

Nelli Kallinen

Laatujournalismilla köyhyyden vähentämiseksi

Tapaus Iso Numero

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuva ja televisio

Opinnäytetyö

5.5.2017

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Nelli Kallinen Laatujournalismilla köyhyyden vähentämiseksi – Tapaus Iso Numero 36 sivua + 1 liitettä 5.5.2017
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Elokuva ja televisio
Suuntautumisvaihtoehto	Televisio- ja radiotuotanto
Ohjaaja(t)	Lehtori Teija Voudinmäki Lehtori Antti Pönni
<p>Tässä opinnäytetyössä selvitetään, voiko laatujournalismin keinoin vähentää köyhyyttä ja miten Suomessa toimiva katukulttuurilehti Iso Numero on onnistunut vähentämään köyhyyttä pääasiallisella myyntialueellaan Helsingissä.</p> <p>Teoriaosuudessa keskitytään tämän opinnäytetyön kannalta olennaisiin käsitteisiin: köyhyyteen, köyhyyteen liittyvään asunnottomuuteen, laatujournalismiin, katulehtiin ja Iso Numero -lehteen. Avainteemoja käsitellään ja avataan lukijalle peilaamalla niitä aikaisemmin julkaistuihin kirjallisiin aineistoihin sekä tutustumalla Iso Numero -lehtien eri numerojen sisältöihin.</p> <p>Tutkimusaineisto on kerätty kolmelle eri kohderyhmälle suunnatun haastattelun kautta. Aineiston vastaukset on analysoitu laadullisen sisällönanalyysin mukaan teemoittelemalla. Tutkimustulokset kertovat, että laatujournalismilla ei voi poistaa köyhyyttä yhteiskunnasta, mutta sen keinoin voidaan nostaa köyhyyttä käsitteleviä aiheita ja teemoja laajempaan yhteiskunnalliseen ja poliittiseen keskusteluun.</p> <p>Tulosten valossa näyttää siltä, että Iso Numero -lehden tavoite vähentää köyhyyttä laatujournalismilla on onnistunut hyvin yksittäisten Itä-Euroopan romanien kohdalla, jotka lehteä myyvät. Suomalaisille lehden myyjille vaikutus ei ole yhtä merkittävä. Romaneille lehti korvaa puuttuvaa sosiaaliturvaa ja useat haastateltavat pitivät sitä siksi romanien elinehtona. Parhaiten Iso Numero -lehden katsottiin onnistuneen siinä, että se on tehnyt köyhyyden ja asunnottomuuden näkyväksi mediassa eri näkökulmista kuin ennen – se on nostanut esille ennen yhdeksi massaksi yhteiskunnassa sulautuneen köyhän ja asunnottoman ihmisen.</p>	
Avainsanat	laatujournalismi, katulehti, köyhyys, asunnottomuus, työttömyys, journalismi, romanit, Iso Numero -lehti

Author(s) Title	Nelli Kallinen With Quality Journalism to Reduce Poverty – Case Iso Numero (The Big Issue)
Number of Pages Date	36 pages + 1 appendices 5 May 2017
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Television and Radio Production
Instructor(s)	Teija Voudinmäki, Lecturer Antti Pönni, Lecturer
<p>This Bachelor`s thesis focuses on finding out can poverty be reduced by high quality journalism and how the Finnish culture street paper The Big Issue has managed to reduce poverty in its main sales area, Helsinki.</p> <p>In this thesis, the most relevant concepts consist of poverty, homelessness related to poverty, quality journalism, street papers and the Big Issue street paper. These main themes are discussed comparing them with former literature in the field and by making the acquaintance of the contents with the Big Issue issues.</p> <p>The data for this thesis have been gathered by interviews aimed for three different target groups. The answers have been analyzed by identifying the themes according to the content analysis.</p> <p>The results indicate that poverty cannot be eliminated from the society by quality journalism. But journalism can be used to raise issues and themes of poverty to a wider social and political debate.</p> <p>In light of the results, it seems that the Big Issue has succeeded in its aim to reduce poverty by quality journalism, in the case of individual Eastern European Romans that sell the paper. The impact on Finnish sellers is less significant. For the Romans, the paper replaces the lack of social security and was, therefore, considered their lifeline. The answers showed that the paper has succeeded best in making the poor and homelessness people more visible in the society. As before they were considered as one vague group of people, now they are considered as individuals.</p>	
Keywords	quality journalism, street paper, poverty, homelessness, unemployment, journalism, Romans, Iso Numero -streetpaper

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Katulehdet ja köyhyys	2
2.1	Katulehtien historia	5
2.2	Urpu ja Lukki	7
2.3	Apu	9
2.4	Katulehdet nyt: Iso Numero	10
3	Laatujournalismilla köyhyyteen vaikuttaminen Iso Numero -lehdessä	14
3.1	Iso Numero -lehdessä julkaistujen sisältöjen suhde toisiinsa	15
3.2	Lehden pääkirjoituksessa esiintyvät aiheet ja teemat	15
3.3	Iso Numero -lehden kansikuvat	17
3.4	Lehden kannessa esiintyvät otsikot	18
3.5	”Isot aiheet”	20
4	Tutkimuksen toteutus ja aineistot	23
4.1	Tutkimusmenetelmä ja -aineisto	23
4.2	Tutkimusaineisto ja aineistolähtöisyys	25
5	Aineiston käsittely ja tulokset	25
5.1	Iso Numero -lehti tuo pysyvyyttä Itä-Euroopan romaneille	26
5.2	Lehden keinot köyhyyden vähentämiseksi ovat rajalliset	28
5.3	”Iso Numero -lehti vähentää köyhyyttä kolmella tasolla”	29
6	Pohdintaa ja johtopäätöksiä	30
6.1	Tutkimuksen onnistuminen	34
6.2	Tutkimustulosten luotettavuus	35
6.3	Jatkotutkimusaiheet	35
	Lähteet	37
	Liitteet	
	Liite 1. Haastattelu kysymykset	

1 Johdanto

Vuoden 2011 aikana mediassa otsikoihin nousivat Itä-Euroopan romanit, joita virtasi Suomeen runsaasti. Samalla suomalaisessa mediassa ja yhteiskunnassa käytiin keskustelua myös kerjäämisen kieltämisestä. Romanien ja kerjäämisen ympärillä vellovan keskustelun vastalauseeksi syntyi katukulttuurilehti Iso Numero, jonka tarkoituksena oli tarjota romaneille lehden myyntityötä kerjäämisen korvaajaksi. Alusta alkaen lehti on toiminut ajatuksella *Pieni yritys köyhyyden vähentämiseksi*.

Tästä yksittäisenä vastalauseena aloittaneesta katulehdestä on vuosien saatossa tullut näkyvä osa Helsingin katukuvaa. Pääasiassa oranssiin Iso Numero -lehden myyjäliiviin pukeutuneissa myyjissä näkee Itä-Euroopasta Suomeen saapuneita romaneja. Kuitenkin alusta alkaen Iso Numero -lehden tarkoituksena on ollut tarjota toimeentuloa jokaiselle sitä tarvitsevalle. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, voiko journalismin keinoin vähentää köyhyyttä ja miten Iso Numero -lehti on tavoitteessaan onnistunut.

Kiinnostukseni aiheeseen virisi nähtyäni romaninaiset ja -miehet myymässä lehteä Helsingin rautatieaseman läheisyydessä. Pistin merkille, että nämä ihmiset tekevät kadulla organisoitua palkkatyötä, ennen olin nähnyt romaneja joko kerjäämässä tai keräämässä tyhjiä pulloja kaduilta.

Vuonna 2015 viimein ostin Iso Numero -lehden romanimyyjältä ja pistin merkille lehden kannessa koreilevan lupauksen: *Laatujournalismia köyhyyden vähentämiseksi*. Lupaus laatujournalismista täyttyi kyllä – jutut olivat laadukkaita, mielenkiintoisia ja uusia näkökulmia esiintuovia. Mutta voisiko laatujournalismilla todella vähentää köyhyyttä?

Selvittääkseni, onko Iso Numero -lehti vähentänyt köyhyyttä ja voiko journalismilla taistella köyhyyttä vastaan haastattelin lehden tekijöitä, myyjiä ja järjestöyöntekijöitä, jotka toimivat yhteyshenkilöinä lehden tekijöiden ja myyjien välillä.

Taustatyötä tehdessäni selvisi, että köyhien hyväksi tehtyjen katulehtien historia ulottuu ulkomailla aina 1980-luvulle saakka, mutta Suomessa vastaavanlaisia julkaisuja on ollut jo 1930-luvulla.

Tässä opinnäytetyössä tutustutaan ensiksi niihin seikkoihin, joiden vuoksi katulehdet ovat syntyneet. Läpi käydään muun muassa, minkälaista köyhyys ja asunnottomuus nyky-Suomessa ovat ja mitkä asiat köyhyyteen ja asunnottomuuteen johtavat. Tämän jälkeen tutustutaan katulehtien historiaan ja taustoihin. Tässä vaiheessa on hyvä huomata, että sanalla katulehti ja katukulttuurilehti viitataan nimenomaan muun muassa köyhien tai asunnottomien kadulla myymiin lehtiin. Ennen varsinaista tutkimusosuutta, luvussa 3, pohdin, miten pyrkimys köyhyyden vähentämiseen journalismin keinoin nousee esille Iso Numero -lehden sisällöissä.

Varsinaisessa tutkimusosuudessa selvitetään, miten lehden tekijät, välittäjät ja myyjät kokevat Iso Numero -lehden onnistuneen köyhyyden vähentämisessä. Samalla pohditaan, voiko journalismilla taistella köyhyyttä vastaan.

Tutkimusmenetelmään perehdytään tarkemmin luvussa 5, ja tulokset esitellään kuudennessa luvussa. Luvussa 6 pohditaan myös, millaisia päätelmiä tulosten pohjalta voidaan tehdä ja miten tutkimuksen toteutus kokonaisuudessaan onnistui.

2 Katulehdet ja köyhyys

Koska katulehdet toimivat maailmalla ja Suomessa joko työttömien, kodittomien tai köyhien hyväksi, katson tarpeelliseksi taustoittaa hieman sitä, minkälaista köyhyys ja asunnottomuus ovat nyky-Suomessa ja mistä suomalaisten köyhyys ja asunnottomuus juontavat juurensa.

2010-luvulla köyhyys näkyy Suomessa eri tavalla kuin esimerkiksi 1930-luvulla, jolloin ensimmäiset katulehdet aloittivat toimintansa Suomessa. 2010-luvulla köyhyyden ovat tehneet näkyväksi Itä-Euroopan romanit, jotka on nähty usein kaduilla kerjäämässä rahaa. Iso Numero -katulehden myötä yhä useampi romani on vaihtanut kerjäämisen lehden myymiseen – perustettiinhan lehti nimenomaan vastalauseeksi negatiivissävytteiselle mediahuomiolle, jota Itä-Euroopan romanikerjäläiset saivat Suomessa osakseen erityisesti vuoden 2011 aikana.

Köyhyys, asunnottomuus ja työttömyys ovat käsitteitä, jotka yleensä kulkevat käsi kädessä ja jotka ilmiöinä ovat yleensä toistensa syitä ja seurauksia.

Köyhyys, syitä ja seurauksia –julkaisusta käy ilmi, että yleensä köyhyys jaetaan absoluuttiseen ja suhteelliseen köyhyyteen. Absoluuttisella eli äärimmäisellä köyhyydellä tarkoitetaan tilaa, jossa asumisen, ravinnon ja vaatteiden vähimmäisedellytykset eivät täyty. Absoluuttisesti köyhä ihminen näkee nälkää ja kokee puutetta inhimilliseen elämään kuuluvista perustarpeista. (Saastamoinen & Sironen 2014, 4)

Suomessa köyhyden katsotaan olevan pääsääntöisesti suhteellista. Ihminen on suhteellisesti köyhä, kun hän on kykenemätön osallistumaan ja toimimaan yhteiskunnassa odotetun elämäntavan mukaisesti taloudellisten resurssien riittämättömyyden vuoksi. Suhteellisesti köyhäksi määritellään myös ne ihmiset, jotka eivät saavuta yhteiskunnan yleisesti määriteltyä vähimmäiselintaso.

Sironen ja Saastamoinen (2014, 5) kirjoittavat *Köyhyys, syitä ja seurauksia* -julkaisussa, että suhteellista köyhyyttä voidaan eri yhteiskunnissa tarkastella köyhyysriskiraja-käsitteen kautta (engl. At risk of Poverty, AROP). Köyhyysriskiraja on Euroopassa 60 prosenttia kotitalouksien käytettävissä olevasta mediaanitulosta. Mediaanitulo tarkoittaa keskimmäistä tuloa, kun kaikkien kotitalouksien tulot laitetaan suuruusjärjestyksessä jonoon. (Sironen & Saastamoinen 2014, 5) Kotitalous on pienituloinen tai köyhä silloin, kun sillä on käytettävissään alle 60 prosenttia väestön mediaanitulosta. Suomessa köyhyysriskiraja oli vuonna 2015 yhden hengen kotitaloudelle 14 220 euroa vuodessa. Pienituloisiin kotitalouksiin laskettavia ihmisiä oli yhteensä yli 600 000 koko maassa.

Suomessa suhteellinen köyhyys oli 2000-luvulla korkeimmillaan vuosina 2008 ja 2010, jolloin pienituloisiin kotitalouksiin lukeutuvia henkilöitä oli noin 728 000 eli yhteensä noin 14 % väestöstä.

