

Kritiikki journalismin ja digitalisaation puristuksessa – Journalistit kulttuurisina välittäjinä uudessa mediaympäristössä

19.3.2020

[digitalisaatio journalismin lajityypit](#) [kulttuurijournalismi](#) [kulttuurinen välittäminen](#) [laadun aspektit](#)
[päivälehtikritiikki](#)

Voitto Ruohonen

voitto.ruohonen[a]outlook.com

FT, YTM, dosentti

filosofinen tiedekunta, humanistinen osasto

Itä-Suomen yliopisto

Heikki Hellman

heikki.hellman[a]tuni.fi

YTT, dosentti

informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta, viestintätieteiden yksikkö

Tampereen yliopisto

Sanomalehtien kriitikoilla on ollut tärkeä rooli kulttuuristen hierarkioiden ja kulttuuria koskevien arvostusten muodostamisessa. Digitalisaation vauhdittama mediaympäristön ja median käyttötottumusten muutos on heikentänyt lehdistön asemaa, edistänyt sen keskittymistä sekä korostanut journalismin yleisölähtöisyyttä. Mullistus on vähentänyt sanomalehtien, kulttuuritoimitusten ja kulttuurisivuilla kirjoittavien kriitikoiden määrää, ja sen on väitetty johtaneen institutionaalisen kritiikin pinnallistumiseen. Internet on tuonut perinteisten medioiden rinnalle uusia kritiikin väyliä ja epäinstitutionaalista kritiikkiä, jotka ovat murentaneet ammattikriitikoiden auktoriteettiasemaa. Kysymme, miten päivälehtikritiikin asema ja luonne ovat uudessa mediaympäristössä muuttuneet viimeaikaisen tutkimuksen ja kulttuurista välittämistä koskevan teorian valossa. Keskeinen päätelmämme on, että päivälehtikritiikillä on yhä merkitystä, mutta arvottamisen sijaan kriitikoiden ja kulttuurijournalistien rooli portinvartijoina ja markkinoijina on korostunut. Yhtäältä arvostelut ovat liudentuneet arvioiksi, mutta toisaalta journalistit osaavat hyödyntää eri juttutyyppeiden tarjoamia mahdollisuuksia. Lopuksi kehittelemme analyttisen mallin arvostuksia ilmentävien journalististen tekniikoiden tunnistamiseksi.

1 Johdanto

Sanomalehtien kulttuurisivut ja niiden nauttima arvovalta kehkeytyivät eri maissa eriaikaisesti (Purhonen ym. 2019). Suomessa kulttuurista tuli 1950–1960-luvuilla politiikan, talouden ja ulkomaan sivujen tapaan yksi sanomalehtien kiinteistä osastoista (Hurri 1993). Kun kulttuurisivut vakiinnuttivat asemansa, niille kirjoittavat toimittajat saivat keskeisen roolin kulttuurisina välittäjinä: portinvartijoina ja arvottajina. Kriitikoilla oli pitkään lähes yksinoikeus päättää, miten tuotteet sijoittuvat kulttuurin kentälle, mitkä niistä nousevat eliitin arvostamiksi merkkiteoksiksi, ja mitkä lopulta päätyvät oman taiteenlajinsa kaanoniin.

2000-luvulla mediaympäristö on kokenut digitalisaation ja internetin myötä mullistuksen, jonka myötä kriitikoiden laatiman ja sanomalehtien julkaiseman institutionaalisen arvioinnin merkitys on enenevästi kyseenalaistettu. Median uudet muodot ja käyttötottumusten muutos ovat heikentäneet lehdistön asemaa, edistäneet sen keskittymistä ja korostaneet journalismin lukijalähtöisyyttä. Mullistus on vähentänyt lehtien, kulttuuritoimitusten ja kulttuurisivuille kirjoittavien kriitikoiden määrää. Samaan aikaan arvostelujen on väitetty pinnallistuneen, mikä on murentanut ammattikriitikoiden auktoriteettiasemaa. Perinteiset kritiikin instituutiot, ennen muuta sanomalehdet, ovat saaneet varteenotettavan haastajan internetsivustoilla julkaistavista blogikirjoituksista ja sosiaalisen median alustoilla leviävistä arvioista.

Digitalisaation synnyttämä, koko yhteiskuntaa ravisteleva muutos koskee kulttuurin ja taiteen institutionaalista perustaa ja toimintaedellytyksiä. Kulttuurin tuotanto, välittäminen ja kulutus ovat sen myötä rakenteistuneet uudella tavalla. *Tuotannon* tasolla digitaalisuus on halventanut tuotantokustannuksia ja lisännyt luovan sektorin vapautta. Taiteen ja kulttuurin tekijät eivät enää ole riippuvaisia tuottajista ja kustantajista, kun kirjan painaminen on edullista e-kirjan ja tarvepainatuksen yhdistelmällä, musiikkia voi julkaista internetin alustoilla sekä videoita ja elokuvia YouTubessa. Tuotanto on osin yhdistynyt *välittämisen* tasoon, jossa digitaalisuus on avannut tuotteille uusia väyliä julkisuuteen sekä lisännyt saatavuutta. Toisaalta välityskanavien pirstoutuminen on myös hankaloittanut tuotteiden löytämistä ja lisännyt suurten kansainvälisten levittäjien ja alustajattien valtaa näkyvyyden takaajina. *Kulutuksen* tasolla yleisö voi valikoida entistä useammista kulttuurin ja taiteen palveluista sekä valtavasta valikoimasta digitaalisessa muodossa olevia kulttuurituotteita. Kulttuurin kulutusta luonnehtivat lisääntynyt yksilöllisyys sekä makujen eriytyminen, joka on kuitenkin sosiaalisesti määrätynyttä ja ilmentää yleisön

koulutukseen ja luokka-asemaan liittyviä eroja. (Hesmondhalgh 2012; Purhonen ym. 2014; vrt. kuitenkin Lahire 2004.)[\[1\]](#)

Artikkelimme keskittyy kulttuurisen välittämisen erityiseen lohkoon, mediaan ja päivälehtikritiikkiin. Institutionaalinen sanomalehtikritiikki on saanut rinnalleen ja kilpailijakseen epäinstitutionaalisia kritiikin muotoja, joita kutsutaan *vernakulaariseksi* kritiikiksi (Jaakkola 2019). Se viittaa internetympäristössä toimiviin, pääosin ei-ammattimaisiin kirjoittajiin, jotka edustavat yleisön silmissä käyttäjälähtöistä vertaiskritiikkiä (Howard 2010). Blogien lisäksi amatöörikriitikoita toimii yleisimmillä sosiaalisen median alustoilla (YouTube, Instagram, Facebook). Vernakulaarisen kritiikin lisäksi internetissä toimii lukuisia ammattimaisen tai puoliammattimaisen kritiikin areenoita (film-o-holic, Kiiltomato), jotka ovat reaktioita perinteisten kritiikin väylien vähenemiseen.

Verkossa julkaistavan epäinstitutionaalisen kritiikin sijasta tarkastelemme tässä kuitenkin sanomalehtien julkaisemaa institutionaalista kritiikkiä. Kysymme, *miten päivälehtikritiikin asema ja luonne ovat uudessa mediaympäristössä muuttuneet viimeaikaisen tutkimuksen ja kulttuurista välittämistä koskevan teorian valossa.*

Kulttuurijournalismin ja kritiikin muutosta on tutkittu 2000-luvulla paljon sekä Suomessa että Euroopassa. Tarkoituksemme on hyödyntää suomalaisia kulttuurisivuja ja erityisesti kritiikkiä koskevan tutkimuksen tuloksia ja hahmottaa niiden kautta, miten kritiikki asemoituu internetin ja perinteisen median sekä kasvavan kaupallisuuden ehdollistamassa ympäristössä. Laajennamme kritiikin käsitettä kulttuurijournalismin eri muotoihin ja genreihin, sillä myös uutiset, featurejutut ja haastattelut ilmentävät journalistien roolia portinvartijoina ja välittävät kulttuurisia arvostuksia. Journalistit ja kriitikot vaikuttavat valinnoillaan, kommentaillaan ja suosituksillaan kulttuurituotteiden näkyvyyteen sekä niitä koskeviin käsityksiin.

Artikkelimme on luonteeltaan teoreettis-metodologinen ja keskusteleva. Tarkastelemme aluksi kulttuuritoimittajia kulttuurisina välittäjinä, kritiikki-instituution roolia ja merkitystä sekä kritiikin aseman muutosta uudessa 2000-luvun mediaympäristössä. Sen jälkeen keskustelemme laadun käsitteestä sekä journalistien käytössä olevista keinoista kulttuurituotteiden laadun määrittelijöinä. Lopuksi esittelemme jatkotutkimuksia ajatellen analyttisen mallin journalistisen arvottamisen keinoista. Sen avulla on mahdollista konkretisoida taiteelle ja kulttuurille annettua huomiota taiteen lajista riippumatta. Vaikka luokituksemme perustuu painoviestintään, sitä on mahdollista käyttää myös muiden välineiden tarkasteluun ottaen huomioon kunkin välineen sisältöön, muotoon ja

puhuttelutapoihin liittyvät käytännöt. Malli typologisoi erilaisia arvostuksia ilmentäviä journalistisia tekniikoita, ja se on tarkoitettu niiden tunnistamiseksi ja tutkimisen apuvälineeksi.

2 Kulttuurisivut ja -toimittajat kulttuurisina välittäjinä

Pierre Bourdieu tarkoittaa kulttuurisen välikäden (*cultural intermediary*) käsitteellä symbolisia tavaroita ja palveluita tarjoavia ammattiryhmiä, joista tyypillisiksi hän on nimennyt ”radion ja television kulttuuriohjelmien tuottajat, niin sanottujen laatulehtien ja aikakauslehtien kriitikot sekä kaikki kirjailijajournalistit ja journalistikirjailijat” (Bourdieu 1984, 325). Me nojaamme yleisempään kulttuurisen välittäjän (*cultural mediator*) käsitteeseen. Se viittaa institutionaaliin toimijoihin, jotka työskentelevät talouden ja kulttuurin taitekohdissa. Heidän tehtävänsä on luoda tuotteille kulttuurista merkitystä ja sitä kautta edistää niiden kysyntää (Janssen ja Verboord 2015; Smith Maguire ja Matthews 2012). Kulttuurisen välittäjän käsitettä on viime vuosina sovellettu erityisesti kulttuurijournalistien roolin analyysiin (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018; Hellman ja Haara 2018; Jaakkola 2015b; Kristensen 2018; Kristensen ja From 2015; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019; Sparre ja From 2017).

Käsitteen ulottuvuuksia systemaattisesti eritelleet Susanne Janssen ja Marc Verboord (2015) ovat erottaneet seitsemän kulttuurisille välittäjille ominaista käytäntöä: 1) valitsijana ja portinvartijana toimiminen, 2) kanssaluominen ja editointi, 3) yhteen saattaminen ja verkottuminen, 4) myynti ja markkinointi, 5) levittäminen, 6) arviointi, luokittelu ja merkityksenanto sekä 7) sensurointi, suojelu ja tukeminen. Kulttuurijournalistien tehtäviksi on näistä tunnistettavissa ainakin seuraavat kolme. Ensinnäkin he toimivat *portinvartijoina* päättäessään, mitkä kulttuurituotteet saavat julkisuutta ja mitkä eivät. Toiseksi kulttuurijournalistit ja erityisesti kriitikot toimivat tuotteiden *arvottajina*, makutuomareina, joiden institutionaalisenä tehtävänä on arvioida teosten ja esitysten laatua, antaa niille merkitystä sekä sitä kautta luokitella niitä. Kolmanneksi kulttuurijournalistit osallistuvat (tahtoen tai tahtomattaan) kulttuurituotteiden *markkinointiin*, koska toimittajien valinnat ja arvostukset heijastuvat teosten näkyvyyteen ja sen kautta niiden suosioon.

Kulttuuritoimittajille ja kriitikoille on ollut tyypillistä, että he kokevat olevansa seuraamansa taiteenalan asiantuntijoita ja samalla sen asianajajia (Jaakkola, Hellman, Koljonen ja Väliverronen 2015, 821–22). Valinnoillaan, teksteillään ja arvioillaan he vaikuttavat teosten ja niiden tekijöiden hyväksymiseen kulttuurin kentällä (Janssen ja Verboord 2015, 444). He vaikuttavat muiden ”käsityksiin siitä, mikä ja kuka on legitiimiä, toivottavaa ja arvokasta, sekä määritelmän omaisesti

myös siihen, mikä tai kuka ei ole” (Smith Maguire ja Matthews 2012, 552). Suomessa on vuosituhannen vaihteeseen saakka vaikuttanut sanomalehtikriitikoita, joilla omilla taiteenaloillaan on ollut suuri määrittelyvalta; sellaisia ovat olleet esimerkiksi *Helsingin Sanomissa* Pekka Tarkka (kirjallisuus), Jukka Kajava ja Kirsikka Moring (teatteri) sekä Seppo Heikinheimo (musiikki) (Jensen-Eriksen, Mainio ja Hänninen 2019, 266). Myös maakunnallisissa ja iltapäivälehdissä on ollut vastaavassa asemassa olevia kriitikoita, kuten Erkka Lehtola *Aamulehdessä*, Kaisu Mikkola *Kalevassa* ja Matti Rinne *Ilta-Sanomissa*.

