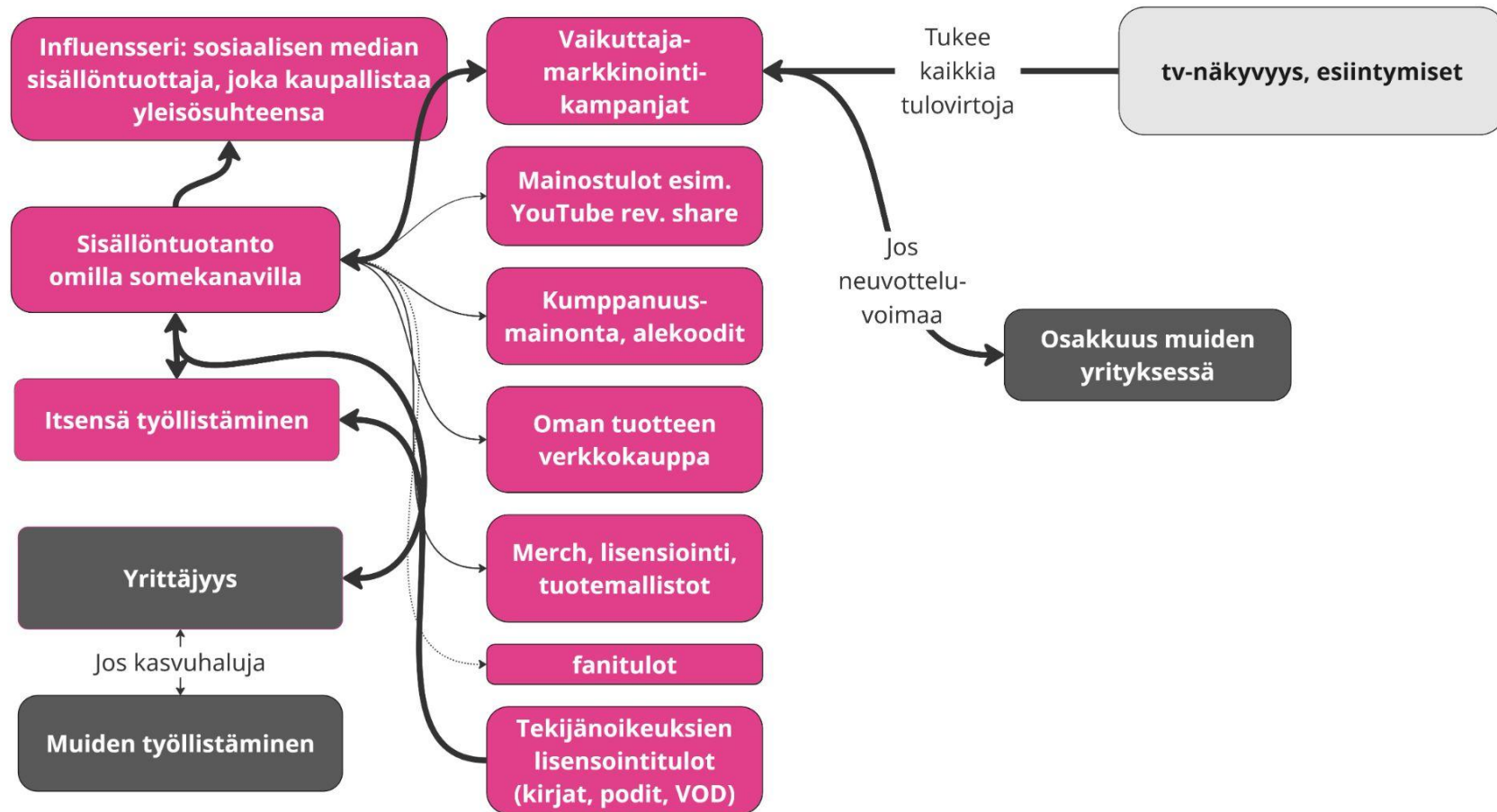
Uutisvaikuttajat, "newsfluencer"

Digimarkkinoinnin ammattilaiset (brändit, mediajulkaisijat)

muu, mikä?