Iso Numero -lehden myyjistä suurin osa on ei-kantasuomalaisia, Itä-Euroopan romaneja. He elävät ainoastaan lehden myyntituloilla. Lisäksi lehteä myy muutama kantasuomalainen, jotka saavat myös kuukausittain sosiaalietuuksia kuten eläkettä. Pienituloisuuden lisäksi useita myyjiä yhdistää asunnottomuus.

Yleisessä suomalaisessa asiasanastossa (YSA) termi *asunnottomuus* liitetään kategoriaan *sosiaaliset ongelmat*. Asunnottomuuden rinnakkaistermeinä mainitaan muun muassa asuntopula, huono-osaisuus, irtolaiset, kodittomat ja kodittomuus. (Lehtonen & Salonen 2008, 15)

Lehtonen & Salonen kirjoittavat *Asunnottomuuden monet kasvot* -julkaisussa, miten asunnottomuus arkipuheessa mielletään.

Arkipuheessa asunnottomuus ilmiönä liittyy yleensä tavalla tai toisella huono-osaisuuteen tai sen kasautumiseen. Yleisin asunnottomuuteen liittyvä mielikuva on edelleen nimenomaan karikatyyri asunnottomasta alkoholistista, siltojen alla elävästä miehestä, joskin asunnottomuuteen liittyvä voimakas kansalaisaktiivisuus (mm. Asunnottomien yö) on pikkuhiljaa muokkaamassa näitä mielikuvia. (Lehtonen & Salonen 2008, 14)

Asunto ensin -asunnottomuustyömallin mukaan termiä asunnoton on kuitenkin hankala määritellä, koska asunnottomien tilanne vaihtelee paljon. Pahimmassa tapauksessa asunnoton elää kadulla, mutta yleisempää on, että asunnoton elää tilapäisesti tuttavien tai sukulaisten luona.

Asunto ensin -verkkosivuilla kerrotaan, että ARA:n (Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus) asunnottomuustilastoinnissa on jaoteltu viisi asunnottomuuden luokkaa:

- a) asuntoloissa tai majoitusliikkeissä asuvat
- b) erilaisissa laitoksissa asuvat
- c) vapautuvat vangit, joilla ei ole asuntoa
- d) tilapäisesti tuttavien tai sukulaisten luona asuvat
- e) ulkona, porrashuoneissa tai ensisuojoissa asuvat

Asunto ensin -asunnottomuustyömallin mukaan asunnottomuuden perimmäisiä syitä ovat väestönkasvu ja kaupungistuminen, talouden suhdannevaihtelut ja suuret tuloerot. Yksilötasolla puolestaan asunnottomuuteen johtavia mahdollisia syitä ovat muun muassa vähävaraisuus, päihde- ja mielenterveysongelmat, työttömäksi jääminen ja muutto toiselle paikkakunnalle.

Suomessa asunnottomuusselvitystä tekee Asumisen rahoittamis- ja kehittämiskeskus ARA. Selvitys tehdään vuosittain, ja viimeisin niistä on julkaistu 15.11.2016. Vuoden 2016 aikana tehdyn Asunnottomuus kunnissa -selvityksen mukaan Suomessa oli 7403 asunnotonta, joista pääkaupunkiseudulla 4996. Pääkaupunkiseudun asunnottomista Helsingissä eli 3990 henkilöä. Muissa kasvukeskuksissa kuten Tampereella (225) ja Turussa (335) asunnottomia oli huomattavasti vähemmän.

Kuten Lehtosen ja Salosen (2008, 14) julkaisussa todetaan Suomessa asunnottomuus ei varsinaisesti ole vain urbanisoituneen maan ilmiö. Jo 1800-luvun Suomessa maaseuduilla oli 40-50 prosenttia asukkaista liikaväestöä. 1930-luvulla Suomessa tapahtui maaseudun tilattoman väestön muuttoliike kaupunkiin, lähinnä Helsinkiin. Ongelma asunnottomuudesta tuli kuitenkin vasta sodan päätyttyä, kun entisen Karjalan alueelta evakoidut ihmiset eli siirtolaiset etsivät kotia kilpaa sodasta palaavien rintamamiesten kanssa. Tarvikepula esti kerrostalorakentamisen kaupunkialueilla, joten kaupunkiin rakennettiin pientaloja yksityisvoimin. Tuolloin nähtiin ensimmäisiä merkkejä asunnottomuuden keskittymisestä kaupunkiin. Vaikka Suomi toipui sodista ja kerrostalojakin alettiin lopulta rakentamaan, asuntopula ei helpottanut. 1950-luvulla maaseuduilta tulittiin edelleen kaupunkiin töiden toivossa ja muuttoliike saavutti huippunsa 1960- ja 70-luvuilla.

Vuosien mittaan asunnottomuutta on syntynyt myös muiden syiden kuin asuntojen riittämättömyyden vuoksi. Lamavuosina 1990-luvulla moni jäi asunnottomaksi, kun asuntolainojen korkotaso nousi, eikä kaikilla ollut varaa maksaa lainaa pankille. Tämä johti useiden töissä käyvien ihmisten asunnottomuuteen, kun pankki lopulta otti lainavaikeuksissa olevan perheen asunnon haltuunsa. Lama johti monien kohdalla myös pitkäaikaistyöttömyyteen. Näin ollen velkaantuminen ja työttömyys olivat merkittäviä syitä kasvaneelle köyhyydelle ja asunnottomuudelle Suomessa. Lisäksi asunnottomuuteen 90-luvulla ajoivat esimerkiksi avioerot, joissa toinen osapuoli menetti asuntonsa eron myötä. Myös lisääntynyt maahanmuutto rupesi näkymään asunnottomien määrässä 90-luvulla.

2010-luvulla asunnottomuuden aiheuttajat ovat edelleen samanlaisia kuin Suomen historiassa. Muuttoliike kaupunkiin on jatkuvaa, huonot taloussuhdanteet lisäävät asunnottomuutta ja maahanmuuttajia saapuu Suomeen enemmän kuin koskaan. Suomen asunnottomien määrässä näkyy myös paperittomat maahanmuuttajat ja turvapaikanhakijat. MTV uutisoikin 10.02.2016 julkaistussa artikkelissaan *Yhä useampi asunnoton on maahanmuuttaja – näin paljon asunnottomia on kunnassasi*, että yli joka neljäs Suomen asunnoton on maahanmuuttaja ja asunnottomista perheistä heitä on yli puolet.

2.1 Katulehtien historia

Termi *katulehti* sekoitetaan usein ilmaisjakelulehtiin, joita jaetaan kadulla ohikulkijoille luettavaksi. Katulehdillä tarkoitetaan kuitenkin lehtiä, joita köyhät, työttömät tai asunnottomat myyvät kaduilla.

Lehtien sisältö mukaillee julkaisun tarkoitusta, eli jutut käsittelevät usein köyhyyttä, kodittomuutta tai muita yhteiskunnallisia ongelmakohtia. Joskus katulehtiä myös kirjoittavat kodittomat. Pääasiassa sisällön tekevät journalistit, jotka haluavat tehdä osansa köyhien ja asunnottomien aseman parantamiseksi. Journalistit toimittavat sisällöt lehteen ilmaiseksi tai pientä korvausta vastaan. Usein myös muut lehden kustannukset katetaan vapaaehtoistyön voimin tai erilaisia apurahoja hyödyntäen. Lehtien myyjät puolestaan saavat jokaisesta myymästään lehdestä yleensä vähintään puolet myyntihinnasta. Lopuilla tuloilla katetaan lehden paino- ja muut kustannukset.

Katulehdet syntyivät alunperin reaktiona siihen, että asunnottomien ihmisten määrä oli kasvanut länsimaissa samalla kun media vahvisti negatiivista käsitystä kodittomista. Tämä tapahtui 1980- ja 1990-lukujen aikana.

INSP International Network of Street Papers eli Kansainvälinen katulehtiverkosto kertoo verkkosivuillaan, että katulehtien historia ulottuu 1989 vuoden New Yorkiin, jossa kodittomat alkoivat myymään Street News -lehteä. Street News toimi innoittajana myös Isossa-Britanniassa toimivalle Big Issue -katulehdelle. (<https://insp.ngo/who-we-are/our-story/>, 15.3.2017)

From London to the World – How The Big Issue went global -verkkoartikkelissa kerrotaan, että brittiläisen vuonna 1991 ensimmäisen kerran julkaistun The Big Issue -lehden toimintakulttuuri on levinnyt ympäri maailmaa aina Australiasta Latinalaiseen Amerikkaan. Yhteensä The Big Issue -lehdellä on yli sata sisarlehteä neljässä kymmenessä yhdessä maassa. Lehdet kuuluvat kansainväliseen katulehtien kattojärjestöön (International Network of Street Papers), joka perustettiin Glasgow`ssa vuonna 1994. (<http://www.bigissue.com/news/london-world-big-issue-went-global/>, 15.3.2017)

Kaikkia The Big Issue -lehden sisarlehtiä myydään isoissa kaupungeissa. Maasta riippuen lehtien myyjien määrä vaihtelee muutamista kymmenistä useisiin tuhansiin. Lehtiä myyvät heikossa yhteiskunnallisessa asemassa olevat ihmiset: asunnottomat, köyhät, mielenterveysongelmaiset tai esimerkiksi eläkeläiset. Periaate myynnissä on sama

ympäri maailmaa: lehden myyjät ostavat lehdet pienellä hinnalla ja saavat pitää puolet tai yli puolet lehden myyntihinnasta itsellään.

Pohjoismaissa varsinainen katulehtiliike sai alkunsa ruotsalaisesta *Situation Sthlmista*, joka aloitti toimintansa 1995 Tukholmassa. Sen esikuvana toimi niin ikään *The Big Issue*. Tutkija Jan Magnusson kertoo *Iso Numero* -lehden numerossa Talvi 2013 julkaisussa artikkelissa *Katulehtiä maailmalta*, että ruotsalainen katulehti aloitti toimintansa, koska sosiaaliset erot ja asunnottomuus olivat kasvaneet huomattavasti ja ”uudesta kodittomuudesta” käytiin keskustelua yhteiskunnallisella tasolla. Syynä *Situation Sthlmin* syntymiselle Magnusson pitää myös kaupallisen sektorin kiinnostumista sosiaalisista kysymyksistä. Nykyisin lehden kuukausipainos on 30 000 – 40 000 lehteä. *Situation Sthlmin* jälkeen katulehtiä on syntynyt myös Tukholman ulkopuolelle sekä muihin Pohjoismaihin.

Iso Numero ei kuitenkaan ole ensimmäinen suomalainen katulehti. Ennen *Isoa Numeroa* 2000-luvulla asunnottomien ihmisten äänitorvena Suomessa toimi *Aukki-lehti*. Se aloitti toimintansa vuonna 1987 vailla vakinaista asuntoa olevien ihmisten vaikuttamis- ja tiedottamiskanavana. *Aukki-lehteä* julkaistaan edelleen, mutta sen toiminta on huomattavasti suppeampaa kuin *Iso Numero* -lehden. *Aukki* ei esimerkiksi kuulu mihinkään katulehtien yhteistyöverkoston.

Todellisuudessa Suomessa julkaistiin ensimmäiset katulehdet jo vuosien 1932 ja 1933 vaihteessa. *Urpu* syksyllä 1932 ja *Lukki* tammikuussa 1933. *Apu* aloitti helmikuussa 1933. *Urpu* lehden myyjälle luvattiin palkkioksi 1 markka lehden 2 markan kokonaishinnasta. *Lukki-lehti* puolestaan kustansi ostajalle kaksi markkaa, josta myyjä sai pitää yhden markan ja kolmekymmentä penniä. (Rautonen 1983, 16-17.)

2.2 Urpu ja Lukki

Iso Numero -lehden slogan on *Laatujournalismia köyhyyden vähentämiseksi*. Samankaltaisella toiminta-ajatuksella lähti liikkeelle syksyllä 1932 myös Antero Kajanton ja E.J.Paavolan toimittama *Urpu*, jonka ensimmäisessä numerossa julistetaan seuraavaa: *Tämä lehti on syntynyt muutamien työttömien aloitteesta, tarkoituksella antaa työtä ja ansiota ei ainoastaan toimittajille vaan samalla ja ennen kaikkea myyjille*. (Rautonen 1983, 16)

Syitä Urpu-lehden syntymiseen ja tästä alkaneeseen 1930-luvun katulehtibuumiin olivat runsas työttömyys ja asunnottomuus Helsingissä. Leena Lehtosen ja Jari Salosen kirjoittama julkaisu *Asunnottomuuden monet kasvot* (2008, 14) kertoo, että vuonna 1932 tapahtui maaseudun tilattoman väestön joukkomuutto kaupunkiin. Julkaisussa kerrotaan, että erityisesti Helsinki houkutteli rahan tarpeessa olevaa väestöä, vaikka samankaltaisia alueita olivat myös Tampere ja Viipuri. Toisin sanoen maaseudun köyhät muuttivat Helsinkiin, mutta kun työllistymistä ei tapahtunut, heistä tuli kaupunkilaisköyhiä. (Lehtonen & Salonen 2008, 14)

Myös Markku Rautosen teoksessa *Apu: Sanan voimalla 1933-83* (1983) käy ilmi, että työttömyys oli ongelma 1930-luvun alun Helsingissä. Teoksessa kerrotaan, että marraskuussa vuonna 1932 Helsingissä kirjattiin elävän 9822 työtöntä. Helsingissä asui tuolloin vuoden 1932 alussa 214 110 ihmistä. Asukkaita 1930-luvulla Suomessa oli noin kolme ja puolimiljoonaa.