Mediatutkija Hannu Niemisen mukaan julkisuus voidaan jakaa kolmeen lohkoon: valta-, vaihtoehto- ja vastajulkisuudeksi sekä valtajulkisuus edelleen eliitti- ja populaarijulkisuudeksi. Tässä keskitytään valtajulkisuuteen ja sen kahteen puoleen. Eliittijulkisuus on luonteeltaan strategista: se pyrkii ajankohtaisten asioiden ja ilmiöiden määrittelyyn, vastausten hakemiseen yhteisöllisiin kysymyksiin. Populaarijulkisuus sen sijaan on sosiaalista, tähtää yhteisöllisyyden luomiseen ja ylläpitämiseen, se on kaikille avointa eikä edellytä yleisöltään mitään erityisiä tietoja tai taitoja. (Nieminen 2002, 189–92.) Taidekriitikki on suunnattu kultivoituneelle yleisölle, kun taas taiteilijoista tehdyt henkilöhaastattelut lähestyvät populaarijulkisuutta.

Niemisen mukaan yhtenäistä eliittijulkisuutta ei ole, vaan on olemassa eliittiryhmiä, jotka käyttävät valtaa omilla talouden, politiikan ja kulttuurin alueillaan. Puheen eliittijulkisuudesta oikeuttavat hänen mielestään erityiset valtajulkisuuden foorumit, joilla eliittiryhmien julkisuudet leikkaavat toisiaan ja joilla rakennetaan yhteisiä kansallisia tulkintoja. Tällaisiksi hän nostaa *Helsingin Sanomat* ja *Suomen Kuvalehden*, merkittävät sanoma- ja aikakauslehdet, television keskusteluohjelmat sekä kansalliset julkiset intellektuellit (Nieminen 2002, 190–91). Niemisen mainitsemilla foorumeilla kulttuurista valtaa käyttävän ja sen päiväjärjestystä määrittelevän eliittiryhmän muodostavat kriitikot. Heidän asemansa on mediaympäristön muuttuessa joutunut vaakalaudalle.

Julkinen kritiikki ja erityisesti lehdistössä ilmestyneet arviot ovat olleet keskeiset tekijät määriteltäessä taiteen esteettistä arvoa. Kriitillä on ollut suuri painoarvo päätettäessä, mitkä teokset kuuluvat kirjallisuuden kaanoniin (Turunen 2003, 233) ja mitkä nousevat kilpailemaan merkittävimmistä kirjallisuuspalkinnoista ja ketkä kirjailijat saavat apurahoja ja muita tunnustuksia (Hypén 2015, 45). Kirjallisuudessa kritiikin merkitys korostui 1980- ja 1990-luvuilla, kun tavoiteltavaksi tuli useita uusia, merkittäviä palkintoja (Finlandia-palkinto vuodesta 1985, Runeberg- ja Savonia-palkinnot vuodesta 1987 alkaen).

Alkaneella vuosituhanella suomalainen taideinstituutio on entisestään markkinallistunut, mistä esimerkkeinä ovat taiteilijoiden brändäytymisen ja kaupallisten kulttuuritapahtumien kaltaiset ilmiöt. Medioituneessa yhteiskunnassa kritiikki ei yksistään riitä teoksen tai tekijän nostamiseen. Taiteen instituutiot ja media ovat toisiinsa sidoksissa monin eri tavoin. Kirjailijat ja kustantajat tarvitsevat medianäkyvyyttä, jotta lukijat kiinnostuvat teoksista, ja tiedotusvälineet kaipaavat kiinnostavia henkilöitä juttuihinsa. Myytäväksi tuotteiksi nousevat kirjojen ohella kirjailijat, joihin markkinointi ja journalismi kytkevät myyntiä edistäviä mielikuvia. Kirjailijoiden kilpailu huomiosta tuottaa uutta kirjallista julkisuutta, jossa persoonat menevät teosten ohi. Kirjallisuuden ja kirjailijoiden medioitumista ovat lisänneet kirjallisuuspalkinnot ja kirjamessut. (Lehtonen 2001; Kantokorpi 2013.) Näkyvyys ja suosio ruokkivat toinen toistaan, ja samat medioitumisen merkitystä korostavat tekijät toistuvat pienin muunnelmin taiteen kaikilla alueilla.

Jotkut kirjailijat ovat sekä mediapersoonia että omia brändejään, keskeisenä esimerkkinä Jari Tervo (ks. Hypén 2015). Hänen ohellaan tämän hetken brändikirjailijaksi voi nostaa ainakin Sofi Oksasen, samoin Miika Nousiaisen, Tuomas Kyrön ja Kari Hotakaisen kaltaiset jatkuvasti julkisuudessa näkyvät hahmot. Uudesta ja ennen kokemattomasta ilmiöstä ei ole kyse, sillä Olavi Paavolainen brändäsi itsensä jo 1920-luvun jälkipuoliskolla ”nykyajan etsijäksi”. 1960- ja 1970-luvuilla vahvoja oman brändinsä luoja olivat Pentti Saarikoski ja Jörn Donner, 1980-luvulla Arto Melleri, jonka elämä ja siitä kerrotut tarinat muistuttavat Saarikosken vaiheiden tavoin enemmän rocktähteyttä kuin vakavasti otettavaa kirjailijaa.

Taidekentän markkinallistuessa kulttuurijournalismin tutkimus on puhunut kulttuurisivujen luonteen paradigmaattisesta muutoksesta. Niitä 1900-luvun viimeisille vuosikymmenille asti hallinnut *esteettinen paradigma*, taidepainotteinen lähestymistapa, on sen mukaan antanut enenevästi sijaa *journalistiselle paradigmalle*, yleisöpainotteiselle lähestymistavalle. Edellinen suosi kulttuuritoimittajien vahvaa erikoistumista omiin taiteenlajeihinsa, tavoitteli taiteesta kiinnostunutta lukijakuntaa ja piti laatua keskeisenä uutiskriteerinä; jälkimmäinen nostaa esiin yleistoimittajia, tavoittelee taiteentuntijoiden sijasta suurta yleisöä ja perustelee valintoja laadun sijasta kiinnostavuudella. (Hellman ja Jaakkola 2009; Kristensen ja From 2015; Ruohonen 2018b.) Tässä on kyse institutionaalisen kritiikin siirtymästä kohti populaarijulkisuutta.

Tämän siirtymän on Semi Purhosen tutkimusryhmä pitkän aikavälin kansainvälisessä vertailussaan (2019) tiivistänyt kahdeksi rinnakkaiseksi prosessiksi, *populaarikulttuurin legitimoitumiseksi* ja *korkeakulttuurin popularisoitumiseksi*. Tämä ilmenee yhtäältä populaarikulttuuriin liittyvien

aiheiden selvänä lisääntymisenä kulttuurisivuilla, toisaalta lukijaa puhuttelevina populaareina keinoina käsitellä korkeakulttuuria. Purhonen ja kumppanit eivät löytäneet mitään yksiselitteistä arvostelujen vähentymiseen viittaavaa trendiä, mutta he havaitsivat monia muita korkeakulttuurin helppoon sulatettavuuteen tähtääviä journalistisia keinoja: haastattelujen ja featurejuttujen, sitaattien sekä kuvien lisääntyneen käytön. (Purhonen ym. 2019, 71–75 ja 197–199.)^[2] Purhosen ryhmän tulokset saavat tukea sekä aiemmasta kansainvälisestä vertailusta (ks. esim. Verboord ja Janssen 2015) että yksittäisten maiden kulttuurisivuja koskevista pitkittäisanalyyseistä (ks. esim. Jaakkola 2013 ja 2015a; Janssen 1999; Kristensen 2010; Larsen 2008).

Kun taiteen ja kulttuurin tarjonta on lisääntynyt, kulttuurisia välittäjiä koskevan teorian näkökulmasta kriitikoiden ja journalistien rooli portinvartijoina on korostunut. He päättävät valinnoillaan entistä selvemmin siitä, mitkä teokset, esitykset ja tapahtumat pääsevät esille, ja mitkä eivät. Kun journalistiset käsittelytavat ovat muuttuneet aiempaa lukijalähtöisemmiksi, korostuu journalistien rooli myös teosten, esitysten ja tapahtumien markkinoijina, sillä valinta ja sen lukijaa puhutteleva käsittelytapa toimivat suosituksina. Kun kritiikin osuus ja kritiikissä tapahtuva laadun arviointi vähenevät, journalistien rooli arvottajina ja makutuomareina kulttuurisen välittämisen kentässä kaventuu. Teoksen laatua voidaan ilmaista viittaamalla uutisissa ja haastatteluissa sen saamiin palkintoihin ja muuhun menestykseen tai korostamalla tekijän brändimielikuvaa (ks. esim. Kristensen, Hellman ja Riegert 2019).

Kun taiteilijasta tulee brändi, hänestä tulee Niemisen (2002) tarkoittamassa mielessä osa populaarin julkisuuden kuvastoa, ja se ei välttämättä edistä pääsyä kaanoniin. Kirjallisuudentutkija Tarja-Liisa Hypén väittää, että Jari Tervo saattaa olla brändikirjailijana ja populaarin julkisuuden edustajana lajinsa viimeisiä:

”[Tervo] on ollut neljännesvuosisadan kokoava populaarin yleisjulkisuuden hahmo ja tällaisena todennäköisesti myös jo väistyvän maailman hahmo. Tulevat 25 vuotta tuskin tuottavat vastaavaa pysyvää ilmiötä. Populaariin julkisuuteen tullaan nousemaan sattumanvaraisemmin, nopeammin ja yksittäistapauksissa myös vähemmän vaivoin kuin Tervo nousi, mutta siellä tuskin tullaan Internetin vahenneella, populaarijulkisuudenkin yhtenäisyyttä murentavalla aikakaudella vuosikymmeniä pysymään.” (Hypén 2015, 466.)

Onko tässä mitään uutta? Eroaako 2000-luvun julkkiskirjailijan tai -taiteilijan tilanne The Kinks -yhtyeen vuonna 1972 *Celluloid Heroes* -kappaleellaan kuvaamasta elokuvatähtien maailmasta,

jossa jokainen tähti vuorollaan säteilee aikansa vajotakseen ennemmin tai myöhemmin unohduksiin? Lohdutuksena elokuvatähdillä on elämän jatkuminen filminauhalla, samoin kuin jatkuu muidenkin taiteilijoiden elämä heidän teoksissaan.

Sama piirre kuin edellä kirjoihin ja kirjailijoihin kuvattuna näkyy elokuvissa ja televisio-ohjelmissa. Hyvissä ajoin ennen elokuvan ensi-iltaa tai televisiosarjan aloitusta eri kanavilla – printissä, radiossa ja televisiossa sekä verkossa – esitellään tulevaa. Ennakkojutuissa kerrotaan elokuvan tai sarjan sisällöstä, näyttelijät avaavat tuntemuksiaan kuvausten ajalta, samoin ajatuksiaan elokuvan tai sarjan sisällöstä sekä kertovat, mitä tämä projekti heille juuri nyt merkitsee. Tavoitteena on saada alkavalle ohjelmalle maksimaalinen ennakkojulkisuus, joka ohjaisi kriitikoiden tulkintoja.

3 Mediaympäristön muutos: taiteen ja kulttuurin uusi tilanne

Taide- ja kulttuurikritiikki on viimeisten 15–20 vuoden aikana joutunut reagoimaan perinteisen median keskittymiseen, arkielämän medioitumiseen, mediakonvergenssiin ja remix-kulttuuriksi kutsuttuun ilmiöön. Taustalla ovat verkkoviestintä ja digitalisaatio. Verkon, digitalisaation ja älypuhelimien kehitys on viimeisen kymmenen vuoden aikana ollut niin nopeaa, että se, mikä vielä hetki sitten vaikutti etäiseltä tulevaisuudelta, on jo huomispäivänä taakse jäänyttä menneisyyttä.

