

## Miten käy jos toimittaja ei ole kunnon kaveri

Hyvä toimittaja on kunnon kaveri, joka purkaa paineita kavereiden kanssa kaljamukin äärellä. Paineet syntyvät, koska hän tekee juttuja aina kun hyvä skuuppi osuu kohdalle. Ja niitä osuu kohdalle usein, mutta harvoin työajan asettamissa raameissa. Toimittajaa, jonka on ehdittävä hakemaan lapsi määrättyyn aikaan päivähoitosta tai mentävä illalla lasten koulun vanhempaintilaisuuteen harvoin keuhataan kunnon toimittajaksi.

Journalistisen ammatin ovat luoneet miehet ja miesten maailmaa varten eikä siinä maailmassa perhe-elämää ja lapsia mitata painavin punnuksin.

Tämän tajuavat nuoret tiedotusalan naispuoliset opiskelijat ilmeisen äkkiä, sillä monet opiskelijaäidit vaihtavat alaa, ja siirtyvät esimerkiksi kirjasto- ja informaatiopalvelualan opinto-ohjelmaan.

### Naisistuva ala

Tiedotusala on naisistumassa kovaa kyytiä, sillä jo nyt alalla työskentelee lähes yhtä paljon miehiä kuin naisia. Suomen Sanomalehti-miesten Liiton jäsenistä naisia tammikuussa vuonna 1988 oli 3.295 ja miehiä 3.969. Aikakauslehdentoimittajien Liittoon kuului naisia 690 ja miehiä 522. Radio- ja televisiotoimittajien

liittoon RTTL:n kuului naisia 686 ja miehiä 779.

Muissa maissa luvut muistuttavat meikäläisiä. Vuonna 1984 norjalaistoimittajista 21 prosenttia oli naisia ja sanomalehdentoimittajista 16 prosenttia. Vähän yli puolet aikakauslehdentoimittajista ja 23 prosenttia radio- ja televisiotoimittajista oli naisia.

Yhdysvalloissa kaikista alalla työskentelevistä 20 prosenttia oli naisia; aikakauslehdentoimittajista 30 prosenttia ja sanomalehdentoimittajista 23 prosenttia.

### Sanomalehdet tärkeitä ja aikakauslehdet viihdyttäviä

Tiedotusvälineet ovat jakautuneet sukupuolen mukaan kaikkialla maailmassa. Aikakauslehdissä työskentelee naisia enemmän kuin sanomalehdissä. Sähköisten viestimien ja sanomalehtien ensisijaisena tehtävänä pidetään ajankohtaisen tiedon välittämistä, kun taas aikakauslehdillä katsotaan olevan viihteellinen tehtävä.

Naistenlehdillä on paljon lukijoita ja monet sanomalehdenkustantajat olisivat onnellisia jos voisivat esittää vastaavia mainostajille. Suomen suurimman naistenlehden **Annan** levikki on noin 160.000 ja maan suurimman perhelehden **Kotilieden** noin 200.000.

Naistenlehtiä luetaan siksi, että niistä saadaan tietoa ja virikkeitä, ja että ne viihdyttä-

vät. Naiset eivät passiivisina silmäile lehteään, vaan lehdet vaikuttavat lukijoihinsa. Naistenlehdet eivät pelkästään heijastele yhteiskunnassa vallitsevana olevaa naismallia, vaan ne myös muokkaavat sitä.

Norjalaisen tutkimuksen mukaan 45 prosenttia naisista pitää naistenlehteä tärkeimpänä tiedonlähteenään. Meillä ei tietävästi ole asiaa tutkittu, mutta samansuuntainen tilanne täälläkin vallitsee päätellen siitä, että sanomalehteä luetaan keskimäärin 15 minuuttia päivässä, ja naistenlehden lukijoista lähes puolet kertoo lukevansa lehtensä erittäin tarkkaan tai melko tarkkaan. **Kotilieden** lukijoista lähes puolet lukee yhtä numeroa yhdestä kahteen tuntia.