Samaa karua kieltä puhuu myös Juha Nurminen teos *Tarina A-lehtitalosta* (2003), jossa kerrotaan seuraavaa:

Yleismaailmallinen pula, joka alkoi 1929, säteilee Suomeen vaikeuttaen maataloutta ja aiheuttaen työttömyyttä. Maanviljelijät velkaantuvat. Vuosina 1931-36 maataloihin kohdistuu yli 71 000 ulosottoa. Vuosina 1928-36 vararikon tekee lähes tuhat maanviljelijää. Pakkokuuokaupalla myydään yli 15 000 maatilaa. Työttömyys on tullut Suomeen. Huippupalvena 1931-1932 työttömiä oli yhden kuukauden aikana yli 90 000. Jos tarkastellaan koko vuotta 1932, kortistossa oli lähes 64 000 suomalaista. 1933 työttömänä on vielä yli 44 000 henkilöä, joista noin 46 prosenttia yrittää tulla toimeen varatoilla. Helsingissä tilanne on pahin. Työttömiä on lähes 10 000, mutta varatöihin pääsee vain alle neljäs. (Nurminen 2003, 11)

Urpu-lehti oli aloittaessaan 6–8-sivuinen iltapäivälehden kokoinen julkaisu tai 16-24 sivua sisältävä aikakauslehtikokoon painettu nippu tarinoita. Lehden hinta oli kaksi markkaa, josta myyjä sai itselleen yhden markan.

Lehden uusi toimintatapa herätti epäilyjä ja jopa lehden sivuilla todisteltiin, ettei tarkoituksena ollut, että myyjät saavat lehdestä palkkion ja sen lisäksi vielä köyhäinavun. Lehdessä korostettiin, että kulut olivat samat kuin muillakin lehdillä, myyntitapa oli vain toinen.

Lehden myynti ei kuitenkaan sujunut täysin ongelmitta: myyjät saattoivat tehdä töitään päihtyneenä tai saattoivat myydä saamansa lehtinipun pois alihintaan ja pitää rahat itsellään.

Pian Urpu-lehti saikin rinnalleen kilpailijan. Urpu-lehden toimittaja Antero Kajanto päätti tammikuussa 1933 perustaa oman katulehtensä, jonka hän nimesi Lukiksi. Lehti lupasi kahden markan myyntihinnasta markka ja kymmenen penniä lehden myyjälle. Kajanto ikään kuin vei kermat kakun päältä, sillä hänen ei tarvinnut enää vakuutella jo Urpu-lehteen tottuneille kaupunkilaisille, että katulehdille oli tarvetta.

Lukki-lehden sloganiksi muodostui *Työttömien levittämä kaunokirjallinen viikkojulkaisu*. Päätoimittajan lisäksi lehteä kirjoittivat useat tunnetut suomalaiset kirjailijat kuten Martti Merenmaa, Emil Elenius ja Elsa Heporauta. Jopa käännösjuuttuja nähtiin. Tällaisessa muodossa lehti jatkoi numeroon 13/33 saakka, jolloin päätoimittajaksi vaihtui Y.O.Tammi, jonka nimi oli tuttu useiden 30-luvun lehtien jatkokertomusten kirjoittajana. Uudistuksen myötä myös Lukin sivumäärä ja myyntihinta muuttuivat. Sivumääräksi vakiintui 16 sivua ja kahden markan myyntihinnasta luvattiinkin markka ja kolmekymmentä penniä lehden myyjälle. Samaa trendiä seurasi Urpu, joka rupesi myös tarjoamaan myyjille markan ja kaksikymmentä penniä myyntipalkkiota.

Uudistuksille lienee ollut syynä Aune ja Yrjö Lyytikäisen uuden *Apu*-katulehden tulo markkinoille. Avun ensimmäinen numero oltiin julkaistu nimittäin vain noin kuukausi ennen Urpu- ja Lukki-lehtien uudistuksia.

2.3 Apu

”Poistui pahimmat nälkävaivat, kun Apua myivät ja Apua saivat. Työttömät Apua aina kiitti, almuista sopparahoiksi riitti. Ilman Apua elää ei voi. Lauantaisin mies lehdet toi.” (Rautonen 1983, 8)

Apu-lehden tultua markkinoille helmikuussa 1933 Urpu ja Lukki tulivat tiensä päähän. Urpu lopetti toukokuussa 1933 julkaistuaan yhteensä 28 numeroa. Lukin viimeiseksi numeroksi jäi joulukuussa julkaistu Joulu-Lukki, jonka hinta oli 3 markkaa ja josta luvattiin myyjälle markka ja 75 penniä.

Ensimmäistä Apu-lehteä painettiin 4000 kappaletta. Siinä oli 16 sivua, joilta löytyi muun muassa seitsemän rakkausnovellia, sarjakuvia, kilpatehtävä ja kolme tietoisua. Lehti maksoi kaksi markkaa, josta ostaja sai markan ja kaksikymmentäviisi penniä. Lehden kannesta löytyi slogan *Osta Apu. Anna apu työttömälle.*

Lehden ensimmäisessä numerossa kerrotaan myös toiminnan tarkoituksesta:

Apu-lehteä myydään yksinomaan irtonumeroina ja myyjinä toimivat vain työttömyyskortin omaavat, etupäässä perheelliset työttömät. Apu-lehden tarkoituksena ei ole hyötyä työttömyyden kustannuksella, vaan pyrkii se antamaan ostajalle mahdollisimman täydellisen vastineen rahastaan ja työttömälle myyjälle mahdollisimman suuren myyntipalkkion. (Numminen 2003, 11)

Apu-lehti nousi nopeasti kansan suosioon ja lopulta levikin ja suosion kasvettua työttömien auttaminen unohtui. Suosiosta kertoo se, että lehden ensimmäisen numeron 4000 kappaleen painos myytiin loppuun samana päivänä, kun se tuli kaduille myyntiin. Toista numeroa painettiinkin jo 16 000 kappaletta. Myyjät jakoivat tehdä töitä hyvän palkkion vuoksi. Pahimpaan työttömyysaikaan Apua möi Helsingissä 600 työtöntä.

Teoksessa Tarina A-lehtitalosta (2003) kuvaillaan Avun ympärille syntynyttä ilmapiiriä seuraavasti:

Kansa tajusi, että Apu oli oikealla asialla. Kysymys ei ollut hyväntekeväisyydestä, mutta ei myöskään härskistä rahastuksesta. Se antoi mahdollisuuden auttaa. Työttömät autoivat itseään kunniakkaalla tavalla. Lukijat ostivat lehden ja tulivat samalla tukeneeksi työttömiä. Kukaan ei tuntenut antavansa tai anovansa almuja. (Numminen 2003, 18)

Merkintä ”Myyjälle 1.23 mrk” nähtiin viimeisen kerran tammikuun toisessa numerossa vuonna 1935, eikä ihmeekään, kun ajattelee kustantajalle jäänyttä seitsemänkymmenen pennin provisiota. Lyytikäisen bisnesälyn lisäksi Apu-lehden siirtymistä voittoa tavoittelevaksi lehdeksi selittänee myös Suomen talouden elpyminen. Teollisuus toi maahan lisää työpaikkoja ja vuoteen 1935 mennessä teollisuuden työllisyys kasvoi yli kolmanneksella.

Vuoden 1935 jälkeen seuraava suomalainen katulehti, josta löytyy laajemmin tietoja on vuonna 2011 aloitettu Kultti ry:n kustantama Iso Numero.

2.4 Katulehdet nyt: Iso Numero

Samoin kuin 1930-luvun alussa perustetut katulehdet, myös Iso Numero -lehteä alettiin myydä Helsingissä.

Iso Numero -lehden ensimmäinen numero julkaistiin Suomessa vuonna 2011. Nykyisen päätoimittaja Hannele Huhtalan mukaan ensimmäisen numeron julkaisuvuonna 2011 Suomeen alkoi virrata Itä-Euroopan romaneja etsimään töitä ja Suomessa käytiin kiivasta keskustelua siitä pitäisikö kerjääminen Suomessa kieltää.

Alun perin Iso Numero -lehti julkaistiin nimenomaan vastalauseeksi kerjäämisen kiello keskustelulle. Samalla lehden tekijät halusivat tarjota Suomeen saapuneille romaneille töitä. Vaikka ensimmäisen numeron julkaisun taustalla oli ajatus tarjota romaneille töitä, on lehden tavoitteena ollut alusta saakka tarjota töitä kaikille pientä lisätuloa tarvitseville.

Lehteä lähdettiin tekemään kertajulkaisuna ja siitä tehtiin 4000 kappaleen painos. Lehti oli suuri menestys ja ensimmäistä numeroa myytiin todella hyvin. Seuraava numero julkaistiin kesän 2012 aikana, jolloin romanivirta Suomeen vilkastui jälleen, siitä lähtien lehteä on julkaistu vuosittain yhä useampi numero.

Tammikuussa 2015 Iso Numero -lehdestä julkaistiin kolmas numero ja lopulta vuoden 2015 lopulla lehti sai Opetus- ja kulttuuriministeriön 10 000 euron laatulehtipalkinnon, joka käytettiin lehden seuraaviin vuoden 2016 aikana julkaistuihin neljään numeroon.

Nyt vuonna 2017 lehtiä on tarkoitus julkaista kuusi eri numeroa ja kustannuksia on laskettu muun muassa vaihtamalla lehden paperi ohuempaan ja vähentämällä sivumäärää.

Tällä hetkellä lehteä myyvät lähinnä Suomeen saapuneet Itä-Euroopan romanit, tietävästi aktiivisia kantasuomalaisia myyjiä on vain kaksi. Yhteensä lehden myyjäksi on rekisteröitynyt viime syksyn jälkeen noin 140 ihmistä, mutta Huhtalan mukaan kutakin julkaistua numeroa kohden aktiivisia myyjiä on 40-50. Myyjät ostavat lehdet Iso Numero -lehden yhteistyöjärjestöjen kautta kahden euron kappalehinnalla ja myyvät kaduilla viiden euron hintaan. Koko kolmen euron voiton tai tuoton myyjät saavat pitää itsellään. Käytännössä jokaista lehteä kohden kustantaja ja toimitustiimi saa siis kaksi euroa ja lehden myyjä kolme euroa.

Myyjät löytyvät Iso Numero -lehden yhteistyöjärjestöjen kautta. Suurin osa eli noin 95 prosenttia myyjistä tulee Hirundon kautta. Helsingin Diakonissalaitoksen Päiväkeskus Hirundo auttaa liikkuvia ja rekisteröimättömiä EU-kansalaisia ja paperittomia Helsingissä. Kantasuomalaiset myyjät tulevat Vailla vakituista asuntoa VVA ry:n kautta. VVA ry toimii kolmannella sektorilla asunnottomien edunvalvojana. He pyrkivät vaikuttamaan kunkin asunnottoman tilanteeseen yksilötasolla ja samalla helpottamaan asunnottomien oloja Suomessa, myös yhteiskunnallisella tasolla, esimerkiksi ottaen kantaa lainsäädäntöön.

On merkkejä pantavaa, että niin Urpu-lehden syntyvuotena 1932 kuin Iso Numero -lehden syntyvuotena 2011 Helsinkiin tapahtui runsasta muuttovirtaa, 30-luvulla muuttovirta tapahtui Suomen maaseuduilta Helsinkiin, 2010-luvulla Itä-Euroopasta Helsinkiin.

Samoin kuin 1932 myös vuonna 2011 Suomessa eli runsaasti työttömiä. Vuonna 2011 Suomessa eli keskimäärin 209 000 työtöntä, joista Helsingissä 23. (Työllisyys ja työttömyys Helsingissä 4. Vuosineljänneksellä 2011, Helsingin kaupunki, Tietokeskus) Asunnottomana oli koko maassa 7 606, joista 3400 Helsingissä. Helsingissä väkiluku oli vuoden 2011 lopussa 595 384. Suomen väkiluku oli 5 401 267.

1930-luvun alusta ja 2010-luvun alusta löytyy myös muita samankaltaisuuksia. 2010-luvun Suomea leimaavat talouden taantuminen, maailman poliittiset mullistukset, muuttoliike kaupunkiin ja ihmisten vahva ideologinen jakautuminen.

Teoksessa Tarina A-lehtitalosta kuvaillaan 1930-lukua seuraavalla tavalla:

Apu-lehti syntyy maailmaan, joka kokee vihan vuosikymmeniä. Tämä on vastenmielisten ilmiöiden ja yhä pahempaa enteilevien tapahtumien aikaa. (Numminen 2003, 10)

Teoksessa kerrotaan, että vuoden 1933 aikana Adolf Hitler nimitetään valtakunnan-kansleriksi ja ensimmäiset keskitysleirit perustettiin. Suomessa äärioikeisto oli noussut rajusti. Suomen presidenttinä toimi kokoomuslainen P.E.Svinhufvud, jonka aikana solmittiin hyökkäämättömyyssopimus Neuvostoliiton kanssa vuonna 1932. Kaupunkilaisväestö lisääntyi sisäisen muuttoliikkeen vuoksi. Erot kansalaisten taloudellisissa ja yhteiskunnallisissa olosuhteissa olivat suuret.

Samankaltaista kieltä puhuvat myös tiedotusvälineet 2010-luvulla. Yhdysvaltain uusi presidentti Donald Trump astui virkaan tammikuussa 2017. Yle uutisten artikkelissa *Hyppy tuntemattomaan – Tällainen on Yhdysvaltain uusi presidentti Donald Trump* kerrotaan muun muassa, että USA:n presidentiksi on ensimmäistä kertaa valittu henkilö, jolla ei ole minkäänlaista kokemusta julkisen viran hoitamisesta. Samoin 1933 yhdeksi historian merkittävämmäksi johtajaksi nousutta Adolf Hitleriä on kuvailtu useissa artikkeleissa kouluttamattomaksi. Siinä missä Hitler aloitti juutalais- ja toisin ajattelevien vainot, on Donald Trump muun muassa uhannut karkottaa yli 10 miljoonaa laitonta siirtolaista pois Yhdysvalloista ja rakennuttaa muurin Meksikon ja USA:n rajalle. Artikkelissa kuvaillaan Trumpin vaikutusta maailman politiikkaan seuraavasti: *Jos presidentti Trump aikoo toteuttaa edes puolia siitä, mitä kandidaatti Trump lupasi, voi maailmanpolitiikka olla äkkiä sekaisin* (Varho 2016).