Sosiologi George Ritzerin mukaan 2000-luvun ominaispiirre on hänen mcdonaldisaatioksi kutsumansa toimintamallin leviäminen yhteiskunnan eri alueille. Sen keskeiset piirteet ovat tehokkuus (*efficiency*), laskettavuus (*calculability*), ennustettavuus (*predictability*) sekä teknologinen kontrolli (*control through nonhuman technology*). Ritzer piirtää laajan kaaren weberiläisestä rationaalisuudesta tieteellisen liikkeenjohdon kautta valmisruokateollisuuteen. Viestinnän maailmassa hän näkee *USA Todayn* kaltaisen julkaisun – ja sen edustaman sisällöllisen tabloidisaation – kuvaavan mcdonaldisaatiota: pinnallistumista ja yhdenmukaistumista. (Ritzer 2004, 1–23.)

Ritzerin analyysi on periamerikkalaista, mutta hänen mainitsemansa peruspiirteet ovat yleisyydessään käyttökelpoisia. Perinteisen median puolella esimerkkinä teknologisesta kontrollista on robotiikan ja algoritmien soveltaminen uutisten tuottamiseen. Tehokkuuden, laskettavuuden ja ennustettavuuden yhteisvaikutuksena on samankaltaistumista. Merkittävä osa suomalaista mediaa on keskittynyt konsernien, kuten Sanoma Groupin, Alma Median ja Keski-suomalainen Oyj:n omistukseen. Ne toimivat samanaikaisesti printissä, sähköisissä medioissa ja digitaalisilla alustoilla ja tavoittavat yleisöjä maantieteellisesti laajoilla alueilla. Monialaisuuden vuoksi rajanveto printin ja

muiden medioiden välillä on häilyvää. 2000-luvulla ei enää kirjoiteta lehtijuttuja, vaan tuotetaan sisältöä samanaikaisesti kaikkiin medioihin ja digitaalisille alustoille. Lehtitalot korostavat toimivansa ”verkko edellä”: painetusta jutusta on tullut toissijainen verrattuna digitaaliseen sisältövirtaan.

Keskittymisen yksi seuraus on ollut sisällöllinen yhdenmukaistuminen: osa jutuista on kaikille lehdistä yhteisiä, ja tämä koskee myös kritiikkejä. Arvostettu kuvataidekriitikko Otso Kantokorpi nosti vuonna 2013 julkiseen keskusteluun kritiikkien kierrätyksen, kun hänen arvioitaan alettiin julkaista jopa seitsemässä saman konsernin omistamassa lehdessä. Hän koki menettelyn hävittävän sekä kritiikin moniäänisyyden että yhteyden lukijoihin, ja siksi hän ilmoitti lopettavansa yhteistyön Alma Median kanssa. (Yle Uutiset 2013.) Kantokorven kommentti herätti vilkkaan keskustelun, mutta ei muutosta konsernien toimintatapoihin.

Yhdentyminen on myös visuaalista. Keskisuomalainen Oyj omistaa päivälehdet Kuopiosta ja Jyväskylästä Mikkelin, Savonlinnan, Kouvolan ja Kotkan kautta Lahteen. Konserni yhdenmukaisti äskettäin kaikkien lehtien ulkoasut, minkä jälkeen ne tarjoavat *visuaalisen puhuttelutavan* kannalta lukijalle sekä äärimmäisen tehokkaasti tuotettua että yhtä tasalaatuista ja ennustettavaa lukemista kuin Big Mac tarjoaa pikaruokailijalle. Jos lukija matkustaa reitin Kuopio–Mikkeli–Kouvola–Lahti pysähtyen joka kaupungissa tauolle ja lukien jokaisessa kahvikupillisen seurana paikallisen lehden, hän ottaa vastaan koko ajan samanlaiselta näyttävää ja osin samoista teksteistä koostuvaa sisältövirtaa. Tähän kannattaa kiinnittää huomiota, koska printti on usein mielletty ainoastaan painetuksi tekstiksi ja unohdettu, että se koostuu myös kuvista, ja on itsessään visuaalinen esitys.

Lehtien päätoimittajat perustelivat ulkoasumuutosta lukijakuntiansa kannalta. Kritiikkiä he sivusivat kommentoidessaan tv-ohjelma-arvioita: *Kouvolan Sanomien* Petri Karjalaisen mukaan ”Marko Ahosen tv-arviot jäivät hetkeksi tauolle, mistä on tullut jonkin verran palautetta lukijoilta. Jatkossa niitä julkaistaan tv-aukeaman alalaidassa silloin, kun siellä ei ole ilmoitusta.” (Karjalainen 2020). *Kymen Sanomien* Heidi Ekdahlin mukaan ”Jos mainoksia on sivulla vähemmän, monen lukijan kaipaamat Marko Ahosen lyhyet tv-arviot saavat nekin sijaa lehdessä” (Ekdahl 2020). *Etelä-Saimaan* Eeva Sederholmin selitys on muita positiivisempi: ”Pieniä muutoksia tulee myös television ohjelmatietoihin. Marko Ahosen rakastetut arviot palaavat tiivistetyssä muodossa niiden yhteyteen. Niitä on moni lukija toivonut.” (Sederholm 2020.) Suuremmin markkinallistumisen seurausta tuskin voi ilmaista: tv-kritiikkiä konsernilehdissä saa olla, kunhan se ei haittaa ilmoituksia.

Teknologiaan innostuneen mielestä digitalisaatio voi merkitä yhtä syvälle menevää murrosta kuin kirjapainotaidon keksiminen, mutta silloin unohtuu, että mediaympäristö muuttuu myös teknologiasta riippumatta. Uudet teknologiat kantavat mukanaan edeltäneitä vaiheita, ja muutosten taustalla ovat monimutkaisesti järjestyneet kulttuuriset, sosiaaliset ja taloudelliset edellytykset, joiden kanssa teknologia on vuorovaikutuksessa. Sen unohtaminen johtaa determinismiin, jossa uusi väline, kuten painokone Gutenbergin aikana tai digitaalisuus 2000-luvulla tulkitaan muutoksen syyksi ja kaikki sitä seuraava teknologian vaikutuksiksi sen sijaan, että teknologisen kehityksen nähdään olevan myös yhteiskunnallisten tarpeiden ja muutosten tulosta.[\[3\]](#)

Medioituminen on historiallisesti vanha asia, mutta 1900-luku ja erityisesti sen viimeinen vuosikymmen sekä 2000-luvun alku ovat ilmiön ymmärtämisen kannalta keskeisiä. Käsite viittaa arkielämässä tapahtuneeseen viestinnälliseen käänteeseen: elämämme on yhä suuremmissa määrin medioiden välittämää ja niiden läpäisemää. Mediat ja teknologia rakentavat identiteettiämme, suhdettamme toisiin ihmisiin ja kokemustamme ympärillämme olevasta maailmasta. (Lehtonen 2001, 93–96.)

Digitalisaation ja internetin mediaympäristöön tuomaa muutosta on kuvattu mediakonvergenssin käsitteellä. Siinä on kyse viestintäjärjestelmien ja median eri muotojen lähenemisestä ja yhdentymisestä (Villi 2006, 101–104). Ratkaisevan sysäyksen konvergoitumiselle antoi uuden vuosituhannen ensimmäisen vuosikymmenen aikana verkkoviestinnän kehittyminen sellaiseksi, että verkossa voidaan sekä välittää kaikkien eri mediamuotojen (sanomalehden, television, radion, elokuvan, kirjojen jne.) sisältöjä että ottaa sisältöjä vastaan yhdellä ja samalla päätelaitteella. Verkkoon kytkeytymisen välineenä älypuhelimeksi kehittynyt langaton matkapuhelin ohitti lyhyessä ajassa kiinteät yhteydet. Nyt älypuhelimella voidaan seurata kaikkien medioiden sisältöjä. Siitä on tullut metamedia, jollaisen vielä vuosituhannen alussa nähtiin olevan kaukaisessa tulevaisuudessa (ks. Herkman 2003, 151–52; Villi 2006, 108).

Medioiden järjestelmätasoinen konvergoituminen tulkittiin 2000-luvun alussa kriittisissä kommentteissa aluksi samankaltaistumiseksi. Se yhdistettiin medioiden kaupallistumiseen ja viihteellistymiseen sekä printtaviestinnästä peräisin olevaan tabloidisaatioon. Myyvyyden ja viihdyttävyyden keinojen, kuten dramatisoinnin, henkilöityvyyden, nopeuden ja pinnallisuuden, samoin visuaalisuuden, arveltiin olevan läpäisemässä kaikkien viestinten sisältöjä (esim. Herkman 2003, 153–54).

Medioituminen ja konvergoituminen ovat johtaneet tarjonnan valtavaan lisääntymiseen, kun samoja tai lähes samoja sisältöjä tuotetaan moniin eri kanaviin. Tällöin yhtä lailla taide ja kulttuuri kuin niiden kritiikkikin, on otettavissa vastaan samanaikaisesti useiden eri kanavien kautta.

Verkkoyhteisöistä on tullut perinteisten viestinten rinnalle merkittävä keskustelukanava, ja niiden palveluksessa olevien ammattikriitikoiden rinnalle ovat tulleet verkkovaikeuttajat, jotka hyödyntävät rohkeasti uutta teknologiaa. Some-kanavat, kuten Facebook, Twitter ja Instagram, mahdollistavat taide- ja kulttuuri-ilmiöiden nopean, tiiviiseen ilmaisuun pakatun kommentoinnin, blogit, vlogit ja podcastit niiden laajemman analyttisen tarkastelun.

Verkon ja sosiaalisen median kautta leviävät kritiikit voivat olla perinteisten viestinten kritiikkien sisältöjä myötäileviä tai niitä täydentäviä, mutta myös vastakarvaan asettuvia ja niitä haastavia.

Verkon ja sosiaalisen median myötä keskusteluun on noussut uudella tavalla kysymys vastajulkisuudesta, joka voisi haastaa hallitsevan julkisuuden ja tuoda sen rinnalle vähemmistöön jääneiden näkemykset. Perinteiset viestimet, printtimedia, radio ja televisio ovat menettäneet vielä viime vuosituhaten lopulle saakka omistamaansa monopolia julkisen keskustelun alustana toimimiseen, samoin yksinoikeuttaan taide- ja kulttuurikritiikkiin sekä sen mukanaan tuomaan määrittelyvaltaan. Hyvän esimerkin tarjoaa elokuvakritiikki, josta jo valtaosa – joskaan ei välttämättä vaikutusvaltaisina osa – ilmestyy verkossa (Hakola 2015).

Markkinoiden muutoksen ja digitalisaation seurauksena perinteinen media on kadottanut yleisöään ja levikkiään samalla, kun sen valintoja ja arvostuksia on alettu pitää elitistisinä. Uudet digitaaliset media-alustat ovat mahdollistaneet sen, että ”kaikki ovat kritikoita” (McDonald 2007); kuka tahansa voi nostaa esiin kulttuurituotteita ja esittää niistä mielipiteensä. Sanomalehtien kirjallisuuskritiikin ovat 2010-luvulla haastaneet kirjallisuusblogit, joista suosituimmilla on useita satoja aktiivisia seuraajia ja jopa tuhansia satunnaisia lukijoita. Bloggaajien joukko on hyvin moniaineksinen. Mukana on sekä ammattikriitikon pätevyyden omaavia että vähemmän ammattitaitoisia kirjoittajia (Ruohonen 2018a, 164–68).

Lehtikritiikkien ja blogien kirjallisuuspuhetta tutkinut Heli Juntunen (2015, 100–104) toteaa järkevästi, että niissä on kyse kahdesta erilaisesta diskurssista, joille molemmille on paikkansa. Sosiaalisen median alustana Instagram tarjoaa kirjallisuudesta kiinnostuneille arvioita tarjoavan yhteisön. Maarit Jaakkola (2019, 105) kuvaa tutkimiaan Instagramin kirjallisuusaiheisia postauksia epäinstitutionaaliseksi ja korostuneen henkilö- tai omakohtaisiksi. Jos institutionaalista arviota kuvaa termi *re-viewing*, sosiaalisen median vernakulaarista kirjapuhetta luonnehtii *me-viewing*, hän

päättelee. Janssenin ja Verboordin (2015) analyysoimien kulttuurisen välittämisen käytäntöjen näkökulmasta vernakulaarisessa kritiikissä on kyse yhteen saattamisesta, lukijoiden kutsumisesta yhteisten kokemusten pariin. Konkreettinen esimerkki siitä ovat verkkolukupiirit, joissa vertaiskritiikki ja lukijat yhdistyvät.