Trollit, botit, mis- ja disinformaation levittäjät

Vaikuttajan ansainta



Journalistiset kaupalliset somevaikuttajat

Perustuu mediassa vuosina 2019-2023 julkaistujen juttujen teemoitteluun ja analyysiin



*) Artikkelikäsitelmä Aalto & Frig (2025) "Controversies Over Journalistic Social Media Influencers"

JSMI:ien vastuullisuusväittämät

Perustuu mediassa vuosina 2019-2023 julkaistujen juttujen teemoitteluun ja analyysiin

Kritiikki

**Toimituksellisen ja
kaupallisen sisällön raja
hämärtyy**

Vasta-argumentit

**Mediatalotkin julkaisevat
advertoriaaleja**

**Raja hämärtyy myös
aikakauslehtien tuote-
esittelyissä**

Oikeutus

Vastuullisen vaikuttajan eetos

Valikoivuus yhteistöistä

**Noudattaa ohjeita
mainosten merkitsemisestä**

Arvot avoimesti esillä

Autenttisuus

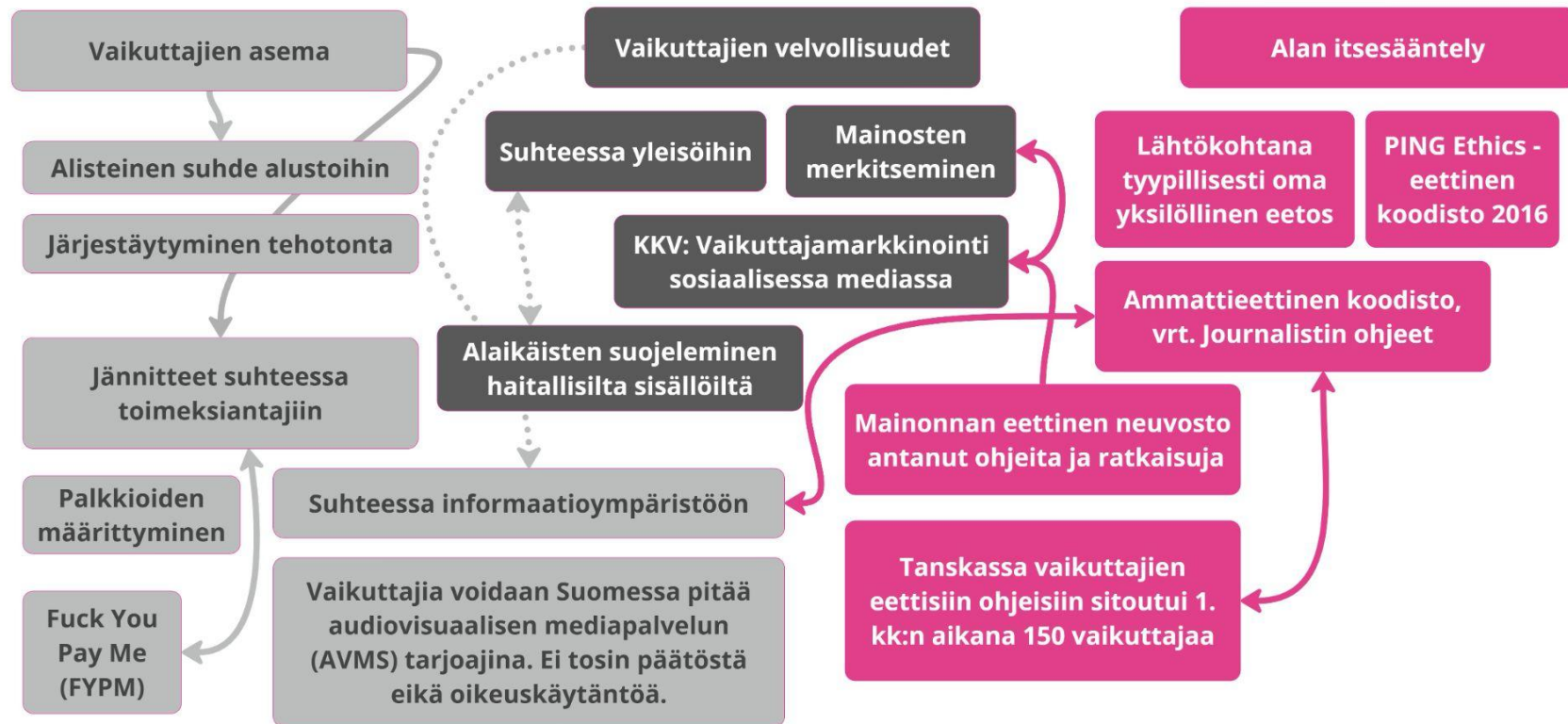
Vaikuttajiin liitettyjä eettisiä kysymyksiä

Autonomia

Yhteiskuntavastuu

Läpinäkyvyys

Ammattimaisuus



Yle ja 'kaupallistava henkilömedia'



Kiitos!

Henkilömedian rooli kasvaa

Kaupallisuuden rooli kasvaa

Mikä on sinun tulokulmasi teemaan?

tuija.aalto@yle.fi

[linkedin.com/in/tuija](https://www.linkedin.com/in/tuija)