1930-luvun Suomea ja 2010-luvun Suomea yhdistää myös se, että äärioikeistolaisuus ja köyhyys ovat tulleet jälleen näkyvämmäksi maassamme.

Yle Uutiset kertoo 20.9.2015 julkaistussa artikkelissaan *Tutkija: Uinuva äärioikeisto aktivoitunut*, että äärioikeistolaisia liikkeitä tutkineen Tommi Kotosen mukaan, uudelleen toimintansa aloittaneita vanhoja skiniaktiiveja on nähty pakolaiskeskuksia vastustavissa mielenosoituksissa. Artikkelissa viitataan myös 1930-luvulla toimineeseen Lapuan-liikkeeseen:

Monessa kunnassa on käyty kiivasta keskustelua puolesta ja vastaan pakolaiskeskusten perustamisesta. Kuntapäätäjille on satanut vihapostia ja avoimia uhkailuja. Väkivalta, muilutukset, muurahaispesään istuttamiset ja kyyditykset itärajalle kuuluivat kommunismia vastustaneen Lapuan liikkeen keinovalikoimaan 1930-luvun alkuvuosina. Nyt tilalla ovat enemmänkin sähköpostitulva vihaviestejä ja sosiaalisessa mediassa mollaaminen. (Yle Uutiset 20.9.2015)

Teoksessa Tarina A-lehtitalosta kerrotaan, että 1930-luvun alussa äärioikeisto oli noussut rajusti, vaikka Lapuanliike lakkautettiin 1932. Liikkeen tilalle perustettiin Isänmaallinen Kansanliike IKL, joka saavutti suurvoiton 1933 vaaleissa, saaden 14 kansanedustajaa.

Vaikka eri vuosikymmenten Suomen poliittisen ilmapiirin ja työttömyyslukujen vertailu ei suoraan kerro, miksi katulehdet on perustettu, voi vertailun kautta kuitenkin havaita, että vaikka vuosikymmenten välille jää useita vuosia ja mullistavia tapahtumia, on ihmisten yhteiskunnalliseen ja taloudelliseen asemaan vaikuttavissa tekijöissä paljon sa-

mankaltaisuuksia näiden vuosikymmenten välillä. Nämä tekijät myös luultavasti vaikuttavat ihmisten henkiseen ilmapiiriin ja tarpeeseen vaikuttaa asioihin.

1930-luvulla Urpu-lehden perustajat olivat itsekin työttömiä ja halusivat auttaa itsensä lisäksi toisia samassa tilanteessa eläviä pärjäämään, toisaalta taas Apu-lehden perustaja lähti liikkeelle eri lähtökohdista. Yrjö Lyytikäinen huomasi katulehtien menestyvän ja lähti omalla lehdellään kilpaan kahden menestyneen katulehden rinnalle. 2010-luvulla myyntiin tulleen Iso Numero -lehden tekijät ovat ammattilaisjournalisteja, jotka eivät itse ole kokeneet köyhyyttä tai asunnottomuutta. He tekevät lehteä hyväntekeväisyyden ja auttamisen lähtökohdista.

3 Laatujournalismilla köyhyyteen vaikuttaminen Iso Numero -lehdessä

Tässä osiossa käyn läpi, miten se, että Iso Numero -lehti pyrkii vähentämään köyhyyttä laatujournalismin keinoin näkyy lehden sisällöissä. Tarkasteluun olen valinnut jokaiselta lehden julkaisuvuodelta yhden numeron. Tämä takaa sen, että mahdolliset muutokset lehden sisällöissä ja juttujen käsittelemisessä aiheissa ja teemoissa tulevat mahdollisimman hyvin esille.

Tarkastelussa ovat seuraavat numerot: 2011, kesä 2012, talvi 2013, kevät 2014, kevät 2015, talvi 2016 ja 1/2017.

Iso Numero -lehden ensimmäisessä numerossa silloinen päätoimittaja Martti-Tapio Kuuskoski kirjoittaa, että äärimmäinen köyhyys on sietämätöntä ja sille pitää tehdä jotain, monilla eri tasoilla.

Journalistille luontevin tapa on kirjoittaa epäkohdista ja antaa, kuten nyt, työnsä tulokset eteenpäin, muille myytäväksi. Kerjäämisen edessä koettu kollektiivinen kiusaantuneisuus ja lamaannus voidaan kenties voittaa tätä lehteä ostamalla. (Kuuskoski 2011, 3)

Iso Numero -lehden tekijät pyrkivät siis vähentämään köyhyyttä tekemällä lehteä. Myyjät puolestaan vähentävät omaa köyhyyttään työllistämällä itsensä lehden myyjiksi. Jokaisella myydyllä lehdellä viesti siitä, että köyhyyttä vastaan tulisi taistella, välittyi lehden ostaneelle lukijalle.

3.1 Iso Numero -lehdessä julkaistujen sisältöjen suhde toisiinsa

Taulukko 1. Iso Numero -lehtien sisältövertailu

Julkaisuvuosi	Iso Numero -lehteen tuotettu sisältö	Muista lehdistä koostettu sisältö	Juttuja yhteensä	Sivumäärä	Mainokset
2011	6	23	29	53	5
2012	9	20	29	51	16
2013	8	15	23	67	6
2014	8	18	26	67	7
2015	8	16	24	66	6
2016	8	9	17	50	11
2017	9	10	19	50	7

Verrattaessa Iso Numero -lehden numeroita sen jokaiselta julkaisuvuodelta huomataan, että sivumäärä on pysynyt 50-70-sivussa. Julkaistuja juttujen määrä pysyy kahdenkymmenen kummallakin puolen, kuitenkin koskaan ylittämättä kolmeakymmentä. Julkaistuista sisällöistä yleensä vähemmistö on Iso Numero -lehteä varten tuotettuja sisältöjä, loput jutut on koostettu Iso Numero -lehteä kustantavan Kulttuuri- ja tiedelehtien liitto Kultti ry:n lehdistä.

Mainosten määrästä huomataan, että yleensä mainoksia on kuusi tai seitsemän, mutta huippulukema on vuoden 2012 numerossa. Syynä tähän voi olla, että vuonna 2012 Iso Numero -lehti julkaistiin toista kertaa, jolloin se oli jo mainostajille tunnettu ja positiivisen mediahuomionsa ansiosta varmasti mieluisa mainosalusta erilaisille yrityksille ja yhteisöille. Esimerkiksi Yle Uutiset kirjoittaa verkkosivuillaan 7.7.2011: -- *romanikerjäläisten ja asunnottomien myymä Iso Numero -lehti on mennyt Helsingissä kuin kuumille kiville, kertoo Uutispäivä Demari.*

3.2 Lehden pääkirjoituksessa esiintyvät aiheet ja teemat

Jyväskylän yliopiston Kielikompassi-verkkosivulla määritellään, että pääkirjoitus on sanoma- ja aikakauslehdessä aina samalla paikalla julkaistava lyhyehkö kirjoitus, jossa esitetään yleensä päätoimittajan kanta tietystä ajankohtaisesta kysymyksestä.

Entinen tiedotusopin professori Pertti Hemánus on kirjoittanut Kielikompassi-verkkosivuilla, että pääkirjoituksessa lehdellä on laillinen oikeus esittää omat arvostusluonteiset kannanotonsa.

Pääkirjoitus kertoo, minkälaisia asioita lehti haluaa nostaa esille. Selvitettäessä Iso Numero -lehden onnistumista taistelussa köyhyyttä vastaan on aiheellista tarkastella, mitä aiheita eri numeroiden pääkirjoituksissa nostetaan esille.

Olen nostanut alla olevaan seurantataulukkoon esille aiheita ja asiasanoja, jotka liittyvät vahvasti journalismin ja köyhyystaistelun yhteyteen. Kuten kappaleessa 3 käy ilmi, katulehtiä myyvät yleensä asunnottomat ja köyhät. Suomessa ja muualla maailmassa lehtiä on perustettu myös helpottamaan työttömien oloja. Iso Numero -lehti aloitti vastalauseena romanivastaiselle kerjäyskeskustelulle ja sen tarkoituksena on laskea köyhyyttä journalismin keinoin.

Taulukko 2. Iso Numero -lehden eri numeroiden pääkirjoituksissa esiintyvät aiheet

Nume- ro	Köy- hyys	Asunnotto- muus	Työttö- myys	Roma- nit / liikkuva väestö	Kerjäämi- nen	Katu- lehti	Journa- lismi / media
2011	x			x	x	x	x
2012	x	x	x	x	x	x	x
2013	x	x	x			x	
2014	x			x	x		
2015	x	x					
2016		x		x	x	x	
2017							x

Iso Numero -lehden numeroiden pääkirjoituksia tarkastellessa käy ilmi, että suurimassa osassa pääkirjoituksia käsitellään köyhyyttä. Paljon esillä ovat myös asunnottomuus, romanit ja katulehdet.

Numerossa kesä 2012 pääkirjoituksessa *Kriisi on mielessä* nousevat esille kaikki taulukossa esitetyt asiasanat. Kirjoitus käsittelee eurokriisiä ja sen vaikutuksia ihmisten ajatteluun. Lehti jatkaa romanikerjäläisten ympärillä 2011 nousseen keskustelun puimista

ja pääkirjoituksessa mainitaan muun muassa, että yli 80 prosenttia suomalaisista haluaa romanikerjäläiset pois Suomesta. Pääkirjoituksessa huomautetaan myös, että yli 90 prosenttia Euroopan romaneista elää kansallisen köyhyysrajan alapuolella.

Vähiten Iso Numero -lehden toimintaperiaatteeseen liittyviä aihenostoja on vuonna 2017 julkaistun lehden Extra Safe -pääkirjoituksessa. Kyseisessä pääkirjoituksessa päätoimittaja Hannele Huhtala on nostanut esiin Global Clinic -terveysklinikan toiminnan Suomessa. Klinikka hoitaa paperittomia perusterveydenhuoltoon kuuluvissa sairastapauksissa. Paperittomat kun eivät saa perussairaanhoidoa Suomessa. Tärkeämpänä teemana pääkirjoituksessa on Suomessa lisääntyvä eriarvoisuus.

3.3 Iso Numero -lehden kansikuvat

Kansilehden sanotaan olevan aikakauslehden tärkein sivu. Kansilehti erottaa lehden muista lehdistä ja toimii ikään kuin lehden kasvoina. Lehden sisällön lisäksi kansi markkinoi lehden tekijöitä ja yritystä ja tuo esiin heidän arvojaan ja suhtautumista asioihin. (Rantanen 2007, 90-92)

Aineistona käytettyjen Iso Numero -lehtien kansikuvaan on puolelta numeroista valittu suuren mediayleisön tuntemia julkisuuden henkilöitä, esimerkiksi musiikkiartisteja tai näyttelijöitä: 2012 PMMP, 2015 näyttelijä Laura Malmivaara, 2016 Miss Suomi Shirley Karvinen ja 2017 hyväntekijä Brother Christmas.

Lehden ensimmäisen numeron kannessa on kansalaisaktivisti Kirsti Kangas, joka on itsekin kokenut asunnottomuuden. Numeron *talvi 2013* kannessa on ilmeisesti afrikkalaispoika köyhistä olosuhteista luolan suulla. Numero *kevät 2014* tekee joukossa poikkeuksen – kannessa on piirroskuva, joka esittää talvivaatteisiin pukeutunutta naista, joka pitää käsissään paperia, jossa lukee asunto ja yläpuolella on avaimen kuva. Puheluplissa on kerrostalo ja euron symboli sekä kysymysmerkki.

Iso Numero -lehden kansikuvissa voidaan huomata tapahtuvan vuosien saatossa muutos kaupallisempaan ja kenties yleisöä houkuttelevampaan suuntaan. Kolmessa ensimmäisessä aineistossa mukana olevassa numerossa kansikuvat ilmentävät selkeästi lehden toiminta-ajatusta ja lähtökohtia – *Laatujournalismia köyhyyden vähentämiseksi* tai kuten ensimmäisen numeron pääkirjoituksessa todetaan *Pieni yritys köyhyyden vähentämiseksi*.

Ensimmäisen numeron kannessa olevat kasvot antavat kasvot asunnottomuudelle. Numeron 2013 kansikuvan köyhissä oloissa elävä ulkomailla asuva poika ilmentää ongelman eli köyhyyden laajuutta. Numeron kevät 2013 piirroskuva taas ilmentää asunnottomuutta, jota vastaan katulehdet myös pyrkivät tekemään työtä.

Ajan saatossa kansikuvakasvoina nähdään yhä useammin julkisuuden henkilö, tosin myös alkupään numeroista löytyy *kesä 2014* numero PMMP:n kuvalla. Luultavasti tunnetun ihmisen kasvoilla varustettu lehti houkuttelee kadulla enemmän ostajia lähestymään lehden myyjä ja ostotilannetta kuin piirroskuvat tai tuntemattomien kodittomien tai asunnottomien ihmisten kasvot. Siinä missä kansikuvan lähettämä viesti ei enää tuo esille köyhyyttä, taistelee se köyhyyttä vaskaan ehkä tehokkaammin houkuttelemalla julkisuuden henkilön fanit ja muut uteliaat ostamaan lehden.