Remix-kulttuurissa on kyse taiteen ja kulttuurin tuotannon ja levittämisen elementtien sekoittumisesta hybridiksi muodoksi, ja jopa vastaanoton yhdentymisestä samaan prosessiin. Taustalla ovat digitalisaation mukanaan tuomat mahdollisuudet, kuten YouTube. Se on yhtäältä media-alusta, toisaalta sisältögalleria ja kolmanneksi kommentointi- ja välityskanava (Koski 2011, 24–25). Se on muuttanut taiteen tuottajan ja kuluttajan välistä suhdetta: siellä kuka tahansa voi tuottaa itse lyhytfilmin tai musiikkivideon ja ladata sen julkisesti katsottavaksi. Samoin taiteen tekijän ja vastaanottajan rajaa murtavat podcastit, verkosta ladattavat, milloin tahansa kuunneltavissa olevat radio-ohjelmat, joiden tuottaminen ei vaadi erityisiä ammatillisia kykyjä eikä kalliita laitteistoja.

Sosiaalinen media kytkee ihmisiä rihmastomaiseksi, horisontaaliseksi verkostoksi. Kulutus on demokratisoitunut ja yleisöpohja laajentunut, makuhierarkiat ovat purkautuneet, taiteellinen ja kulttuurinen maku pirstoutunut. Suositukset seuraamisen arvoisista taide- ja kulttuuri-ilmiöistä leviävät somen rihmastoissa yhtä laajasti kuin perinteisten viestinten kulttuuriolosuhteiden välityksellä. Taiteen vastaanoton kynnys on madaltunut. Se on verkon myötä vapautunut aika- ja paikkasidonnaisuuksista. Esimerkiksi elokuvien katsomiselle ja musiikin kuuntelulle suoratoistopalvelut Netflix ja Spotify avaavat lähes rajattomat mahdollisuudet.

2020-luvulla on mahdollista tuottaa, arvioida ja kuluttaa kulttuuria ja taidetta verkkoympäristössä perinteisistä medioista riippumatta. Verkko ja aina mukana kulkeva älypuhelin mahdollistavat yhteyden kaikkien medioiden (kirjat, sanoma- ja aikakauslehdet, radio, televisio, elokuva) sisältöihin koska, missä ja mistä vain. Digitaalisuus mahdollistaa sekä institutionaalisen että vernakulaarisen kritiikin seuraamisen samanaikaisesti, jolloin kummallakaan ei ole automaattisesti etulyöntiasemaa. Kulttuurisia välittäjiä koskevan teorian näkökulmasta kyse on siitä, että tuottajien, välittäjien ja käyttäjien/kuluttajien väliset raja-aidat ovat osittain hämärtyneet (Jenkins 2006). Kun kulttuurin käyttäjät voivat toimia myös sisältöjen tuottajina ja välittäjinä, portinvartioinnin, arvottamisen ja markkinoinnin asetelmat rakenteistuvat uudelleen. Valinnoillaan ja arvioillaan tuotteille ja niiden tekijöille kulttuurista merkitystä ja kysyntää luovien tahojen piiri on näin laajentunut, ja samalla laatua koskeva määrittelyvalta jakaantunut yhä laajemmille tahoille.

4 Journalismin geneeriset konventiot

Vaikka institutionaalisen kritiikin auktoriteettiasema on suhteellisesti laskenut, sanomalehtien kulttuurisivut osallistuvat yhä keskeisesti kulttuurin legitimointiin ja taiteellisen laadun arviointiin (Janssen, Verboord ja Kuipers 2011; Purhonen ym. 2019), sillä kulttuuriosastoa seuraavat tavalliset lukijat, taiteilijat itse sekä kulttuurin rahoituksesta päättävät. Lehtien esittämät arvostelmat ohjaavat yleisön valintoja, ja arvostelmia lainataan apurahahakemuksissa, mainoksissa ja kirjojen liepeissä. Myös kriitikot itse näyttävät arvostavan enemmän painettuja kuin online-foorumeita (Hakola 2015, 188–89).

Kulttuurisivujen arvioiva tehtävä ei kuitenkaan enää ole yksin kritiikin varassa, vaan journalismin muutkin lajityypit – uutisista haastatteluihin ja kolumneista erilaisiin suosituksiin – ottavat enenevästi osaa tuotteita ja niiden tekijöitä koskevaan keskusteluun tarjotessaan niille julkisuutta sekä esittäessään niiden laatua koskevia suoria tai epäsuoria arvostelmia. Toimittajat ja kriitikot hyödyntävät journalistisiin työtapoihin ja juttutyyppeihin ruumiillistuneita luokituskeinoja, joiden avulla he osoittavat, mitkä teokset tai tuotteet ansaitsevat huomiota. Kun lehti julkaisee taiteilijasta koko aukeaman mittaisen kuvitetun haastattelun, se antaa samalla ymmärtää hänen olevan ammattikuntansa sisällä tavanomaista merkittävämmän henkilön. Journalismin kaikki genret – uutiset, haastattelut, featuret, suositukset, tapahtumavinkit sekä kolumneissa ja kommentteissa olevat kannanotot – ottavat osaa kulttuurituotteita koskevaan keskusteluun tarjoten teoksille julkisuutta, esittäen niiden laatua koskevia suoria tai epäsuoria arvostelmia ja nostaen valikoidusti tekijöitä esille (Hellman ja Haara 2018; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019). Julkisuuden määrästä on tullut yksi laadun mittareista.

Journalistiset genret ovat kiteytyneet pitkän ajan kuluessa nykyiseen muotoonsa, ja niille ovat sen myötä vakiintuneet omat, kullekin ominaiset piirteensä osana journalismin ja journalistin ammatin professionalistumista (Pietilä 2012). Ammattimaistuessaan journalismi on konventoitunut. Siihen on muodostunut käytäntöjä, jotka vähitellen vakiintuvat normeiksi, alkavat ohjata toimitustyön sisällöllisiä painotuksia, juttujen kirjoittamisen tapaa ja jotka lopulta kiteytyttyään puiteistavat toimitustyön arkista rutiinia. Kulttuurijournalismissa esteettisen paradigman vaihtuminen journalistiseksi tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että kulttuurista kirjoitettaessa noudatetaan samanlaisia rutiineja kuin muussakin toimitustyössä: kulttuurialan uutisia arvotetaan samankaltaisin periaattein kuin uutisia muilla osastoilla, ja haastatteluissa korostuu pitkä featuretyyppinen ilmaisu,

mistä *Helsingin Sanomien* kirjallisuusjournalismin viimeaikainen analyysi antaa selvää näyttöä. (Hellman ja Ruohonen 2019; Ruohonen ja Hellman 2020.)

Mediatutkija Seija Ridellin (1997, 169) mukaan uutistekstistä voidaan puhua jatkumona, jonka toisessa päässä ovat uutisen tuottamisen, toisessa päässä lukemisen käytännöt, ja samalla voidaan jäsentää muutkin journalistiset genret. Kun tiettyyn genreen kuuluva teksti tuotetaan sille kiteytyneiden konventioiden mukaisesti, lukija ymmärtää sen tarkoitetulla tavalla ja tunnistaa, mistä lajityypistä on kyse. Lukija tulkitsee mielessään uutisen tekstiksi, jonka oletetaan kertovan tärkeitä asioita, jolloin siinä esille nostettu asia taiteilijasta tai teoksesta synnyttää mielikuvan laadusta. Kulttuuriosastossa teoksen ja tekijän arvottaminen tapahtuu suoran kritiikin ohella huomioarvon kautta. Sitä tarjoavat arvostelujen lisäksi haastattelut ja featuret, joissa arvottamista tapahtuu kerronnan keinoin.

Yksi puoli journalismin konventioita on, että genrejä ei ole lupa sekoittaa. Jos uutisjutun kirjoittaneella toimittajalla on asiaan oma mielipide, hänen ei ole soveliasta kertoa siitä uutisessa, vaan kirjoittaa erikseen sen viereen nimellään varustettu uutiskommentti. Haastattelugenreen taas kuuluu yhtäältä haastattelutilanteen taustoittaminen, toisaalta vuoropuhelu haastattelevan toimittajan ja haastateltavan kesken niin, että valmiista jutusta hahmottuu sen sisään rakennettu kysymyspatteri. Featurejuttua luonnehtivat toimittajan näkyvä läsnäolo jutussaan, erilaisin siirtymälausein aiheesta toiseen etenevä, kaunokirjallista ilmaisu muistuttava tarinallinen rakenne sekä käänteisyys niin, että lukija saa palkinnon vasta luettuun jutun loppuun saakka. Feature perustuu usein monien ihmisten haastatteluihin sekä muihin journalistisiin tiedonlähteisiin. Käytännössä haastattelun ja featuren raja on liukuva, sillä haastattelua voidaan täydentää toisten ihmisten haastateltavasta antamin kommentein ja kirjallisista lähteistä saatavin tiedoin.

Arvostelun on perinteisesti katsottu koostuvan kolmesta osa-alueesta: kuvauksesta, tulkinnasta ja arvottamisesta. Kuvauksen on määrä tarjota konkreettisia tietoja teoksen objektiivisista piirteistä, joihin kuuluvat sen luokittelu ja kontekstualisointi taiteenlajin omien lajityyppien eli genrejen mukaan. Tulkinnan tarkoitus on antaa lukijalle aineksia teoksen ymmärtämiseen. Kritiikin varsinainen tehtävä ja erityinen ominaisuus toteutuvat arvottamisessa, joka perustuu kritikon havaintoihin ja kokemukseen. (Carroll 2009, 16–18; Heikkilä 2012, 39–44; Titchener 1998, 3.)

Kritiikin arvovallan kannalta oireellista on, että kulttuuritoimittajat puhuvat enenevästi arvostelun sijasta arviosta. Arvioksi liudentuneen kritiikin teksti on edelleen subjektiivinen ja edustaa kirjoittajansa näkemystä, mutta se ei ole enää makutuomarin lausunto esteettisestä arvosta, teoksen

hyvyydestä tai huonoudesta, toisin sanoen teoksen laadusta. Se on pohdiskelua, kenelle teos on suunnattu ja vastaako se kohderyhmän toiveita ja odotuksia. Arvostelun muuttuessa arvioksi kuvailun ja tulkinnan voi olettaa lisääntyvän arvottamisen kustannuksella. Tätä ei tietääksemme ole systemaattisesti tutkittu (vrt. Hellman 2009; Linkala 2014).

Taideinstituution piirissä kritiikkiä on arvosteltu pinnallistumisesta. Kirjallisuudentutkija Kuisma Korhosen mielestä kirjallisuuskritiikeistä oli 2010-luvulle tultaessa muodostunut autoesittelyjen kaltaista kuluttajavalistusta, jossa päähuomio kohdistuu siihen, kannattaako kirjaan sijoittaa vai ei. Korhonen (2012, 62–64) arvioi kirja-arvioiden lyhentyneen ja yksinkertaistuneen, koska ”kriitikon pitää sanoa sanottavansa yhä lyhyemmässä tilassa ja mielellään mahdollisimman selkokielisenä, helposti kulutettavassa muodossa”, ja ”kirjailijan kasvopiirteet ovat päivälehdessä vastaavan mukaan ilmeisesti kirjan sisältöä suurempi uutinen”.

2010-luvun alussa arvioitiin, että kirja-arvosteluista ”enää osa oli kritiikkejä sanan perinteisessä merkityksessä suurimman osan ollessa epäanalyttisiä 10–20 palstasenttimetrin suppeita kirjaesittelyjä” (Ruohonen 2018b, 194). Lehden omien toimittajien katsottiin syrjäyttäneen ammattikritikoita ja tutkijoita erityisesti *Helsingin Sanomissa* (Kantokorpi 2013, 198; Ruohonen 2018b, 192; Sevänen 2018, 136). Kriitikko Mervi Kantokorpi (2013, 195) ilmaisi asian niin, että analyttisen ja kontekstualisoivan kritiikin sijasta korostetaan lukijalähtöistä viihdyttävyyttä, herättelevää poleemisuutta sekä juttujen näyttävää esillepanoa, ja että kirja-arviot yhä useammin ovat kirjailijan suurella kuvalla varustetulle haastattelulle alisteisia kainalojuttuja.

Kantokorven näkemys on siinä mielessä pulmallinen, että yhtäältä hän moittii kärkkäästi kritiikin pinnallistumista, mutta toisaalta hän toimii syvällä sen ytimessä (Mäkinen 2010). Hänellä on kritiikki-instituutiossa merkittävää valtaa käyttävänä mahdollisuus pitää itse analyttisen ja kontekstualisoivan kritiikin lippua korkealla. Kun hänessä yhdistyvät kriitikon ja palkitsijan roolit, hän käyttää valtaansa sekä ohjaamalla julkista keskustelua teoksista että kanonisoimalla niitä. Kantokorpi oli vuonna 2018 palkintolautakunnan jäsenenä päättämässä nuorille kirjailijoille jaettavista Kalevi Jäntin säätiön palkinnoista, jotka ovat rahalliselta arvoltaan merkittävät.^[4] Ennen palkintojen jakoa Kantokorpi oli kirjoittanut yhdestä palkitusta teoksesta, Silvia Hosseinin *Pölyn ylistys* -esseekokoelmasta *Helsingin Sanomiin* erittäin kiittävän arvion (ks. Kanerva 2018).

