

- 2016A02 "Image, #tahdon asialla". Image-lehden kampanjointi tasa-arvoisen avioliittolain puolesta kuvatapahtumana
- 2016H04 "Mä pelaan, en oo kenenkään ystävä". Tunnustukset osana suosittujen videobloggaajien Periscope-lähetyksiä
- 2016H06 "Minä syön niin kun parhaaksi nään". Verkkokeskustelujen retoriikan piirteet broilerintuotantoa käsittelevän blogitekstin kommentteissa
- 2016H07 Ihailtava esikuva ja samaistuttava ystävä – Artisti Ellie Gouldingin identiteetin rakentuminen Instagram-kuvissa
- 2016H08 "I wasn't paid to say that!" Henkilökohtaiseen joukkoviestintään perustuva mainonta YouTuben meikkaustutoriaaleissa
- 2016K11 Vyöryvät turvapaikanhakijat ja tulvivat pakolaiset. Arvottavaa kielenkäyttöä MTV:n kesän 2015 turvapaikanhakijauutisoinnissa
- 2016K14 Viranomaisen mainekriisissä. Tarkastelussa Maahanmuuttoviraston maineenhallinnan keinot Euroopan pakolaiskriisin aikana
- 2016L15 Paatos Volkswagen Groupin kriisiviestinnässä. Tarkastelussa pääjohtaja Martin Winterkornin puhe
- 2016L16 Hyvin suunniteltu verkkosivu vakuuttaa ensisilmäyksellä
- 2016L17 "Infosodassa olemme tulimyrskyn keskellä" – Hyvän ja pahan roolit informaatiotosodankäynnin uutisoinnissa
- 2016L18 Tavallisuuden erikoisuus. Itsepromootio Yle FOLKin rahoitushakemusvideoissa
- 2016M19 Rehristi Pohjanmaalta – Paikallisuus arvona Hakola Huonekalu Oy:n ja Kyrö Distillery Companyn verkkosivuilla
- 2016N23 Tuuliterroristeja ja monsterimylyjä. Retoriset tehokeinot yleisönosastojen tuulivoimakirjoituksissa
- 2016N24 "Jotenkin epäsuhtainen pari". Julkisuudesta tuttujen naisten ja miesten arvottaminen Vauva.fi:n verkkokeskusteluissa
- 2016O25 Hyväntekijä, esikuva vai kävelevä ihme? Pekka Hyysalon julkisuuskuvat Ilta-Sanomissa
- 2016P26 Tekstinkäsittelyohjelman käytettävyyden tarkastelu. Tarkastelussa Adobe InCopy CC:n opittavuus
- 2016R28 Terapian tarpeesta. Tarkastelussa eetos psykoterapiaa koskevassa verkkokeskustelussa

- 2016R29      Maineenhallinnan keinot sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa VR:n Facebook-viestintä hintauudistuksen aikana
- 2016R31      Kilpailukykyä ja yhteisöllisyyttä. Arvot sitouttamisen välineenä maabrändin vetovoimaisuuden rakentumisessa
- 2016S32      ”Isänmaa on pelastettava”. Metaforiset ilmaukset eetoksen välittäjinä kansanedustaja Alexander Stubbin blogissa
- 2016S33      Pariisi ja Kenia suomalaisen median näkökulmasta. Samaistumisen diskurssin luokat Helsingin Sanomien terrori-iskujen uutisoinnissa
- 2016S34      Kuvallinen markkinointiviestintä sosiaalisessa mediassa. Tarkastelussa Finnairin Instagram-tili
- 2016T36      Delfiinien kohtalo salailevan Särkänniemen käsissä. Aamulehden ja Oikeutta eläimille -yhdistyksen luomat kehykset delfinaariuutisoinnissa
- 2016V37      Road-genren rajoilla elokuvassa *He ovat paenneet*
- 2016V38      ”Tule käsiksi ja jaloiksi!” Vapaaehtoistyönhakuilmoitus tekstilajina