3.4 Lehden kannessa esiintyvät otsikot

Koska oleellinen osa sitä onnistuuko Iso Numero taistelemaan laatujournalismilla köyhyyttä vastaan on se, mitä lehden ostaja olettaa saavansa, kun ostaa lehden, on aiheellista tutkia, minkälaisia otsikoita lehden kanteen on valittu. Kansikuvan lisäksi ostopäätökseen voivat vaikuttaa kannessa esiintyvät otsikot – mitä houkuttelevampia aiheita, sitä enemmän lehti myy ja sitä paremmin köyhät saavat lehdestä apua.

Taulukko 3. Iso Numero -lehden numeroiden kannessa esiintyvät otsikot

Numero	Kannen otsikot
2011	<ul style="list-style-type: none"> - Paul Polansky – Runoilija romanien asialla - Helsinki kodittomien silmin & Kontula extra! - Lähiruokaa ja villivihanneksia - Mitä tänään kulttuurissa? <ul style="list-style-type: none"> - Suomalaisen nukketeatterin nousu - Suomi-elokuvan ongelmallinen mieskuva <ul style="list-style-type: none"> - saamelainen nykyrunous yllättää - Sinisilmäinen monikulttuurisuus - Aleks Neuvonen & hyvä arki - Claes Andersson: ”Myös rakkaudesta voi

	jääää riippuvaiseksi.”
2012	<ul style="list-style-type: none"> - PMMP:n Paula Vesala: ”Ikä ja muksu tekevät hyvää ihmiselle” - Sarjakuvaa meillä ja muualla! - Liian halpa ruoka? - Eija Ahvo Kairossa - Pop-up musiikkia Helsingissä - Freelancer-kapina - Monikulttuurinen kantele - Alexandra Salmela - Mirel Wagner - Mikko Roiha - James Joyce
2013	<ul style="list-style-type: none"> - Katulehtiä maailmalta - Ihmisiä kotikynnyksellä – Jouni Kaipian arkkitehtuurivalokuvia - Ilmaisia lounaita! - Haastattelussa Suomen Bansky, Sampsa - Kallonmuotoilusta apu lasten käytöshäiriöihin? - David Lynch - Joshua Oppenheimer - Atlas Saarikoski - F.M. Dostojevski
2014	<ul style="list-style-type: none"> - Helsinki mihin menet? - Peter Von Bagh: ”Tuloerot vievät suhteellisuudentajun” - Lastenkirjallisuudesta vientituote - My Little Pony -sarjis - Pelleilyä autiomaassa - Teatteri-Tuntematon televisioon
2015	<ul style="list-style-type: none"> - Laura Malmivaara – ”Tärkeintä on rakkaus!” - Nuorisotakuu – Ei kodittoman juttu - Hector ja Olavi Uusivirta – Musiikki yhdistää - Julma Henri - Rosa Lixsom - Evelin Kask - Max Ryyänen
2016	- Koko kansan Shirley Karvinen

	<ul style="list-style-type: none"> - Toteutuvatko liikkuvan väestön oikeudet Helsingissä? - Oulun skeittiskenen nousu ja uho - Kirsti Suoranta - Katja Gauriloff - Jenny Lehtinen - Katukatti Bob
2017	<ul style="list-style-type: none"> - Brother Christmas – moderni Robin Hood - Ideoita köyhyyden selättämiseen maailmalta - Hyrysytys, lieke ja muuta kaupunkisanastoa - Antti Holma - Margaret Atwood - Maryan Abdulkarim - Vallisaari

Kaikista kansista löytyy otsikko, josta voidaan tulkita, että lehdestä löytyy johonkin yhteiskunnalliseen epäkohtaan liittyvä artikkeli – esimerkiksi köyhyys, asunnottomuus ja romanit nostetaan eri numeroissa esille. Jokaisesta lehdestä löytyy selkeästi myös henkilökuva: useimmissa henkilökuvuissa on kansikuvassa esiintyvä ihminen. Jokaisessa numerossa nousee esiin myös kulttuuriaihe: on teatteria, kirjallisuutta ja skeittiskeneä.

Kannessa esiintyvien otsikoiden perusteella Iso Numero -lehteä voisi pitää lehtenä, josta löytyy jokaiselle jotakin. Samalla lehti kuitenkin selkeästi säilyttää linjansa siinä, että jokaisesta numerosta löytyy kantaa ottava tai aikaisemmin ehkä yleisöltä pimentoon jäänyt aihe: *Kallonmuotoilusta apu lasten käytöshäiriöihin?* tai *Toteutuvatko liikkuvan väestön oikeudet Helsingissä?*

3.5 ”Isot aiheet”

Isot aiheet -otsikon alle on Iso Numero -lehdessä laitettu ne artikkelit, jotka on tuotettu juuri Iso Numero -lehteä varten. Osioista löytyy yleensä henkilökuva – useimmiten lehden kansikuvajuttu, kolumni, featurejuttu – käsitellään yleensä yhteiskunnan huono-osaisiin liittyviä aiheita ja teemoja, sekä reportaasi.

Taulukko 4. Iso Numero -lehdissä esiintyvät juttutyypit ja niiden aiheet

Numero	Henkilökuva	Featurejuttu	Kolumni	Reportaasi
2011			Kerjäämisen kriminalisointi loukkaa perusoikeuksia	
2012	”Levynteossa parasta on kaikki” (Paula Vesala)	Halvat huvit	Huijaamista ja muita selviytymiskeinoja – Alexandra Salmela selventää huijaamista ja muita selviytymiskeinoja	Kairon katulapset: Näyttelijä Eija Ahvo vapaaehtoistyössä nuorten äitien turvakodissa
2013	Maailma valmiimmaksi katu- taiteella – Suomen Bänsky. Katutaiteilija ”Sampsu” haluaa parantaa maailmaan taideteos kerrallaan.	Kohtauksia kotikynnyksellä – Jouni Kai pian arkkitehtuurivalokuvissa pääosassa ovat ihmiset maailman eri kolkilta.	Ksenofobia ei luo turvallisuutta – Jussi Förbom tekee ruumiinavauksen Suomen ulkomaalaispolitiikalle	Muutosta Seattlessa – Real Change tarjoaa toimeentuloa asunnottomille. Katulehti on löytänyt paikkansa paikallisuutisten julkaisukanavana.
2014	Elokuvaohjaaja leipäjonossa – Kun dokumenttiohjaaja löytää itsensä leipäjonosta, voi arvata mitä tapahtuu. Mikko Pielan elokuva ”Kukavälittää?”	Chaplinin tähtien alla. – Kulkuri täyttää 100 vuotta. Peter von Baghin mukaan aika ei ole syönyt hahmon särmää.	Kaj Kalin koettelee proosan ja politiikan rajoja.	Kasvukipuinen Helsinki – Pääkaupunki on kotimonelle, vaikka jokaisella ei ole kattoa pään päällä. Pekka Vääntinen katsoo asuntopolitiikan kristallipalloon.
2015	Boheemisti kiltti – Laura Malmivaara on kulttuurin moniottelija. Nyt hän avautuu suhteestaan teatteriin, taiteeseen ja sananvapauteen.	Unelma omasta kodista – Hyvinvointivaltiossa on sudenkuoppia. Kodittomalle nuorisotakuu ei ole mitenkään itsestään selvä.	Pelataan jotain muuta – Vierailleva kolumnisti Julma Henri on kurkkuaan myöten kyllästynyt Monopoliin renkutamiseen.	Aavikolle eksyneet – Meksikon ja Yhdysvaltojen raja-aavikko on anteeksiantamaton. Evenlin Kask seurasi autiomaa uupuneiden viimeistä etappia.

2016	Koko Suomen Shirly – Miss Suomeksi valitun Shirly Karvisen missivuosi alkoi kohulla. Vuotensa kansakunnan kauneimpana hän käyttää kiusattujen tukena.	98 x poliisi & vartija – Liikkuvan väestön kertomukset kohtamisistaan järjestyksenpitäjien kanssa Helsingissä ovat kauraa kuultavaa.	Länsimaiden perikato, Trump ja kulttuurilehdet – Neljännesvuosisata sitten suomalaiset kulttuurilehdet yhtyivät. Matkan varrella on tapahtunut paljon – ja yllättävän vähän – kirjoittaa vieraskolumnistimme Kirsti Suoranta.	Guantanamoon ikuiset vangit – Albaniassa asuu joukko Kiinan uiguureja, jotka ovat terrorismin vastaisen sodan unohdettuja uhreja. Kristiina Markkanen tapasi heistä neljä.
2017	Hispteri-pukki parantaa maailmaa – Mikä saa parran taakse piiloutuvan kotisisän käyttämään vapaa-aikaansa tuntemattomien auttamiseen? Brother Christmas – vuoden vapaaehtoiseksi valittu arjen sankari – kertoo.	Leipää ja kahvia – Brittein saarella kodittomien avuksi on syntynyt uudenlaista sosiaalista yrittäjyyttä kahvin ja ruuan ympärille.	Jääkiekkokansaa – Maahanmuuton solmuja voi käsitellä urheiluvertauksin, kirjoittaa vieraskolumnistimme Maryan Abdulkarim.	Askel kerrallaan – katulehti tukee itäeurooppalaisia paikkansa löytämiseksi Saksassa – Jokainen katulehti heijastaa oman kaupunkinsa tarpeita. Ison Numeron hampurilainen ystävälehti on ottanut työperäisten siirtolaisten kotouttamisen osaksi ydintehtäviään.

Iso Numero -lehden ensimmäisessä numerossa ainoastaan kolumni ja pääkirjoitus ovat kirjoitettu juuri Iso Numero -lehteä varten. Muissa aineiston numeroissa kaikki taulukossa mainitut neljä juttutyyppeä löytyvät.

Juttujen aiheet ja teemat liikkuvat selkeästi ihmisarvon ja epätasa-arvon ympärillä. Reportaasit käsittelevät useimmiten aiheita Suomen ulkopuolelta. Jutuissa on nostettu esille usein Iso Numero -lehden toimintaan liittyviä aiheita, esimerkiksi kerrottu vastaanlaisten lehtien toiminnasta ulkomailla. Featurejutuissa käsitellään niin ikään niitä,

joita Iso Numero -lehti pyrkii auttamaan: kodittomia ja romaneja. Toisaalta välillä jutuis-
sa on myös nostettu esiin jokin kulttuurillinen ilmiö.

Juttujen otsikointia ja sisältökuvauksia tarkastellessa tulee mieleen, että Iso Numero -
lehti pyrkii sisällöillään lisäämään keskustelua ja ymmärrystä niitä ihmisryhmiä ja ilmiöi-
tä kohtaan, joiden eteen lehti tekee työtään. Lehti ei siis pyri vähentämään köyhyyttä
ainoastaan sillä, että tarjoaa myyjille osuuden myyntituloista, vaan myös sillä, että se
nostaa esille tarinoita niistä ihmisistä, jotka apua tarvitsevat.

4 Tutkimuksen toteutus ja aineistot

Tässä opinnäytetyössä selvitetään, voiko journalismilla vähentää köyhyyttä ja miten
Suomessa ja erityisesti Helsingissä myytävä katulehti Iso Numero on köyhyyden vä-
hentämisessä onnistunut.

Olen jakanut opinnäytetyöni kysymykset kolmeen ryhmään, jotka ovat

- a) lehden tekijöille
- b) lehden tekijöiden ja lehden myyjien yhteyshenkilöille eli välittäjille
- c) lehden myyjille.

Kysymykset löytyvät liitteestä numero 1.

4.1 Tutkimusmenetelmä ja -aineisto

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää.

Aineistonkeruumenetelmäksi valitsin haastattelun, jonka toteutin kasvotusten haastatel-
tavan kanssa. Poikkeuksena haastattelu, jonka tein lehden myyjälle numero 2 sähkö-
postitse, koska hän ei pystynyt tapaamaan kasvotusten.

Haastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska Iso Numero -lehden toimintaan
liittyviä tekijöitä ei ole tilastoitu eikä lehden toimintaan liittyen löytynyt aikaisempaa tut-
kimusmateriaalia käytettäväksi. Näin ollen kvantitatiivista materiaalia ei ole käytettävissä.
Olettamukseni mukaan Iso numero -lehden tekijät, sen välittäjät ja myyjät osaavat itse

parhaiten kertoa kokemuksiaan siitä, miten lehti on onnistunut vähentämään köyhyyttä lehden myyntialueella.

Haastattelussa tutkija ja haastateltava, haastattelutyypistä riippuen, käyvät läpi enemmän tai vähemmän järjestelmällisesti tai laxeasti asioista, jotka kuuluvat tutkimusaiheeseen. Tutkimushaastattelulla on selkeä päämäärä eli tutkimustehtävän suorittaminen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 52)

Haastattelua siis käytetään tutkimusaineiston saamiseksi, ja aineistoa puolestaan on tarkoitus analysoida ja tulkita tieteellisen tutkimustehtävän selvittämiseksi (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34, 42).

Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2009, 53) teoksesta käy ilmi, että haastattelu on hyvä valinta aineistonkeruumenetelmäksi silloin, kun halutaan tietää asioita ihmisen omasta elämästä ja kokemuksista ja oletetaan, että ihminen itse osaa kertoa niistä parhaiten. Haastattelun ongelma on se, että niihin ei voi suhtautua täysin realistisesti ja olettaen, että haastateltava kertoo asiat todenmukaisesti. Haastattelua käytettäessä on muistettava huomioida erilaisia haastattelijasta ja haastateltavasta johtuvia virhelähteitä.

Parhaimmillaan haastattelulla voidaan saada perusteellista ja monipuolista tietoa ja haastateltavan puhe voidaan haastattelussa sijoittaa laajempaan kontekstiin (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 53).