Helsingin Sanomien, sen kulttuuritoimittajien sekä siihen kirjoittavien arvioijien roolia kulttuurin kentän vallankäyttäjänä on lehti itse reflektoinut, kun kulttuuritoimittaja Esa Mäkinen kartoitti kentän vaikutusvaltaisimpia tekijöitä ja heidän verkostojaan:

”Helsingin Sanomia ei voi ohittaa mediavallan käyttäjänä, ja tämän lehden kirjallisuustoimittaja Antti Majander mainittiin usein heti Kantokorven jälkeen. Helsingin Sanomien ja muidenkin medioiden valta näkyy esimerkiksi siinä, että apurahojen myöntäjät uskovat kritiikkeihin hyvinkin tarkasti.” (Mäkinen 2010, C3.)

Kirjallisuustoimittaja Antti Majanderin määrittelyvaltaa korostaa hänen osallistumisensa *Helsingin Sanomien* vuotuisesta esikoiskirjapalkinnosta päättämiseen; hän on sekä arvottajana määrittelemässä laatua että portinvartijana jakamassa julkisuutta. Jäntin Säätiön palkinnon tavoin lehden myöntämä kirjallisuuspalkinto (aikaisemmin Erkon palkinto) on rahallisesti merkittävä, 15 000 euroa. Esikoiskirjailijalle jo valikoituminen kymmenen palkintoehdokkaan joukkoon merkitsee huomattavaa julkisuutta. Tuoreissa tutkimuksissa havaittiin, että joissakin tapauksissa lehti saattoi kohdistaa yksittäiselle esikoiskirjailijalle erittäin suuren huomioarvon. Vuonna 2016 esikoiskirjailija Hanna Weseliusta esiteltiin ehdokasvaiheessa *Helsingin Sanomissa* kolmen tabloidisivun verran, ja palkinnon saamisen jälkeen vielä kahden sivun jutulla. Toisaalta osaa esikoiskirjailijoista, saati jokaista jo vakiintunuttakaan tekijää ei huomioida lehdessä lainkaan. (Ruohonen ja Hellman 2020.)

Esimerkki muistuttaa journalismin puhuttelutapojen muutoksesta. Koska journalismin eri genrejen kirjoittamisen tavat ovat eriytyneitä ja vahvasti kiteytyneitä, kirjaa koskeva uutinen, kirja-arvio ja kirjailijan haastattelu nojaavat kukin omiin geneerisiin konventioihinsa ja lähestyvät lukijaa eri tavoin (Bech-Karlsen 1991). Juttutyyppeiden käytössä tapahtuvat muutokset kertovat lehden pyrkimyksestä muuttaa puhuttelutapaansa, ja ne kuvaavat konkreettisesti, miten lehti ja siihen kirjoittavat toimittajat lähestyvät lukijoita.

Kun äskettäin tutkittiin, miten *Helsingin Sanomien* kirjallisuutta käsittelevän journalismin keinovalikoima muuttui lehden siirryttyä broadsheet-koosta tabloidiksi, havaittiin yllättäen, että kritiikkien suhteellinen osuus kulttuurisivuilla vahvistui hienoisesti vuodesta 2011 vuoteen 2016, vaikka niiden absoluuttinen määrä laski lähes neljänneksellä. Syksyllä 2016 runsas kolmannes (37,6 %) lehden kirjallisuusjutuista oli kritiikkejä. Muista mielipiteellisistä juttutyypeistä toimittajien laatimien kolumnien ja kommenttien osuus väheni ja lukijoiden lähettämät keskustelupuheenvuorot katosivat tyystin, kun taas laajoista esseistä oli tullut miltei jokaviikkoinen ilmiö pelkästään kirjallisuuden osalta. Odotusten mukaisesti havaittiin kuitenkin, että populaaria julkisuutta ilmentävät featurejutut ja haastattelut olivat lisänneet osuuttaan, niiden pituus oli kasvanut keskimäärin puolella, ja ne olivat aiempaa visuaalisempia. Kritiikki ei tulosten mukaan ollut

menettänyt asemiaan, sillä myös arvostelut olivat keskimäärin hieman aiempaa pidempiä ja kuvitetumpia. (Hellman ja Ruohonen 2019, 226–29.)

Toisessa *Helsingin Sanomien* kirjallisuusjournalismiin paneutuvassa tutkimuksessa huomio kohdistettiin kulttuuriosaston pääjuttuina oleviin henkilöhaastatteluihin. Vuodesta 2011 vuoteen 2016 kotimaisten kirjailijoiden osuus haastatteluista kasvoi. Se viestii kulttuurisivujen kasvaneesta lukijalähtöisyydestä, sillä haastatteluista nousi selvästi esille kaksi ryhmää: yhtäältä kirjailijat, jotka muutoinkin ovat valmiiksi paljon julkisuudessa, toisaalta *Helsingin Sanomien* omaa kirjallisuuspalkintoa tavoittelevat esikoiskirjailijat. Oletus haastattelussa käytetyn puhuttelutavan sisällöllisestä keventymisestä, yksityisen ja intiimin sfäärin korostumisesta, ei toteutunut. Jutut keskittyivät kirjailijan julkiseen rooliin. (Ruohonen ja Hellman 2020.)

Tutkimukset osoittivat, että *Helsingin Sanomien* kirjallisuusjournalismissa puhutellaan lukijoita käyttäen journalistisia juttutyyppejä laajasti ja monipuolisesti. Arvioiden määrä oli vakiintunut runsaaseen kolmanneksen kirjallisuusjutuista, mutta niiden rinnalle olivat tulleet toimituksen omat suositukset, lyhyet uusien kirjojen tai kirjailijoiden puffimaiset nostot, jotka ovat lähes suoria ostokehotuksia. Niiden määrä oli tarkastelujaksolla selvästi lisääntynyt (Hellman ja Ruohonen 2019, 226–27). Kun samaan aikaan erityisesti lähtöjuttuina julkaistut kirjailijahaastattelut olivat kasvaneet usein kolmen tabloidisivun laajuisiksi, niiden näkyvyys ja merkitys korostuivat. Ensinnäkin haastateltavaksi pääsevä kirjailija voi olettaa saavansa osakseen erittäin suuren huomioarvon, mikä oletettavasti vaikuttaa myös hänen teostensa myyntiin. Toiseksi lehden lukija mieltää haastatellun kirjailijan tavanomaista selvästi tärkeämmäksi henkilöksi, sillä antamalla teokselle määrällisesti suurta huomiota lehti samalla viestii tekijän merkittävyyttä sekä teoksen laatua. Samat laajat haastattelut saavat näkyvän aseman lehden digitaalisessa versiossa, jossa ne saatetaan julkaista uutisvirran kärjessä erityisinä ”timanttijuttuina”, joihin on lisätty linkkien kautta lisääaineistoa, esimerkiksi video haastattelusta.

Helsingin Sanomien kirjallisuusjournalismin analysointi viittaa siihen, että kulttuuritoimituksen rooli teosten arvottajana on myötä heikentynyt, mutta sen sijaan vahvistunut julkisuuden portinvartijana sekä teosten markkinoijana. Väitettä tukevat suoriksi ostokehotuksiksi miellettyjen suositusten selvä lisääntyminen sekä kotimaisten kirjailijoiden haastattelujen painottuminen entuudestaan julkisuudessa oleviin henkilöihin ja lehden omasta kirjallisuuspalkinnosta kilpaileviin.

Haastattelun, arvion, suosituksen tai muun journalistisen puhuttelutavan välityksellä teokselle julkisuutta antava kulttuuritoimittaja jakaa ilmaista mainosta ja luo laatuvaikutelmaa. Koska lehdet

toimivat aiempaa lukijalähtöisemmin, teosten suosiota tai menekkiä koskevat odotukset vaikuttavat valintoihin ja annetun huomion laajuuteen. *Helsingin Sanomien* kulttuuriosaston kannen ja jatkoaukeaman mittainen juttukokonaisuus Jari Tervon kirjoittamasta Vesa-Matti Loirin muistelmateoksesta saattaa myydä kirjaa tehokkaammin kuin ilmoitus huolimatta siitä, että kokonaisuuden osana julkaistu kirjan arvio oli sävyiltään nihkeä (ks. Majander 2019). Päivää ennen Sofi Oksasen syksyn 2019 uutuusteoksen *Koirapuiston* ilmestymistä 19.9.2019 *Helsingin Sanomien* koko etusivun täytti Suomalaisen Kirjakaupan ilmoitus, jossa luvattiin 50 ensimmäiselle ostajalle kirjailijan signeeraama kappale. Seuraavan päivän numerossa teoksesta julkaistiin lähes sivun mittainen arvio, jonka edellä oli kulttuuriosaston avannut koko sivun kuva Oksasesta (Ruuska 2019). Peräkkäisinä päivinä julkaistut maksettu ilmoitus ja laaja kritiikki tukivat toisiaan ja vahvistivat toistensa sanomaa, vaikka mitään tietoista yhteistyötä kirjakauppa ja toimitus eivät tekisikään. Kuten tärkeiksi etukäteen arvioitujen teosten kohdalla aina, Oksasen uutuusteos oli ollut etukäteen luettavana *Helsingin Sanomien* arvioijalla niin, että juttu oli varmasti valmis ja julkaistavissa heti kirjan virallisena ilmestymispäivänä. Se, että arvio ei ollut ylitsevuotavan kiittelevä, ei ole niinkään merkityksellistä, koska kirjamarkkinoilla julkisuus itsessään on tärkeää, ei pelkästään sen myönteisyys. Arvio on vain yksi osa uutuusromaanin ilmestymiseen liittyvää kokonaisjulkisuutta, jota tuottavat vuorollaan kaikki journalistit genret.

Käsittely- ja puhuttelutapojen moninaisuudesta kertovat myös tutkimukset, joissa analysoitiin David Lagercrantzin ensimmäisen *Millennium*-kirjan *Se mikä ei tapa* sekä yhdysvaltalaisen *Mad Men* -tv-sarjan vastaanottoa Pohjoismaissa. Analyysit osoittivat ensinnäkin, että kulttuurisen välityksen kannalta ei ole suurta merkitystä sillä, ovatko teosten laatua koskevat kirjoitukset uutistyyppisiä vai mielipiteellisiä, sillä molemmat ottavat osaa sekä kulttuurituotteiden esille tuomiseen että arvottamiseen. Eri genret mahdollistivat teosten käsittelyn eri näkökulmista ja eri rekistereitä hyödyntäen. *Mad Meniä* käsittelevät kirjoitukset kartoitettiin kaikkiaan 36 johtavasta lehdestä yhdeksän vuoden ajalta. Kirjoituksista vain lievä enemmistö (54 %) oli mielipiteellisiä eli arvosteluja, kolumneja, suosituksia, puheenvuoroja tai esseitä, ja varsinaisia arvosteluja aineistosta löytyi vain 38 (12 %). *Millennium*-teosta käsittelevistä kirjoituksista arvioiden osuus oli vielä pienempi (7 %), mutta molemmissa tapauksissa myös uutistyyppiset lehtijutut saattoivat kertoa teosten laadusta. (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 416–19; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019, 264–70.)

Yksi tutkimuksen löydöistä liittyy journalistien keinoihin puhua teosten laadusta välillisin keinoin. Kaikista *Millennium*-kirjoituksista joka kolmas viittasi tavalla tai toisella Lagercrantzin tyyliin ja

joka kymmenes – Suomessa julkaistuista peräti joka kolmas – kirjan vastaanottoon ja menestykseen muissa maissa. *Mad Men* -kirjoituksista merkittävä osa (42 %) viittasi sarjan henkilöhahmojen kompleksisuuteen ja osapuilleen yhtä moni (42 %) sen ajankuvan tarkkuuteen. Joka kolmas (32 %) kirjoitus puhui tavalla tai toisella myönteisesti *Mad Menin* tuotantoarvoista. Useampi kuin joka viides kirjoitus (28 %) toi esiin sarjan saamat lukuisat palkinnot. Jos mielipiteelliset genret mahdollistivat sarjan sisäisten, esteettisten, laatuominaisuuksien esille tuonnin, uutistyyppiset tekstit nojasivat ennen muuta laadun ulkoisiin, institutionaalisiin, osoittimiin. (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 417–24; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019, 264–70.)