Haastattelutyyppejä ja -tapoja on useita ja niitä voidaan jaotella eri perustein. Haastattelujen voidaan ajatella jakautuvan karkeasti kahtia 1) lomakehaastatteluun eli strukturoituun haastatteluun, joka valmiiksi muotoiluine järjestelmällisine kysymyksineen ja vastausvaihtoehtoineen muodostaa oman lajinsa, sekä 2) puolistrukturoituihin eli puoliavoimiin ja strukturoimattomiin eli avoimiin haastatteluihin, joissa kysymysten esittäminen vaihtelevat ja joissa ei ole tarjolla valmiita vastausvaihtoehtoja (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43-44).

Tässä työssä käytetään puolistrukturoitua eli puoliavoiminta tutkimushaastattelua.

Hirsjärven & Hurmeen (2001, 47) mukaan puolistrukturoitu haastattelu etenee siten, että kaikille haastateltaville esitetään täysin samat tai lähes samat kysymykset samas-

sa järjestyksessä. Joidenkin määritelmien mukaan tosin puolistrukturoidussa haastattelussa voidaan kuitenkin vaihdella kysymysten järjestystä kuten esimerkiksi teemahaastattelussa. Osittain avoin ja osittain järjestelty haastattelu sijoittuu formaalisuudessaan teemahaastattelun ja täysin strukturoidun lomakehaastattelun välille. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47)

Tässä opinnäytetyössä puolistrukturoiduissa haastatteluissa kysymykset esitettiin kaikille haastateltaville täysin samassa järjestyksessä.

Toteutin haastattelut kasvotusten ja tallensin haastattelutilanteen nauhurille, jotta voin palata haastattelutilanteeseen jälkeenpäin. Ennen analyysin tekoa litteroin haastateltavien vastaukset tekstimuotoon, jotta vastausten analysointi helpottuu.

Aineiston analyysimenetelmäksi olen valinnut sisällönanalyysin. Sisällönanalyysissä aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia etsien ja tiivistäen. Sisällönanalyysin avulla tutkittavasta ilmiöstä pyritään muodostamaan tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset laajempaan kontekstiin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105)

4.2 Tutkimusaineisto ja aineistolähtöisyys

Tutkimusaineisto koostuu kuudesta haastatteluvastauksesta. Näistä kaksi on tehty Iso Numero -lehden tekijöille, kaksi lehden myyjille ja kaksi lehden välittäjille. Tutkimus on aineistolähtöinen. Aineistolähtöisyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen pääpaino on aineistossa, ja siinä edetään induktiivisen päättelyn avulla yksittäisistä havainnoista yleisiin päätelmiin (Eskola & Suoranta 1998, 83). Tutkimuksen pohjana ei ole siis valmista teoriaa tai hypoteesia, joka aineiston avulla pyrittäisiin osoittamaan oikeaksi tai vääräksi (Hirsjärvi ym. 2007, 155).

5 Aineiston käsittely ja tulokset

Haastattelin yhteensä kuutta henkilöä, kahta kustakin aikaisemmin kappaleessa 4 mainitsemastani ryhmästä. Toteutin haastattelut kasvotusten ja yleensä haastateltava oli kanssani haastattelutilanteessa kahden. Poikkeuksen tekevät lehtien myyjien haastattelut. Myyjän numero 2 kohdalla jouduin toteuttamaan haastattelun sähköpostitse, sillä hän ei pystynyt tapaamaan minua kasvotusten, eikä myöskään antamaan puhelinhaas-

tattelua hänelle tehdyn kirurgisen toimenpiteen vuoksi. Myös myyjän numero 1 kohdalla haastattelutilanne oli poikkeava, sillä paikalla oli romanian kielen tulkkina toiminut Hirundon työntekijä, joka on itse lehden välittäjä numero 1. Myös haastattelujen toteutuskieli oli myyjä numero 1:n ja lehden välittäjä numero 1:n kohdalla eri kuin muiden haastateltavien kohdalla, sillä he eivät puhu suomea. Haastattelut toteutettiin näin ollen englanniksi.

Haastateltavat olivat joko lehden myyjiä, välittäjiä tai tekijöitä. Lehden myyjistä toinen on kantasuomalainen (myyjä numero 2) ja toinen romanialainen (myyjä numero 1). Kumpikin myyjistä oli noin 60-vuotiaita miehiä. Lehtien välittäjistä toinen työskentelee VVA ry:llä ja toinen Hirundossa. VVA:n työntekijä on kantasuomalainen noin 30-vuotias nainen ja Hirundon työntekijä Romaniasta Suomeen muuttanut noin 40-vuotias mies. Tässä vaiheessa on syytä muistuttaa, että VVA:n kautta Iso Numero -lehteä myy kaksi ihmistä, kun taas Hirundon kautta lehteä myy vaihtelevasti noin 20-60 ihmistä. Lehden tekijätiimistä haastattelin päätoimittaja Hannele Huhtalaa ja lehteä kustantavan Kultti ry:n järjestösihteeriä Eeva Tiaista.

5.1 Iso Numero -lehti tuo pysyvyyttä Itä-Euroopan romaneille

Kun selvitetään, kuinka hyvin Iso Numero -lehti on onnistunut vähentämään köyhyyttä laatujournalismin keinoin ja voiko journalismilla taistella köyhyyttä vastaan, on aiheellista vertailla eri ryhmiin kuuluvien haastateltavien vastauksia.

Lehden tekijät markkinoivat Iso Numero -lehteä sloganilla *Laatujournalismia köyhyyden vähentämiseksi* joten lienee aiheellista olettaa, että he myös uskovat journalismilla olevan myönteistä vaikutusta köyhyystaistelussa. Lehden välittäjät puolestaan ovat itse viikoittain ja päivittäin tekemisissä Helsingissä elävien köyhien ja asunnottomien kanssa, joihin myös lehden myyjien voidaan katsoa kuuluvan. Lehden välittäjä ja lehden tekijä katsovat köyhyyttä hyvin erilaisista näkökulmista. On myös tärkeää vertailla lehden myyjien kokemuksia lehden tekijöiden ja välittäjien kokemuksiin, sillä he ovat niitä, joita lehdellä pyritään auttamaan.

Kaikille ryhmille esitetty kysymys, miten lehden myyminen on auttanut sitä myyviä ihmisiä, antaa kuvan siitä, miten Iso Numero -lehti on onnistunut vähentämään köyhyyttä.

Eniten vastauksissa nousivat esille romanit. Yksi vastanneista, kantasuomalainen lehden myyjä, piti Iso Numero -lehteä romanien sosiaaliturvan paikkaajana:

Paikkaa tällä hetkellä Romanian romanien olematonta sosiaaliturvaa. Suomalaisen köyhyyden poistamista lehden myyminen ei paikkaa. Sosiaaliturvamme, tarkemmin toimeentulotuki on täysin riittämätön. Minun pitäisi seisoa Hakaniemen torilla 100 tuntia kuukaudessa ja myydä se lehti tunnissa. (Myyjä 2, haastattelu 16.4.2017)

Lehden romanitaustainen myyjä vahvistaa suomalaismyyjän käsitystä Iso Numero -lehden suuresta merkityksestä romaniväestön tärkeänä auttajana.

Iso Numero on auttanut meitä elämään; minua ja perhettäni Romaniassa. Olen myynyt lehteä viimeiset kolme vuotta vuoden ympäri ja sen avulla pysymme hengissä. Iso Numero tuo pysyvyyttä. Iso Numero tarkoittaa, ettemme kuole. Lähetän tienamani rahat kahdelle tyttärelle ja kuudelle lapsenlapselleni. Itse asun Suomessa autossa, teltassa, makuupussissa metsässä ja nykyisin onneksi myös hätämajoituksessa. (Myyjä 1, haastattelu 12.4.2017)

Myyjä numero 2:n mainitsema *pysyvyys* nousee esille myös kantasuomalaisille asunnottomille lehteä välittävän VVA ry:n työntekijän vastauksessa.

Ihmiset saavat sen muutaman kolikon, mutta miten mä näen sen esimerkiksi liikkuvan väestön kohdalla, niin se on tuonut sellaista pysyvyyden tunnetta. Että kun mietitään, liikkuva väestö on hyvin haavoittuvassa tilanteessa, elämä muuttuu nopeasti ja koskaan ei ole varma siitä huomisesta, koska ei ole mitään pysyvää. Et meillä on jokaisella sellainen kiinnekohta, heillä se saattaa puuttua. Ja tavaltaan se, että sulla on se Iso Numero, se on sun tehtävä, et he on saaneet semmoisia kiinnekohtia, mikä lisää sen arjen turvallisuuden tuntoa tosi paljon, et ihmiset pystyvät olemaan paljon varmempia huomisesta. Se on niin kuin tällöinen ihmisen psykologiaan vaikuttava asia. (Välittäjä 2, haastattelu 12.4.2017)

Myös lehden päätoimittaja ja Hirundossa työskentelevä lehtien välittäjä (1) pitivät Iso Numero -lehteä tärkeänä juurikin romaneille. Huhtala mainitsee, että on kuullut Hirundosta, että lehdistä saaduilla rahoilla on maksettu lasten ruuat. Hirundossa työskentelevä lehtien välittäjä puolestaan kertoo, että ruuan lisäksi rahoilla on maksettu erilaisia kouluvälineitä kuten muistikirjoja ja kyniä.

Aineellisen hyödyn lisäksi myös psyykkiset vaikutukset nousevat vastauksissa esille. Lehden välittäjä 2 kertoo, että köyhien perheiden lapsille on henkisesti ja tunteellisesti tärkeää, että esimerkiksi heidän vaatteensa ovat samanlaisia kuin koulukavereilla on, ja ilman Iso Numero -lehden myynnistä saatuja rahoja, Suomeen saapuneiden romanien lapsilla ei välttämättä olisi mahdollisuutta saada ehjiä vaatteita. Myös välittäjä numero 1 mainitsee, että lehden tuoma pysyvyys on ihmisen psykologiaan vaikuttava asia. Psyykkiset vaikutukset nousevat esille myös päätoimittajan vastauksessa.

Tämä on mulle ihmisoikeudellinen kysymys, että on mahdollisuus olla kerjäämättä, koska jos sä kerjää, sä yleensä istut maassa ja olet siellä alhaalla. Sua katsotaan sinne alas. Iso Numero vaatii sen, että sä seisot ja pidät sitä lehteä kädessä ja sua katsotaan samalta tasolta. Se vaikuttaa ihmisen käsitykseen omasta itsestäkin, että oletko sä se, jota katsotaan koko ajan alaspäin, vai pitääkö sua katsoa samalta tasolta. (Huhtala Hannele, haastattelu 12.4.2017)

Psykologisen vaikutuksen lisäksi yhdessä vastauksessa tulee ilmi Iso Numero -lehden vaikutukset laajemmalla yhteiskunnallisella tasolla.

Jos mietitään liikkuvaa väestöä niin heillähän ei ollut kasvoja. Tai sitten se et miten heidät nähtiin niin uhkana, ylimääräisenä kappaleena, joka häiritsee kaikkia muita: sellaisena monotonisena kappaleena, että se on joku tämmöinen muodoton ryhmä, mistä emme tiedä mitään. Iso Numero on antanut heille kasvot, mikä on tosi merkityksellistä ja se on taas vaikuttanut siihen, että meidän järjestelmä tasolla on ruvettu tekemään asioita, on ruvettu tarjoamaan hätämajoitusta. Iso Numero tekee heidät näkyväksi arjessa joka päivä. Se on tosi merkityksellinen asia. (Välittäjä 2, haastattelu 12.4.2017)

5.2 Lehden keinot köyhyyden vähentämiseksi ovat rajalliset

Sen lisäksi, että haastateltavilta kysyttiin, miten lehden myynti on auttanut sitä myyviä ihmisiä, vastasivat lehden tekijät ja välittäjät myös siihen, miten lehti on heidän mielestään tähän mennessä onnistunut taistelemaan köyhyyttä vastaan.

Kahdessa neljästä vastauksesta käy selvästi ilmi se, että lehden keinot köyhyystaistelussa ovat rajalliset. Esimerkiksi lehden päätoimittaja pohti seuraavaa:

Ei se nyt siis ketään absoluuttisesti köyhyydestä pelasta, mutta ikään kuin me ollaan sillä tiellä, että voidaan tarjota jollekin ihmiselle, sanotaan, vaikka kuusi euroa päivässä niin sillä saa jo ruokaa kaupasta. (Huhtala Hannele, haastattelu 12.4.2017)

Samankaltaisia ajatuksia on lehteä kustantavan järjestön sihteerillä:

Ei tietenkään ole mikään kokonaisratkaisu, se on niin iso ongelma. Eikä poisteta köyhyyttä sillä yksistään, että on olemassa joku lehti, mutta se kuitenkin on jotain niille myyjilleen tärkeää, vaikka se raha on melko pieni, mutta sillä voi saada isoja asioita aikaan ja itse toivon, että sillä on vaikutuksia sitten seuraavaan sukupolveen, että myyjien lasten elämä kohentuisi, että he saisivat koulutusta ja hyvät eväät elämään. (Tiainen Eeva, haastattelu 12.4.2017)

Vastauksissa korostuu ajatus siitä, että köyhyyttä ei voida poistaa laatujournalismia myymällä, mutta pienin askelin muutosta on tapahtunut ja yksittäisille ihmisille muutos on voinut olla todella merkityksellinen. Toisaalta kahdessa vastauksista korostetaan,

että Iso Numero -lehti on tehnyt tärkeitä saavutuksia. Lehden päätoimittaja kokee, että lehden viime vuoden tulos oli onnistunut:

Iso Numero tuotti viime vuonna noin 100 000 euroa, mikä jakautui näille reilulle sadalle myyjälle ja musta se on huikea tulos. (Huhtala Hannele, haastattelu 12.4.2017)

Hirundossa työskentelevä lehtien välittäjä korostaa vastauksessa Iso Numero -lehden työn merkitystä itäeurooppalaisille myyjille:

Iso Numero on elämää muuttava väline. Se on myös elämiä pelastava väline. (Välittäjä 1, haastattelu 12.4.2017)

5.3 "Iso Numero -lehti vähentää köyhyyttä kolmella tasolla"

Sen lisäksi, että kartoitin haastateltavien mielipiteitä ja kokemuksia siitä, miten Iso Numero -lehti on auttanut myyjiään ja miten lehti haastateltavien mielestä on onnistunut vähentämään köyhyyttä Suomessa, halusin tietää, mitä ihmiset, jotka välittävät lehteä lisätuloja tarvitseville ja työskentelevät päivittäin köyhien ja asunnottomien kanssa, ajattelevat siitä voiko journalismilla taistella köyhyyttä vastaan.

Hirundolla työskentelevän lehden välittäjän ja VVA ry:llä työskentelevän lehden välittäjän näkemykset ovat samankaltaisia.

Hirundon välittäjän mielestä journalismi on ainoa keinoa, jolla köyhyyttä vastaan voidaan taistella ja jolla köyhyyttä voidaan vähentää:

Journalismi on ainoa keino. Rehellisesti sanoen ihmiset voivat osoittaa mieltään eduskunnan edessä ja asioiden eteen tullaan tekemään todella vähän, mutta jos ongelma nousee esille esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, se iskee kasvoillesi joka päivä. Se on ainoa keino. Kun kuulet ja näet ihmisen tarinan dokumentissa tai haastattelussa, se on todella tehokasta. Jos sen (journalismin) tekee oikein, se on tehokasta, mitä muutakaan. (Välittäjä 1, haastattelu 12.4.2017)

VVA ry:n lehden välittäjä nostaa myös esille journalismin vaikuttavuuden:

Ja totta kai, me ei poisteta sitä kokonaisuudessaan, mutta me pystytään helpottamaan joidenkin ihmisten arkea tekemällä journalismia. Ja tietysti se taistelee asenteita vastaan, mikä on mahtavaa, että niin kauan kuin journalismissa puhutaan asunnottomuudesta myös poliittisella tasolla puhutaan siitä. Siitä ei enää kehdata vaieta, koska se on koko ajan pinnalla keskustelussa. Sillä on tällöinen vaikutus. (Välittäjä 2, haastattelu 12.4.2017)

Vaikka välittäjä 2 pitää journalismin vaikutusta merkittävänä keskustelun avauksessa, korostaa hän, ettei köyhyyttä pystytä journalismilla kuitenkaan poistamaan:

Köyhyyttä ei ainakaan pystytä sillä poistamaan, mutta taistelemaan kyllä ja vähentämään siinä mielessä, että kaikkihan riippuu kaikesta. (Välittäjä 2, haastattelu 12.4.2017)

Kaikkiaan välittäjä 2:n mielestä Iso Numero -lehti vähentää köyhyyttä kolmella tavalla:

Asenteisiin vaikuttaminen, autetaan niitä tarvitsijoita ja avunantajia kohtaamaan ja ylläpidetään sitä keskustelua. (Välittäjä 2, haastattelu 12.4.2017)

6 Pohdintaa ja johtopäätöksiä

Vuonna 2011 median otsikoihin nousivat romanikerjäläiset ja kerjäämisen kieltävä laki. Esimerkiksi Yle Uutiset kirjoittaa 22.3.2011 julkaistussa verkkoartikkelissaan *Romanikerjäläisiä jo 50 Helsingissä – kaupungilla keinot vähissä*, että Itä-Euroopasta tulleiden romanien joukko on kasvanut. Jutussa kerrotaan, että romanien määrä on lähes kaksinkertaistunut viikossa. Reilua kahta kuukautta aikaisemmin Yle Uutiset kertoi, että aggressiivinen kerjääminen ja luvaton leiriytyminen ollaan kieltämässä lailla.

Näihin otsikoihin ja niistä syntyneisiin keskusteluihin vastalauseeksi syntyi Iso Numero -lehti, jonka silloinen päätoimittaja Martti-Tapio Kuuskoski kirjoittaa lehden pääkirjoituksessa miettineensä, eikö kerjäläiskysymykseen voisi vastata kieltojen sijasta positiivisimmilla tavoilla. Kuuskoski pohtii kirjoituksessaan, että kerjäämiselle on onneksi olemassa vaihtoehtoja: esimerkiksi lehden myyminen kadulla.

Kuuskoski kirjoittaa, ettei tiedä millä tavoin Iso Numero -hanke tulee lopulta toteutumaan tai kuinka hyvin se ”onnistuu”. Kuuskoski toteaa vielä, että äärimmäinen köyhyys on sietämätöntä ja sille pitää tehdä jotain monilla eri tasoilla. Journalistille luontevin tapa on kirjoittaa epäkohdista ja antaa työnsä tulokset eteenpäin muille myytäväksi. Kuuskoski päättää kirjoituksensa kuvailemalla Iso Numero -lehteä seuraavin sanoin: *Pieni yritys köyhyyden vähentämiseksi*. Vuosien ajan lehden tarkoitus on pysynyt samana ja nykyisin se markkinoi itseään sloganilla: *Laatujournalismia köyhyyden vähentämiseksi*.

Tämän opinnäytetyön pyrkimyksenä oli selvittää, onko Iso Numero -lehti onnistunut taistelussa köyhyyttä vastaan eli onko köyhyys vähentynyt lehden myyntialueella Helsingissä. Vastausta kysymykseen ei voida osoittaa tilastoilla. Lehden toimintaan liittyvää selkeää tilastointia ei ole tehty, eikä toiminnan vaikutuksia ole laajasti tutkittu. Jotain voidaan kuitenkin päätellä siitä, miten lehden tekijät, asunnottomien ja romanien kanssa työskentelevät lehtien välittäjät ja lehtien myyjät itse näkevät lehden onnistuneen köyhyyttäistelussa.

Ensimmäisenä on syytä keskittyä siihen, ketkä lehteä tällä hetkellä myyvät ja miten lehti on heitä auttanut. Iso Numero -lehteä myy tällä hetkellä noin 140 ihmistä, heistä kaksi on kantasuomalaisia ja loput Itä-Euroopasta Suomeen saapuneita romaneja.

Haastatteluissa kävi ilmi, että lehden tekemän työn merkitys on selkeästi suurempi romaneille, kuin suomalaisille. Romaneille lehden myynti tarkoittaa sitä, että he pysyvät hengissä ja voivat lähettää rahaa kotimaahansa lastensa kouluttamiseen ja ruokkimiseen. Suomalaisten myyjien kohdalla lehdestä saatu tulo auttaa kattamaan kuukausittaiset kulut esimerkiksi sosiaaliturvaan kuuluvien tukien lisänä. Kaikki haastateltavat nostivat esille Iso Numero -lehden elämää ylläpitävänä asiana romaneille, mikä on ymmärrettävää, sillä muuta tuloa Itä-Euroopasta saapuneilla kodittomilla romaneilla ei ole. Romaniassa tai Bulgariassa kun ei ole minkäänlaista sosiaaliturvaa. Lehteä myyvän romaniväestön kohdalla voitane siis sanoa, että se on vähentänyt heidän köyhyyttään, mutta ei suinkaan poistanut sitä, sillä lehdestä saadut tulot eivät riitä nostamaan heitä köyhyysrajan yläpuolelle.

Suomalaisten myyjien kohdalla on vaikea sanoa, onko Iso Numero -lehti vähentänyt köyhyyttä heidän kohdallaan. Suomalaisten myyjien tilanne ei noussut haastateltavien vastauksissa esille, ehkäpä siksi, että kantasuomalaisia myyjiä on vain kaksi ja he tekevät myyntityötä epäsäännöllisesti. Toisaalta myyjä numero 1:n vastauksen perusteella lehdestä saadut tulot eivät ole vähentäneet hänen köyhyyttään ja hän arveleekin, ettei lehti paikkaa suomalaisten köyhyyttä.

Kaiken kaikkiaan vastauksissa toistuu ajatus siitä, että lehdellä ei poisteta köyhyyttä absoluuttisesti, eikä se ehkä ole laajemmassa mittakaavassa sitä vähentänytkään, mutta muutosta sen katsotaan saaneen aikaan. Ehkäpä lehden merkitys köyhyyden vähentämisessä liittyykin juuri immateriaalisiin tekijöihin, materiaalisten tekijöiden sijaan.

Jos ajatellaan lehden onnistumista myyjien kannalta, tärkeänä pointtina esiin nousivat lehden myymisestä seuraavat psykologiset vaikutukset. Vaikka haastateltavat tiedostivat, että myyminen voi olla nöyryyttävä keino hankkia elantoa, pidettiin sitä kuitenkin ihmisoikeudellisesti arvokkaampana ja rohkaisevampana tapana selviytyä, kuin kerjäämistä. Lehden tekijät ja välittäjät nostivat esille, että lehti on tuonut myyjilleen pysyvyydentunnetta ja uskoa huomiseen. Lehdellä kerrottiin myös olevan vaikutuksia myyjien lasten henkiseen hyvinvointiin – lehti mahdollisti lapsille tunteen siitä, että he ovat samanlaisia kuin muut lapset, koska lehdestä tienatuilla rahoilla lapset saivat ehjiä ja samanlaisia vaatteita kuin heidän kavereillaan oli.

Iso Numero -lehden tärkeimpänä onnistumisena pidettiin sitä, että asunnottomuutta, köyhyyttä ja romaneja koskevat aiheet ovat nousseet julkiseen keskusteluun ja sitä kautta myös poliittiseen keskusteluun ja päätöksen tekoon. Haastateltavat kokivat, että silloin, kun mediassa nostetaan esille tietyt ilmiöt, niistä ei kehdata vaieta politiikassa. Journalismia pidettiin jopa ainoana keinona vähentää köyhyyttä juuri sen aikaansaaman keskustelun vuoksi. Tätä ajatusta vahvistaa Seppäsen ja Väliverron Mediayhteiskunta –teoksessa (2013) esitetty näkemys siitä, että media tarjoilee aineksia tiedollisen ja tunneperäisen suhteen muodostamiseksi maailmaan ja toiseen ihmiseen. (Seppänen & Väliverronen 2013, 42-43) Iso Numero -lehti tarjoaa aineksia tunneperäisen suhteen luomiseksi esimerkiksi köyhiä kohtaan.

Konkreettisella tasolla haastateltavat uskoivat Iso Numero –lehden muun muassa vaikuttaneen siihen, että romaneille alettiin vuosien 2016 ja 2017 vaihteessa tarjoamaan hätämajoitusta. Tämäkin seurauksena siitä, että Iso Numero on antanut aikaisemmin yhdeksi massaksi yleisön mieltämille romaneille kasvot. Kun päättäjät joutuvat kohtaamaan ongelman yksittäisten ihmisten kautta, tulee se enemmän iholle kuin, jos mediassa tuotaisiin jatkuvasti esille vain ”niitä romaneja”. Iso Numero on tuonut näkyvyyttä ensinnäkin sillä, että se tarjoaa romaneille lehden myyntityötä ja sillä, että lehdessä kerrotaan heidän tarinoitaan.

Toisena konkreettisena asiana esiin nousi Iso Numero –lehden vuoden 2016 tulos, joka oli yli 100 000 euroa. Päätoimittaja Hannele Huhtala piti summaa merkittävänä erityisesti, koska lehteä ei ole markkinoitu kovinkaan paljoa. Lehden menestyksen takana ovat sen tekijät ja katukuvassa näkyvät myyjät.

Yhteenvetona voidaan todeta, että laatujournalismilla voi vähentää köyhyyttä tietyillä tasoilla pienin askelin edeten. Köyhyys on niin monisyinen ja laaja-alainen ongelma Helsingissä, Suomessa ja maailmalla, että sitä ei voida ainoastaan journalismin keinoin vähentää.

Yksittäisen ihmisen tasolla, hänen, joka saa perheensä elätettyä juuri Iso Numero -lehden ansiosta, köyhyyttä on onnistuttu vähentämään ja sillä voi olla kauaskantoiset vaikutukset tulevaisuudessa. Voi olla, että lehden myyjän lapsi, joka vanhempansa myymien lehtien ansiosta pääsee nyt kouluun, välttää köyhyyden, koska pääsee opiskelemaan ammattiin ja saa työpaikan peruskoulutuksen ansiosta.

Laajemmalla tasolla ja erityisesti Helsingissä lehden myyntialueella elävien köyhien tasolla katsottuna, lehti tuskin on konkreettisesti heidän kohdallaan vähentänyt köyhyyttä, mutta ehkäpä he vielä jatkossa näkevät katulehden myymisen yhtenä tienä pois köyhyydestä ja asunnottomuudesta.

Yhteiskunnallisella ja poliittisella tasolla Iso Numero on tehnyt itsestään ison numeron. Lehti on tehnyt liikkuvasta väestöstä ja köyhyydestä näkyvämpää ja nostanut aiheet otsikoihin toisenlaisessa valossa kuin ennen. Esimerkiksi Yle Uutiset kertoo 5.6.2012 julkaistussa *Iso Numero tuo kaivattua lisätuloa köyhille* -verkkoartikkelissa, että melkein kaikki lehden myyjät ovat Itä-Euroopan romaneja. Romaneista kerrotaan, että he myyvät mieluummin lehteä kuin kerjäävät kaduilla. Jutussa kerrotaan, että romanikerjäläisten asiat ovat todella huonosti, mutta heiltä löytyy halua tarttua kaikkeen, millä voi parantaa omaa toimeentuloaan.