Merkityksellistä on sekin, ketkä näistä teoksista kirjoittivat. Lagercrantzin *Se mikä ei tapa* -teosta arvioivat tai kommentoivat tyypillisesti nimekkäimmät kriitikot, kulttuuriosastojen päälliköt, eräissä tapauksissa arvostetut ulkopuoliset asiantuntijat. Samaan tapaan *Mad Men* -sarjasta muodostui kaikissa Pohjoismaissa kulttuuriälymystön lemmikki, jota kolumnipalstoillaan tai muuten kommentoivat johtavat kriitikot ja kulttuuritoimittajat, jotka onnistuivat viittaamaan siihen esimerkkinä television laatusarjasta tai muodin trendintekijänä silloinkin, kun kirjoitukset eivät suoranaisesti käsitelleet sarjaa. Tämä kertoo teosten suuresta kulttuurisesta legitimitetistä pohjoismaisessa keskustelussa. (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 417–24; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019, 264–70.)

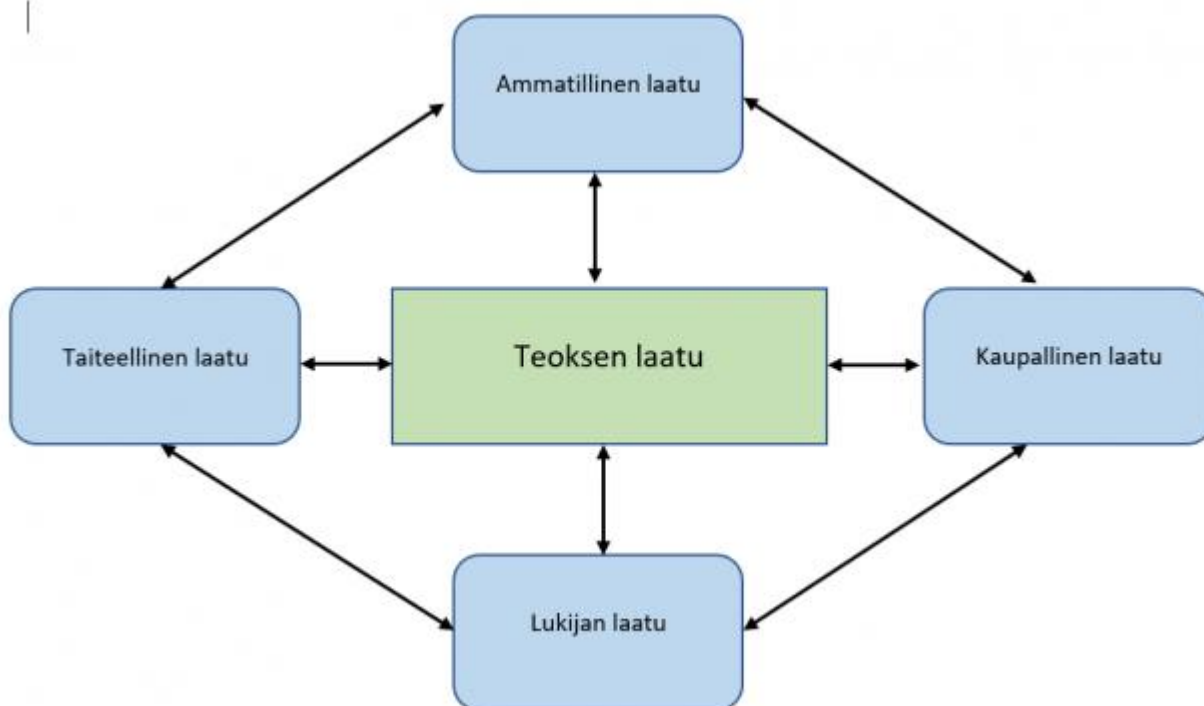
5 Laadun aspektit

Viime kädessä kritiikissä on kyse teoksen laadun arvioinnista. Vaikka tässä ei ole mahdollista käydä syvällistä keskustelua siitä, mitä laatu on, valotamme kuitenkin omaa näkemystämme laadun käsitteeseen. Neuvottelu siitä, mikä edustaa hyvää ja mikä huonoa laatua, on kulttuurisen luokittelun ydinkysymys. Laatu on ollut keskeinen kriteeri, jonka perusteella on piirretty korkeakulttuurin ja viihteen, taiteen ja ei-taiteen rajoja. Kulttuuriset luokittelut ovat modernisoitumiskehityksen myötä muuttuneet aiempaa suhteellisemmiksi, jolloin luokkien rajat ovat hämärtyneet ja luokitteluperusteiden hierarkkisuus on loiventunut (Heydebrandt ja Winko 2008; Janssen ja Verboord 2015).

Tarkastelumme kannalta keskeistä on, että kulttuurituotteiden symbolista arvoa ja laatua koskevat käsitykset syntyvät diskursiivisesti sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, jossa eri toimijoiden resursseilla ja heidän keskinäisillä valtasuhteillaan on ratkaiseva merkitys (Janssen, Verboord ja Kuipers ym. 2011; Verboord, Kuipers ja Janssen 2015). Pierre Bourdieu erottelee toisistaan taiteen

tai kulttuurin *porvarillisen, populaarin ja erityisen* legitimiteetin, joista ensimmäinen viittaa sen saamaan esteettiseen (kriittiseen), toinen taloudelliseen (suosioon perustuvaan), ja kolmas ammatilliseen (kollegiaaliseen) hyväksyntään (Bourdieu 1993; ks. myös Scardaville 2009; Schmutz 2016). Vaikka kulttuurista legitimiteettiä koskeva teoria kiinnittää huomiota lähinnä kentän institutionaalisiin toimijoihin, ”osallistumiselle avoimen kulttuurin” (Jenkins 2006) aikakaudella korostuu se, että myös *yleisö* ottaa osaa kulttuurituotteiden laadusta käytävään keskusteluun sosiaalisen median foorumeilla (Kammer 2015), sekä suosittelee sisältöjä tai antaa niistä arvosanoja erilaisilla jakamisalustoilla (Jaakkola 2019).

Laatuun sisältyy neljä eri aspektia, jotka ovat osittain toisiaan täydentäviä, mutta myös keskenään kilpailevia. Nämä aspektit voidaan nimetä *taiteelliseksi, kaupalliseksi, ammatilliseksi ja vastaanottajan/lukijan* kokemaksi laaduksi. Perinteisesti taiteellinen ja kaupallinen laatu on nähty toisilleen vastakkaisiksi, jolloin ammatillisen ja lukijan laadun voidaan ajatella toimivan kahden edellisen välittäjinä. Aspektit ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa, eikä yhdelläkään kentän toimijalla ole yksinoikeutta tiettyyn laadun aspektiin. Kaikki neljä laadun aspektia ovat mukana laatua koskevassa yhteiskunnallisessa neuvottelussa. (Ks. tarkemmin Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 410–12.) Laadun aspektit on tiivistetty kuvioon 1.



Kuvio 1. Laadun aspektit.

Laadun aspekteissa on muistettava, että niistä voi olla toisistaan täysin poikkeavia käsityksiä. Ne eivät ole tasavertaisia, vaan jotkut niistä ovat legitiimimpiä kuin toiset. Laatu ei ole tuotteen, esimerkiksi kirjan tai televisiosarjan, absoluuttinen ominaisuus, vaan aina suhteessa muihin vastaaviin tuotteisiin ja laadun määrittelijän omaksumiin kriteereihin. Kaupallisen laadun osalta teokset eroavat toisistaan myyntipotentialiltaan, ammatillisen laadun osalta ilmaisukeinojen hallinnaltaan ja tuotantoarvoiltaan. Lukijan kokema laatu vaihtelee sen mukaan, lähestyykö hän teosta esteettisesti vaiko kokemusperäisesti. Kun puhutaan teoksen taiteellisesta laadusta, viitataan yleensä sen sisäisiin laatuominaisuuksiin eli muotoon, ilmaisuun ja sisältöön, joiden suhteen teokset erottuvat toisistaan, mutta sitä arvioidaan myös palkinnoilla ja tunnustuksilla, joita puolestaan voidaan pitää teoksen ulkoisina laatuominaisuuksina. (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 409–12.)

Olemme tarkastelleet journalistien suhteellisen autonomista kykyä määrittellä kulttuurituotteiden laatua ja oikeutusta. Journalistien erityinen rooli kulttuurisina välittäjinä piilee siinä, että eri genrejä edustavissa jutuissaan he voivat nostaa esille keskenään kilpailevia laatukäsityksiä. Vaikka kritiikit perinteisesti korostavat taiteellista laatua, siis teoksen muotoa, sisältöä ja ilmaisua, niissä saattavat korostua kaupalliset tai lukukokemukseen liittyvät näkökulmat. Vastaavasti teoksen kaupallisia laatuaspekteja korostava reportaasi voi viitata sen taiteellisiin tai ammatillisiin ansioihin. (Hellman, Riegert ja Kristensen 2018, 412–13.)

Journalistit eivät toimi kulttuurin kentällä yhtäläisin resurssein. Suuren median toimittajalla on tavoittamansa julkisuuden ansiosta enemmän laatua koskevaa määrittelyvaltaa kuin pienen julkaisun toimittajalla. Johtavan sanomalehden kriitikolla voi olla sekä oman henkilökohtaisen taustansa että työyhteisönsä myötä enemmän kulttuurista pääomaa määrittellä tuotteiden *esteettistä* laatua kuin iltapäivälehdessä viihdetoimittajalla, mutta jälkimmäinen voi olla avainasemassa, kun pohjustetaan tuotteiden suosiota ja niiden *taloudellista* oikeutusta (Baumann 2001; Hellman ja Haara 2018). Kulttuuriteollisuuden tuottama PR-aineisto saattaa vaikuttaa molempien näkemyksiin ja välittyä journalistien kautta muovaamaan yleisön käsityksiä (Schmutz 2016). Tekijän aiemman menestyksen ja palkintojen, samoin sen, kuinka arvostettu kulttuurituotteen tuottaja tai julkaisija on, on havaittu vaikuttavan journalistien antamaan tunnustukseen (Janssen 1997; Verboord, Kuipers ja Janssen 2015). Meitä kiinnostavat kulttuurijournalistien keinot ilmaista ja merkitä teosten ja esitysten taiteellista laatua, ja paneudumme lopuksi niihin.

6 Typologia: laadun merkitsemisen keinot

Tarkastelumme lopputuloksena esitämme typologian, joka kuvaa niitä journalistisia keinoja, joita kulttuuritoimittajilla ja kriitikoilla on käytössään halutessaan ilmaista jonkin teoksen tai esityksen edustavan joko hyvää tai huonoa laatua. Typologia tarjoaa metodologisen ratkaisun kulttuurijournalismin määrälliseen ja laadulliseen tutkimukseen. Se palvelee konkreettisen tutkimuksen analyttisenä kehikkona. Typologia nojaa omista aiemmista tutkimuksista keräämäämme kokemukseen (ks. Hellman, Riegert ja Kristensen 2018; Hellman ja Haara 2018; Kristensen, Hellman ja Riegert 2019; Hellman ja Ruohonen 2019; Ruohonen ja Hellman 2020.)

Taulukon 1 typologia journalismin keinoista laadun merkitsemiseksi on velkaa aiemmalle journalismin tutkimukselle. Andersson (2013) sekä Uribe ja Gunter (2004) ovat analysoineet tabloidisaation vaikutuksia journalismiin vastaavan kaltaisen analyttisen viitekehyksen avulla. Runkona oleva kolmijako journalismin muotoihin, puhuttelutapoihin ja sisältöihin kattaa keskeisen välittämiskeinojen valikoiman ja osoittaa tarvittavat tarkastelu-ulottuvuudet. Kehikon sisällä muuttujia – samoin kuin niihin liittyviä mittareita tai osoittimia – voidaan karsia tai lisätä tarpeen mukaan, kuten aiemmissa tutkimuksissa on tehty. Koska muuttujat ja mittarit perustuvat omien tutkimustemme tarpeisiin, ne eivät kata tyhjentävästi kaikkia journalismin muotoon, puhuttelutapaan ja sisällöllisiin ilmaisukeinoihin liittyviä tekijöitä, mutta uskomme niiden tarjoavan käyttökelpoisen analyttisen mallin jatkotutkimuksille.

Taulukko 1. Journalismin keinot merkitä kulttuurituotteen laatua.

Tarkastelu-ulottuvuus	Muuttuja	Mittarit
Muoto	a) Jutun sijoittelu	<ul style="list-style-type: none"> • Lähtöjuttu vai ei • Sivun pääjuttu vai ei
	b) Jutun status	<ul style="list-style-type: none"> • Pääjuttu vai kainalojuttu • Kirjoittajan status
	c) Jutun laajuus	<ul style="list-style-type: none"> • Sivumäärä • Palstasenttien/rivien määrä
	d) Jutun kuvitus	<ul style="list-style-type: none"> • Kuvien määrä • Kuvien koko
	e) Jutun julkaisuajankohta	<ul style="list-style-type: none"> • Ennakko- vai jälkijuttu • Ilmestymispäivän juttu vai ei
Puhuttelutapa	a) Jutun genre	<ul style="list-style-type: none"> • Genreluokitus
	b) Jutun lähestymistapa	<ul style="list-style-type: none"> • Vakava vs. populaari • Esteettinen vs. journalistinen
	c) Jutun luonne	<ul style="list-style-type: none"> • Neutraali vs. arvottava
	d) Jutun näkökulma	<ul style="list-style-type: none"> • Julkinen vs. intiimi
Sisältö	a) ”Ulkoisen” laatu	<ul style="list-style-type: none"> • Teoksen myyntimenestykseen liittyvät lausumat • Palkintoihin liittyvät lausumat • Arvostelumenestykseen liittyvät lausumat
	b) ”Sisäisen” laatu	<ul style="list-style-type: none"> • Ilmaisuun liittyvät lausumat • Muotoon liittyvät lausumat • Sisältöön liittyvät lausumat

Juttujen *muotoon* liittyvät laadun muuttujat ilmaisevat niiden ulkoisia ominaisuuksia. Jutun sijoittelulla on suuri merkitys, kun arvioidaan tarkastellun teoksen arvottamista. Kulttuuriosaston kansijutuksi nostettu haastattelu tai arvostelu viestii kohteen tärkeydestä; sivun yläreunaan nostettu juttu on arvokkaammalla paikalla kuin alareunaan sijoitettu. Jutun statuksen merkityksestä kertoo se, että pääjuttuna julkaistu arvio näyttää painokkaammalta kuin haastattelun kainaloon sijoitettu, ja

että arvostetun pääkriitikon teksti on painavampi kuin vasta kentälle tulleen freelancerin. Jutun saama palstatila, jota voidaan mitata palstasentteinä tai rivimäärinä, viestii arvostuksesta, samoin jutun yhteydessä julkaistujen kuvien määrä ja koko. Mitä laajemmin ja näyttävämmin kirjoitus on julkaistu, sen suurempi on sen laadusta viestivä painoarvo. Jutun julkaisuajankohdallakin voidaan viestittää kulttuurituotteen laatua; kirjojen kohdalla arvostetuimmat teokset arvioidaan heti niiden ilmestymispäivänä.

Juttujen *puhuttelutapaan* liittyvistä muuttujista jutun genre on kenties tärkein. Kriitikki tarjoaa parhaat mahdollisuudet laatua koskevien arvostelmien tekemiseen, mutta kulttuurisen välittämisen näkökulmasta yksin kriitikot eivät kuitenkaan ole tärkeitä, vaan huomioon on otettava kaikki journalistiset genret. Myös uutiset, haastattelut, kolumnit ja erityisesti erilaiset suositukset viestivät tuotteen kulttuurisesta arvosta ja legitimitetistä. Edelleen on mahdollista tarkastella, onko jutun lähestymistapa tuotteeseen populaari vaiko vakava, journalistinen vaiko esteettinen. Vakava, esteettinen lähestymistapa viittaa laatuun voimakkaammin kuin populaari, journalistinen lähestymistapa. Vastaavasti laatuun liittyvästä kannasta viestii, jos jutun luonne on neutraalin sijasta arvottava. Lähestyykö juttu kirjailijaa tai taiteilijaa hänen julkisen roolinsa vaiko intiimin yksityiselämänsä näkökulmasta, viestii laadusta: julkisen roolin kautta piirretty kuva kertoo arvostuksesta, yksityiselämään painottuva haastattelu yhdistyy populaariin julkisuuteen.

Lopuksi journalismin *sisältöön* liittyvinä keinoina malli nostaa esiin erilaiset kulttuurituotteiden ulkoisiin ja sisäisiin laatuominaisuuksiin liittyvät lausumat. Ulkoisiin laatuominaisuuksiin lukeutuvat kaikki viittaukset tuotteen sellaisiin ominaisuuksiin, jotka eivät ole itse tuotteessa, mutta jotka edustavat laatua, kuten maininnat niiden saamista palkinnoista ja kriitikoiden esittämistä kiitoksista. Samaan ryhmään lukeutuu tuotteen kytkeminen johonkin laadusta viestivään luokkaan, esimerkiksi tv-sarjan kutsuminen *laatusarjaksi* tai sen kuuluminen arvostetun tuotantoyhtiön ohjelmistoon. Sisäisiä laatuominaisuuksia ovat viittaukset teoksen esteettisiin ominaisuuksiin eli sen muotoon, ilmaisuun ja sisältöön. Esimerkiksi televisiosarjan sisäisistä laatuominaisuuksista puhutaan silloin, kun sen rakennetta kiitetään romaaninomaisuudesta (muoto), kerrontaa tarkasta ajankuvasta (ilmaisu) tai sen tematiikan sanotaan käsittelevän oivaltavasti tarkastelemansa aikakauden, vaikkapa 1960-luvun, kulttuurisia jännitteitä (sisältö).

Typologian kaikkia ulottuvuuksia on mahdollista tutkia niin määrällisesti kuin laadullisestikin ja käyttää niitä sekä tapaustutkimuksissa että laajempien kehitystrendien analyyseissä sisällönanalyysin luokittelurunkona. Sen avulla on mahdollista vertailla yksittäisten teosten

vastaanottoa mediassa, ja se on käyttökelpoinen tutkittaessa kulttuurijournalismin muotojen, puhuttelutapojen ja sisällöllisten painotusten pidemmän aikavälin kehitystä. Se on joustava ja mahdollistaa muuttujien samoin kuin mittarienkin tarkentamisen, karsinnan ja lisäämisen kulloisenkin tutkimusintressin mukaan.

7 Lopuksi

Olemme tarkastelleet artikkelissa kulttuuritoimittajien ja kriitikoiden toimintaa kulttuurisina välittäjinä uudessa mediaympäristössä, jossa institutionaalisen päivälehtikritiikin asema on kyseenalaistunut, ja sen rinnalle on tullut ei-institutionaalinen, vernakulaarinen kritiikki. Huolimatta digitaalisen ja sosiaalisen median uusien alustojen noususta, päivälehdissä työskentelevät kriitikot ja toimittajat osallistuvat edelleen keskeisellä tavalla kulttuurituotteiden ja erilaisten teosten portinvartiointiin, arvottamiseen ja markkinointiin. Nämä kolme funktiota ovat vuorovaikutuksessa keskenään; käytännön journalistisessa työssä niiden rajat ovat liukuvat. Sanomalehtikritiikin asema on yhä medioituneemmassa yhteiskunnassa muuttunut: kritiikin lisäksi myös muilla journalismin genreillä luodaan ja pidetään yllä arvostuksia. Keskittyminen yksistään kritiikkiin on näkökulmana suppea, sillä se jättää sivuun journalistisen vaikuttamisen ja sen keinovalikoiman kokonaisvaltaisuuden.

Kulttuuritoimittajien ja kriitikoiden toiminnan mainitut kolme ulottuvuutta realisoituvat teksteinä. Jo yksittäinen journalistinen teksti voi toimia samanaikaisesti joltakin puoleltaan portinvartijana, toiselta kulmaltaan arvottavana ja kolmannelta kohdaltaan se voi tarkoituksella tai tahtomattaan markkinoida esittelemäänsä tuotetta tai teosta. Varsinaisten kritiikkien rinnalle ovat tulleet lyhyet, iskevät, myyntipuheen kaltaiset toimituksen suositukset uutisissa, haastatteluissa ja featurejutuissa. Kulttuurituotteille ja niiden tekijöille annetun fyysisen palstatilan laajuus indikoi merkittävyyttä ja laatua.

Artikkelimme teoreettis-metodologisessa osuudessa olemme luoneet typologian, jonka avulla journalististen tekstien muotoon, puhuttelutapoihin ja sisältöihin yhdistyviä laadullisia piirteitä voidaan määrällistää ja ottaa ne empiirisen tutkimuksen kohteiksi. Siten tekstit avautuvat kokonaisvaltaisemmin. Näin voidaan osoittaa, miten ne kehystävät kohdettaan erilaisin journalistisin keinoin ja millaiseen kontekstiin ne sen asettavat. Se avaa jatkotutkimuksille uuden ja arviomme mukaan hyvin kiinnostavan lähtökohdan. Tutkittaessa medioita printistä ja perinteisistä sähköisistä viestimistä uusimpiin digitaalisiin verkkofoorumeihin kannattaa miettiä kunkin välineen

ominaislaatua ymmärättäviä typologioita, jotka mahdollistavat niissä tarkasteltavien kulttuurituotteiden kritiikeissä ilmenevien, sisältöön, muotoon ja puhuttelutapoihin liittyvien laatuaspektien tarkemman analysoinnin.

Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 15.3.2016

Lehtiartikkelit

Ekdahl, Heidi. 2020. ”Päätoimittajalta: Uusi tyyli, tutut sisällöt – Lehden ulkoasu muuttuu, mutta tavoite pysyy ennallaan.” *Kymen Sanomat* 19.1.2020.

<https://kymensanomat.fi/mielipide/paakirjoitukset/219efa8d-90e0-4439-bdd7-82bfbe8d4652>.

Kanerva, Arla. 2018. ”Kalevi Jäntin palkinnon sai neljä kirjailijaa: 18 000 euron palkinto myönnetään nuorille kirjailijoille.” *Helsingin Sanomat* 5.12.2018, B3.

<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005920809.html>.

Karjalainen, Petri. 2020. ”Päätoimittajalta: Kouvolan Sanomien sisältötarjonta laajenee – Parhaat paikat varataan paikallisille jutuille.” *Kouvolan Sanomat* 19.1.2020.

<https://kouvolansanomat.fi/mielipide/paakirjoitukset/737ba872-82c5-4d7a-9375-5a1d21d5d953>.

Majander, Antti. 2019. ”Loiri saneli itselleen näköispatsaan: Vesa-Matti Loirin elämäkerrassa kirjailija Jari Tervo palaa juurusta ja lööpistä toiseen ratsastavaksi toimittajaksi. Tulos on osin vaivaannuttava.” *Helsingin Sanomat* 12.9.2019, B1–B3. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006235154.html>.

Mäkinen, Esa. 2010. ”Mervi Kantokorpi on kirjamaailman vaikutusvaltaisin: Säätiöt yrittävät pitää vaikuttajansa salassa.” *Helsingin Sanomat* 14.8.2010, C3. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000004749387.html>.

Ruuska, Helena. 2019. ”Pienet valheet johtavat suuriin.” *Helsingin Sanomat* 20.9.2019, B1–B2.

<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006244106.html>.

Sederholm, Eeva. 2020. ”Päätoimittajalta: Etelä-Saimaan sisältötarjonta laajenee – Paikalliset uutiset, ihmiset ja ilmiöt pysyvät tärkeimpinä.” *Etelä-Saimaa* 19.1.2020.

<https://esaimaa.fi/mielipide/kolumnit/da0228e2-bfbf-4ac6-b8e6-ae3528d6e40a>.

Yle Uutiset. 2013. Eturivin taidekriitikko kyllästyi lehtitalojen yhteistyöhön. *Yle Uutiset* 7.4.2013.

<https://yle.fi/uutiset/3-6568284>.

Kirjallisuus

Andersson, Ulrika. 2013. “From Broadsheet to Tabloid: Content Changes in Swedish Newspapers in the Light of a Shrunken Size.” *Observatorio (OBS*) Journal* 7 (4): 1–21.