Myös Kansan Uutiset on tehnyt Iso Numero -lehdestä jutun 6.6.2012 *Tästä tehdään nyt iso numero!*. Lehden kerrotaan auttavan vähävaraisia ja osoittavan mieltään isoille mediataloille. Jutussa haastateltu lehden myyjä Reijo Pipinen kertoo: *Tätä ostettiin auttamisen halusta, eikä ostajia kiinnostanut sisältö, mutta luettuaan lehden ihmiset tulivat jälkeensä kiittämään myös lehden juttuja.*

MTV puolestaan kertoo 26.10.2016 julkaistussa *Karmeet kuvat Helsingin keskustan romanislummista – Joana ja Samara asuvat VR:n makasiinien raunioissa* – verkkoartikkelissaan, että naiset myyvät Iso Numero -lehteä kadulla selviytyäkseen.

Viimeisin Iso Numero -lehestä julkaistu verkkoartikkeli, joka löytyy 23.4.2017 tehdyllä Google-haulla on Tamperelaisen 12.4.2017 julkaisema *Iso Numero -lehti tulossa Tampereelle – Suurin osa myyjistä on Itä-Euroopan romaneja*.

Iso Numero -lehden voi siis nähdä onnistuneen erityisesti siinä, että köyhyys nousee keskusteluun mediassa ja yhteiskunnallisella tasolla yhä uudelleen ja uudelleen ja se on tärkeää, koska köyhyyttä ei saada poistettua ennen kuin yhteiskuntamme muuttuu ja siihen muutokseen tarvitsemme muun muassa poliittisia päätöksiä, joilla helpotetaan Suomessa esiintyvää eriarvoisuutta. Viimeksi se tarkoitti hätämajoituksen tarjoamista Helsingissä kaikille, myös aiemmin sen ulkopuolelle jääneille romaneille.

Se, minkälaisiin muutoksiin laatujournalismin nostattaman keskustelun myötä tulevaisuudessa pystytään, jää nähtäväksi, mutta ainakin haastateltavien mukaan Iso Numero -lehti on onnistunut siinä, että yhä useammat tahot haluavat tehdä työtä köyhyyden vähentämiseksi Suomessa. Ehkä jatkossa myös kyetään pitämään tarkempaa tilastoa siitä, ketkä lehteä myyvät ja miten heidän köyhyytensä lehden myynnin seurauksena muuttuu?

6.1 Tutkimuksen onnistuminen

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, voiko journalismilla vähentää köyhyyttä ja miten Iso Numero -katukulttuurilehti on siinä onnistunut. Tutkimus on kvalitatiivinen, ja aineistonkeruumenetelmäksi valitsin haastattelun, jonka toteutin kasvotusten haastateltavan kanssa. Poikkeuksena on yksi sähköpostitse toteutettu haastattelu. Saadut tulokset perustuvat litteroitujen haastattelujen sisällönanalyysiin.

Haasteelliseksi tutkimustyön teki se, ettei Iso Numero -lehden toimintaa ole tilastoitu eli tarkkaa lehden myyjien lukumäärää tai heidän statuksiaan ei tunneta. Näin ollen tutkimuksessa esitetyt johtopäätökset perustuvat ainoastaan haastateltujen ihmisten kertomien seikkojen analysointiin. On siis täysin mahdotonta todistaa numeroin tai muutoin tilastoidun tiedon kautta, pitävätkö esille nousseet näkökulmat paikkaansa vai eivät. On myös muistettava, että haastateltavien vastaukset perustuvat heidän omiin kokemuksiin ja näkemyksiinsä kysyttävästä asiasta.

Yksiselitteistä vastausta tutkimuskysymykseen ei saatu, mutta käsitys siitä, missä asioissa Iso Numero -lehti on köyhyyden vähentämisessä ainakin jollakin tasolla onnistunut, saatiin.

6.2 Tutkimustulosten luotettavuus

On myös syytä pohtia tulosten luotettavuutta. Kuten *Kvalitatiivisten menetelmien tietovarannossa* muistutetaan, tutkimukseen osallistuvat eivät välttämättä puhu kaikissa tilanteissa yhdenmukaisesti (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 53). Köyhyys ja sitä vastaan taisteleminen ovat aiheita, joiden kohdalla haastateltavat eivät välttämättä vastaa sen mukaan, mitä todella ajattelevat, vaan siten miten kuvittelevat vastauksen olevan sosiaalisesti hyväksyttävä. Olisiko haastattelu esimerkiksi tuottanut erilaisia vastauksia, jos aiheesta olisivat keskustelleet keskenään toisilleen läheiset ihmiset? Entäpä olisivatko vastaukset olleet rehellisempiä, jos olisin tavannut haastateltavat useamman kerran ennen haastattelun tekoa ja näin kasvattanut luottamusta itseni ja haastateltavan välillä?

Yhteenvedona voin todeta, että tämän tutkimuksen perusteella saadaan vain suppea kuva siitä, miten Iso Numero -lehti on onnistunut vähentämään köyhyyttä journalismin keinoin ja voiko journalismilla taistella köyhyyttä vastaan. Kattavamman kuvan saamiseksi haastateltavia olisi pitänyt olla enemmän. Erityisesti lehden myyjien käsityksiä siitä, miten lehden myyminen on auttanut heitä, olisi pitänyt kerätä tutkimukseen enemmän. Siten oltaisiin saatu laajempi kuva lehden merkityksestä köyhille ihmisille.

Lisäksi tutkimuksen luotettavuutta olisi luultavasti lisännyt se, että tutkimuksessa olisi kartoitettu myös lehden lukijoiden ja aktiivisesti mediaa seuraavien ihmisten käsitystä siitä, onko Iso Numero -lehti heidän mielestään onnistunut taistelemaan köyhyyttä vastaan ja voiko journalismin keinoin taistella köyhyyttä vastaan. Kenties kuluttajien vastaukset olisivat vahvistaneet tässä tutkimuksessa esiin nousseita käsityksiä siitä, että Iso Numero -lehti on tehnyt esimerkiksi romanit ja köyhyyden näkyvämmäksi Suomessa ja sitä kautta onnistunut taistelemaan köyhyyttä vastaan.

6.3 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimuksena tässä tutkimuksessa esitetyt tutkimuskysymykset voitaisiin ottaa vieläkin laajempaan käsittelyyn ja etsiä vastauksia yhteiskunnan eri tasoilta: esimerkiksi useammalta lehden myyjiltä, lehden kuluttajilta, poliitikoilta ja kolmannen sektorin toimijoilta.

Tutkimusta voitaisiin jalostaa myös siten, että jokainen lehden myyjä ja lähtötilanne tilastoitaisiin ja Iso Numero -lehden vaikutuksia heidän elämäänsä tutkittaisiin pidemmällä aikavälillä: selvitettäisiin, paljonko yksittäinen myyjä tienaa lehteä myymällä ja mihin rahat menevät, onko lehden myyminen auttanut myyjää työllistymään tai vaikkapa löytämään asuntoa. Näin saataisiin laajempi ja yksityiskohtaisempi kuva siitä, voiko journalismilla todella vähentää köyhyyttä myyjien keskuudessa käytännön tasolla.

Lähteet

Burns, Andrew 2016. From London to the World – How The Big Issue went global. The Big Issue. Luettavissa osoitteessa <http://www.bigissue.com/news/london-world-big-issue-went-global/> (luettu 22.4.2017)

Eklund, Ville 2016. Yhä useampi asunnoton on maahanmuuttaja – näin paljon asunottomia on kunnassasi. Luettavissa osoitteessa <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/yha-useampi-asunnoton-on-maahanmuuttajain-paljon-asunottomia-on-kunnassasi/5731938> (luettu 28.2.2017)

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998, Johdatus laadulliseen tutkimukseen, Tampere: Vastapaino.

Helsingin kaupunki 2014 Tietokeskus. Työllisyys ja työttömyys Helsingissä 1.vuosineljänneksellä 2014. Tilastoja 14/2014. Luettavissa osoitteessa http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/14_05_06_Tilastoja_2014_14_Salorinne.pdf (luettu 23.4.2017)

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001, Tutkimushaastattelu, Teemahaastattelun teoria ja käytäntö, Helsinki: Helsinki University Press

Huhtala, Hannele 2015, Iso Numero; kevät 2015, Helsinki: Kultti ry.

Huhtala, Hannele 2016, Iso Numero; talvi 2016, Helsinki: Kultti ry.

Huhtala, Hannele 2017, Iso Numero; 1/2017, Helsinki: Kultti ry.

Kantomaa, Raija 2016. Karmeat kuvat Helsingin keskustan romanislummista – Joana ja Samara asuvat VR:n makasiinien raunioissa. Luettavissa osoitteessa <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/karmeat-kuvat-helsingin-keskustan-romanislummista-joana-ja-samara-asuvat-vr-n-makasiinien-raunioissa/6136572> (luettu 22.4.2017)

Kuuskoski, Markku-Tapio 2011, Iso Numero; kesä 2011, Helsinki: Kultti ry.

Kuuskoski, Markku-Tapio 2012, Iso Numero; kesä 2012, Helsinki: Kultti ry.

Kuuskoski, Markku-Tapio 2013, Iso Numero; talvi 2013, Helsinki: Kultti ry.

Kuuskoski, Markku-Tapio 2014, Iso Numero; kevät 2014, Helsinki: Kultti ry.

Lehtonen, Leena & Salonen, Jari 2008, Asunottomuuden monet kasvot, Helsinki: Ympäristöministeriö, Asunto- ja rakennusosasto

Numminen, Juha 2003, Tarina A-lehtitalosta, Keuruu: Otava

Paju, Anna 2012. Tästä tehdään nyt iso numero!. Kansan Uutiset. Luettavissa osoitteessa <http://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/2812166-tasta-tehdaan-nyt-iso-numero> (luettu 22.4.2017)

Rantanen, Lasse 2007, Mistä on hyvät lehdet tehty – Visuaalisen journalismin keittokirja. Helsinki: Hill and Knowlton Oy

Rautonen, Markku & A-lehdet Oy 1983, Apu: Sanan voimalla 1933-83, Reprosiipi Oy

Rämö, Marjo 2017. Iso Numero –lehti tulossa Tampereelle – Suurin osa myyjistä on Itä-Euroopan romaneja. Tamperelainen. Luettavissa osoitteessa <http://www.tamperelainen.fi/artikkeli/507692-iso-numero-lehti-tulossa-tampereelle-suurin-osa-myyjista-on-ita-euroopan-romaneja> (luettu 23.4.2017)

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2009. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Luettavissa osoitteessa http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf (luettu 10.2.2017).

Sandell, Markku 2015. Tutkija: Uinuva äärioikeisto aktivoitunut. Yle Uutiset. Luettavissa osoitteessa <http://yle.fi/uutiset/3-8318692> (luettu 28.2.2017)

Sironen, Jiri & Saastamoinen, Ulla 2014, Köyhyys – Syitä ja seurauksia, Helsinki: Suomen köyhyyden ja syrjäytymisen vastainen verkosto EAPN-Fin

Seppänen, Janne & Väliverron Seppäsen ja Väliverron, Esa 2013, Mediatyhteiskunta, Tampere : Vastapaino.

Tuomi, Jouni. & Sarajärvi, Anneli 2002, Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi, Helsinki: Tammi.

Varho, Esko 2016. Hyppy tuntemattomaan – Tällainen on Yhdysvaltain uusi presidentti Donald Trump. Yle Uutiset. Luettavissa osoitteessa <http://yle.fi/uutiset/3-9276420> (luettu 28.2.2017)

Vilkman, Sanna 2012. Iso Numero tuo kaivattua lisätuloa köyhille. Luettavissa osoitteessa <http://yle.fi/uutiset/3-6164593> (luettu 23.4.2017)

Asunto ensin –verkkosivut, Tietoa asunnottomuudesta. Luettavissa osoitteessa <http://asuntoensin.fi/tietoa/> (luettu 3.2.2017)

Asunnottomuus kunnissa. Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus. Luettavissa osoitteessa [http://www.ara.fi/fiFI/ARAtietopankki/Tilastot_ja_selvitykset/Asunnottomuus/Asunnottomat_2016\(42132\)](http://www.ara.fi/fiFI/ARAtietopankki/Tilastot_ja_selvitykset/Asunnottomuus/Asunnottomat_2016(42132)) (luettu 15.2.2017)

International Network of Street Papers –verkkosivut, Luettavissa osoitteessa <https://insp.ngo/> (Luettu 8.2.2017)

Liite1: Haastattelu kysymykset

Kysymykset ryhmälle a ovat

- 1) Iso Numero -lehden toiminta-ajatus on laatujournalismilla köyhyyttä vastaan ja slogan *Laatujournalismilla köyhyyden vähentämiseksi*, miten te tuon taistelun käytännössä teette?
- 2) Miten Iso Numero -lehti on mielestäsi onnistunut taistelemaan köyhyyttä vastaan lehden myyntialueella?
- 3) Miten Iso Numero -lehti on mielestäsi auttanut lehden myyjiä?

Kysymykset ryhmälle b ovat

- 1) Voiko mielestäsi journalismilla taistella köyhyyttä vastaan?
- 2) Miten Iso Numero -lehti on mielestäsi onnistunut taistelemaan köyhyyttä vastaan lehden myyntialueella?
- 3) Miten Iso Numero -lehti on mielestäsi auttanut lehden myyjiä?

Kysymykset ryhmälle c ovat

- 1) Miksi myyt Iso Numero -lehteä?
- 2) Mihin käytät lehden myymisestä saamasi rahat?
- 3) Miten lehden myyminen on auttanut sinua?