- Baumann, Shyon. 2001. "Intellectualization and Art World Development: Film in the United States." *American Sociological Review* 66 (3): 404–26.
- Bech-Karlsen, Jo. 1991. *Kulturjournalistikk: avkobling eller tilkobling?* Oslo: Universitetsforlaget.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Lontoo: Routledge Kegan Paul.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production: Essays on Arts and Literature*. Translated by Randall Johnson. Cambridge: Polity.
- Carroll, Noël. 2009. *On Criticism: Thinking in Action*. New York: Routledge.
- Hakola, Outi. 2015. "Finnish Film Critics and the Uncertainties of the Profession in the Digital Age." Teoksessa *Film Criticism in the Digital Age*, toim. Mattias Frey ja Cecilia Sayad, 177–94. Lontoo: Rutgers University Press.
- Heikkilä, Martta. 2012. "Johdanto: Taiteesta puheeseen." Teoksessa *Taidekriittikin perusteet*, toim. Martta Heikkilä, 11–54. Helsinki: Gaudeamus.
- Hellman, Heikki. 2009. "Kriitikistä puffiksi? Televisioarvostelut Helsingin Sanomien tv-sivuilla 1967–2007." *Lähikuva* 22 (4): 53–68.
- Hellman, Heikki ja Paula Haara. 2018. "Journalistit kulttuurisina välittäjinä: Mad Men -tv-sarjan legitimointi laatusarjana suomalaisessa lehdistössä 2008–2015." *Media & viestintä* 41 (2): 97–122.
- Hellman, Heikki ja Maarit Jaakkola. 2009. "Kulttuuritoimitus uutisopissa: Kulttuurijournalismin muutos Helsingin Sanomissa 1978–2008." *Media & viestintä* 32 (4–5): 24–42.
- Hellman, Heikki, Kristiina Riegert ja Nete Nørgaard Kristensen. 2018. "Millennium 4 – medierna och kvalitetsförhandling av en bästsäljare." Teoksessa *Kvalitetsförhandlingar: Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur*, toim. Jan Fredrik Hovden ja Øivind Prytz, 403–36. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hellman, Heikki ja Voitto Ruohonen. 2019. "Kirjallisuus kohtaa tabloidisaation: Pienempi sivukoko ja Helsingin Sanomien kulttuurijournalismin muutos." *Media & viestintä* 42 (4): 213–234.
- Herkman, Juha. 2003. "Konvergenssi muuttaa kaiken?" *Tiedotustutkimus* 27 (1): 151–57.
- Hesmondhalgh, David. 2012. *The Cultural Industries* (3. laitos). Lontoo: Sage.
- Heydebrand, Renate von ja Simone Winko. 2008. "The Qualities of Literatures: A Concept of Literary Evaluation in Pluralistic Societies." Teoksessa *The Quality of Literature: Linguistic Studies in Literary Evaluation*, toim. Willy van Peer, 223–39. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Howard, Robert Glenn. 2010. "The Vernacular Mode: Locating the Non-institutional in the Practice of Citizenship." Teoksessa *Public Modalities: Rhetoric, Culture, Media, and the Shape of Public Life*, toim. Daniel C. Brouwer ja Robert Asen, 240–62. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.

- Hurri, Merja. 1993. *Kulttuuriosasto: Symboliset taistelut, sukupolvikonflikti ja sananvapaus viiden pääkaupunkilehden kulttuuritoimituksissa 1945–1980*. Acta Universitatis Tamperensis Ser A 389. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Hypén, Tarja-Liisa. 2015. *Minä olen imagoni: Jari Tervon tuotanto, brändi ja kirjailijuus*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1415. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Jaakkola, Maarit. 2013. ”Taidekritiikin muutos suomalaisissa sanomalehdissä 1978–2008.” *Kulttuurintutkimus* 30 (4): 31–45.
- Jaakkola, Maarit. 2015a. “Outsourcing Views, Developing News: Changes in Art Criticism in Finnish Dailies.” *Journalism Studies* 16 (3): 383–402.
- Jaakkola, Maarit. 2015b. *The Contested Autonomy of Arts and Journalism. Change and continuity in the dual professionalism of cultural journalism*. Acta Universitatis Tamperensis 2072. Tampere: Tampere University Press.
- Jaakkola, Maarit. 2019. “From Re-viewers to Me-viewers: The #Bookstagram Review Sphere on Instagram and the Uses of the Perceived Platform and Genre Affordances.” *Interactions: Studies in Communication and Culture* 10 (1 & 2): 91–110.
- Janssen, Susanne. 1997. “Reviewing as Social Practice: Institutional Constraints on Critics’ Attention for Contemporary Fiction.” *Poetics* 24 (5): 275–97.
- Janssen, Susanne. 1999. “Art Journalism and Cultural Change: The Coverage of the Arts in Dutch Newspapers 1965–1990.” *Poetics* 26 (5–6): 329–48.
- Janssen, Susanne ja Marc Verboord. 2015. “Cultural Mediators and Gatekeepers.” Teoksessa *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences, Volume 5* (toinen laitos), toim. James D. Wright, 440–46. Oxford: Elsevier.
- Janssen, Susanne, Marc Verboord ja Giselinde Kuipers. 2011. “Comparing Cultural Classification: High and Popular Arts in European and U.S. Elite Newspapers.” *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 63 (Special Issue 51): 139–68.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Jensen-Eriksen, Niklas, Alekski Mainio ja Reetta Hänninen. 2019. *Suomen suurin: Helsingin Sanomat 1889–2019*. Helsinki: Siltala.
- Juntunen, Heli. 2015. *Kirjallisuuskritiikkien ja kirjablogien kirjallisuuspuhe: Kari Hotakaisen teosten Juoksuhaudantie, Ihmisen osa, Jumalan sana ja Luonnon laki vastaanotto ammattikritiikeissä ja kirjablogeissa*. Kirjallisuuden pro gradu. Itä-Suomen yliopisto.
- Kammer, Aske. 2015. “Post-industrial Cultural Criticism: The Everyday Amateur Expert and the Online Cultural Public Sphere.” *Journalism Practice* 9 (6): 872–89.
- Kantokorpi, Mervi. 2013. ”Kritiikki ja kirjallisuuspalkinnot osana kirjallista julkisuutta.” Teoksessa *Suomen nykykirjallisuus 2: Kirjallinen elämä ja yhteiskunta*, toim. Mika Hallila, Yrjö

Hosiaislouma, Sanna Karkulehto, Leena Kirstinä ja Jussi Ojajärvi, 194–207. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Korhonen, Kuisma. 2012. ”Kirjallisuuskritiikki: tekstejä teksteistä.” Teoksessa *Taidekritiikin perusteet*, toim. Martta Heikkilä, 55–83. Helsinki: Gaudeamus.

Koski, Kaarina. 2011. ”Mediakulttuurin murros, YouTube ja folklore.” *Elore* 18 (1): 14–27. <https://journal.fi/elore/article/view/78918/39820>.

Kristensen, Nete Nørgaard. 2010. “The Historical Transformation of Cultural Journalism.” *Northern Lights* 8: 69–92.

Kristensen, Nete Nørgaard. 2018. “Churnalism, Cultural (Inter)mediation and Sourcing in Cultural Journalism.” *Journalism Studies* 19 (14): 2168–86.

Kristensen, Nete Nørgaard ja Unni From. 2015. “From Ivory Tower to Cross-media Personas: The Heterogeneous Cultural Critic in the Media.” *Journalism Practice* 9 (6): 853–71.

Kristensen, Nete Nørgaard, Heikki Hellman ja Kristina Riegert. 2019. “Cultural Mediators Seduced by *Mad Men*: How Cultural Journalists Legitimized a Quality TV Series in the Nordic Region.” *Television & New Media* 20 (3): 257–74.

Lahire, Bernard. 2004. *La culture des individus: Dissonances culturelles et distinction de soi*. Collection Textes à l’appui/Laboratoire des sciences sociales. Paris: La Découverte.

Larsen, Leif Ove. 2008. ”Forskyvninger: Kulturdekningen i norske dagsaviser 1964–2005.” Teoksessa *Kulturjournalistikk: Pressen og den kulturelle offentligheten*, toim. Karl Atle Knapskog ja Leif Ove Larsen, 283–329. Oslo: Scandinavian Academic Press.

Lehtonen, Mikko. 2001. *Post Scriptum: Kirja medioitumisen aikakaudella*. Tampere: Vastapaino.

Linkala, Minna-Kristiina. 2014. *Teatterikriitikot kenttien kielipelissä: Bourdieulainen tulkinta suomalaista teatterikritiikkiä koskevasta muutospuheesta 1983–2003*. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2014:13. Helsinki: Helsingin yliopisto.

McDonald, Ronan. 2007. *Death of the Critic*. Lontoo: Continuum.

Nieminen, Hannu. 1999. ”Lupaus median konvergenssista: Raportti vuosituhaten vaihteen tilanteesta.” *Tiedotustutkimus* 22 (4): 4–21.

Nieminen, Hannu. 2001. ”Julkisuuden kohtalo myöhäismodernissa: globalisaatio vai pirstoutuminen?” Teoksessa *Populaarin lumo – mediat ja arki*, toim. Anu Koivunen, Susanna Paasonen ja Mari Pajala, 186–211. Turun yliopisto, Taiteiden tutkimuksen laitos Sarja A, n:o 46. Turku: Turun yliopisto.

Pietilä, Kauko. 2012. *Journalismi ammattina: Journalistiprofession teoria*. Helsinki: Gaudeamus.

Purhonen, Semi, Riie Heikkilä, Irmak Karademir-Hazır, Tina Lauronen, Carlos J. Fernández Rodríguez ja Jukka Gronow. 2019. *Enter Culture, Exit Arts? The Transformation of Cultural Hierarchies in European Newspaper Culture Sections, 1960–2010*. Lontoo: Routledge.

- Ridell, Seija. 1997. ”Miten uutinen puhuttelee? Journalistiset tekstit retorisisina sosiaalisina muotoina”. Teoksessa *Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto*, toim. Anu Koivunen ja Veijo Hietala. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:61, 143–70. Turku: Turun yliopisto.
- Ritzer, George. 2004. *The McDonaldization of Society: Revised New Century Edition*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ruohonen, Voitto. 2018a. ”Kapitalismi, julkisuus, kirjallisuus ja Web 2.0.” Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa: Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulma*, toim. Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby, 144–74. Helsinki: SKS.
- Ruohonen, Voitto. 2018b. ”Kulttuurijournalismin muodonmuutos: Kirjallisuus 2010-luvun alun Helsingin Sanomien kulttuuriosastossa”. Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa: Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulma*, toim. Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby, 175–98. Helsinki: SKS.
- Ruohonen, Voitto ja Heikki Hellman. 2020. ”Kirjan paikka kulttuurisivulla: Tabloidisaatio ja *Helsingin Sanomien* kirjallisuusjournalismin muutos 2011–2016.” Käsikirjoitus.
- Scardaville, Melissa C. 2009. ”High Art, No Art: The Economic and Aesthetic Legitimacy of U.S. Soap Operas.” *Poetics* 37: 366–82.
- Schmutz, Vaughn. 2016. ”Commercialization and Consecration: Media Attention to Popular Music in the U.S. and the Netherlands”, 1975–2005.” *Poetics* 59: 82–95.
- Sevänen, Erkki. 2018. ”Modernin taideautonomian synty ja sen kohtalo nykykapitalismissa.” Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa: Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulma*, toim. Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby, 99–143. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Smith Maguire, Jennifer ja Julian Matthews. 2012. ”Are We All Cultural Intermediaries Now? An Introduction to Cultural Intermediaries in Context.” *European Journal of Cultural Studies* 15 (5): 551–62.
- Sparre, Kirsten ja Unni From. 2017. ”Journalists as Tastemakers: An Analysis of the Coverage of the TV Series *Borgen* in British, Swedish and Danish Newsbrands.” Teoksessa *Cultural Journalism in the Nordic Countries*, toim. Nete Nørgaard Kristensen ja Kristina Riegert, 159–78. Göteborg: Nordicom.
- Titchener, Campbell B. 1998. *Reviewing the Arts* (3. laitos). New York: Lawrence Erlbaum.
- Turunen, Risto. 2003. *Uhon ja armon aika. Suomalainen kirjallisuusjärjestelmä, sen yhteiskuntasuhteet ja rakenteistuminen vuosina 1944–1952*. Joensuun yliopiston humanistisia julkaisuja 31. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Uribe, Rodrigo ja Barrie Gunter. 2004. ”The Tabloidization of British Tabloids.” *European Journal of Communication* 19 (3): 387–402.

Verboord, Marc, Giseline Kuipers ja Susanne Janssen. 2015. "Institutional Recognition in the Transnational Literary Field, 1955–2005." *Cultural Sociology* 9 (3): 447–65.

Verboord, Marc ja Susanne Janssen. 2015. "Arts Journalism and its Packaging in France, Germany, The Netherlands and the United States, 1955–2005." *Journalism Practice* 9 (6): 829–52.

Villi, Mikko. 2006. "Mediakonvergenssi ja verkkoviestintä." Teoksessa *Verkkoviestintäkirja*, toim. Pekka Aula, Janne Matikainen ja Mikko Villi, 101–20. Helsinki: Yliopistopaino.

Williams, Raymond. 1974. *Television, Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.

Viitteet

[1] Sosiologi Bernard Lahiren (2004) mukaan maku ja kulutusvalinnat eivät ole staattisia ja yksinomaan sosiaalisesti määräytyviä, vaan sekä yksityisiä että sosiaalisesti jaettuja toimintoja, jolloin kulttuurin kulutus voi olla samaan aikaan sekä julkista että yksilöllistä.

[2] Purhosen tutkimusryhmän analyysi kohdistui kuuden eurooppalaisen maan johtaviin päivälehtiin vuosina 1960–2010. Suomesta analyysissä oli mukana *Helsingin Sanomat*.

[3] Deterministisen ajatustavan kritiikkinä ks. Williams 1974, 126–27.

[4] Vuonna 2018 palkinto oli 18 000 euroa jokaiselle palkitulle.