### **Opettajat sitoutuneempia kouluunsa kuin naistoimittajat lehteensä**

Intialainen psykologian tohtori Nimmi Hutnikin on selvittänyt **Media Monitorissa**, mikseivät naiset voi antaa parastaan toimittajina. Hän on verrannut opettajia ja toimittajia keskenään. Opettajat hän valitsi vertailuryhmäänsä siksi, että heidän ammattinsa oli myös Intiassa ensimmäisiä naisammattajeja. Hän oletti toimittajien olevan sitoutuneempia työhönsä kuin opettajien, koska nämä olivat valinneet uuden naisalan ja heillä oli kirjoittamisen ja vaikuttamisen halu.

Lopputulokset yllättivät, sillä opettajat olivat huomattavasti sitoutuneempia kouluunsa kuin toimittajat lehteensä. Työskentely koulussa oli opettajista innostavaa, ja he tunsivat pystyvänsä puolustautumaan esitettyä kritiikkiä vastaan. He tunsivat olevansa vastuussa oppilaistaan ja samaistuivat työhönsä.

Naistoimittajat eivät tunteneet samaistuvansa julkaisuunsa, eikä heillä ollut tunnetta, että he pystyivät vaikuttamaan työhönsä.

Nimmi Hutnikinin mukaan toimittajiksi haikautuvat ihmiset, jotka rakastavat muutoksia, jotka haluavat tehdä uusia asioita, matkustaa, tavata uusia ihmisiä ja välttää rutiinia. Toimittajat haluavat työskennellä itsenäisesti, he haluavat tulla työpaikalle silloin kun se heille so-

pii, sanoa, mitä he ajattelevat välittämättä mitään muut siitä tuumivat. He tuntevat oikeudekseen arvostella päättäjiä ja tehdä itsenäisesti ratkaisuja.

Mitä tekemistä intialaisella naistutkijalla on suomalaisten naistoimittajien kanssa, sillä suomalaisilla naisilla on ollut äänioikeus lähes ensimmäisenä maailmassa, ja he ovat tottuneet käymään ansiotyössä kodin ulkopuolella?

Tätä tutkimusta lukiessa huomaa saman kuin monesti ennenkin: suomalaisilla naisilla olisi ollut mahdollisuus saavuttaa tasa-arvo miesten kanssa, mutta he ovat lyöneet päänsä lasikattoon, esteisiin, joita ei näy, mutta jotka ovat olemassa.

Tohtori Hutnikinin kuvaus naistoimittajan kokemuksista ei poikkea paljontaan siitä miten suomalaisen päivälehdessä naistoimittaja kuvaa omaansa. Töitä jakavat päälliköt eivät aina usko naistoimittajan pystyvän samaan kuin miestoimittajan, ja naiset saavat tyytyä miehiä useammin toisarvoisiin tehtäviin. Haastateltavat, asiantuntijat, jotka useimmiten edelleen ovat miehiä eivät suhtaudu yhtä vakavasti naistoimittajiin kuin miestoimittajiin.

Naistoimittajat kirjoittavat usein perheasioista, jotka tavallisesti eivät ole etusivun uutisia. Miehet erikoistuvat politiikkaan, talouteen tai liike-elämään. Naiset pysyvät yleistoimittajina, eikä tämä johdu koulutuseroista. Vastikään julkaistun Helsingin Sanomalehtimiesyhdistyksen teettämän selvityksen mukaan naistoimittajat ovat paremmin koulutautuneita kuin miehet, mutta heidän palkkansa on 420-1330 markkaa alhaisempi kuin miesten.

Vain harvoilla naisilla on merkittävä asema tiedotusosalalla. Nainen voi olla naistenlehden päätoimittaja mutta harvoin päivälehdessä, yleisaikakauslehdessä tai talouslehden.

## Perhe ja työ ristiriidassa

Perhe ja työ joutuvat helposti ristiriitaan, ja se häiritsee enemmän naisia kuin miehiä. Useissa maissa naistoimittajat ovat pysyneet naimattomina tai päätyneet avioeroon. Norjalaisista naistoimittajista 46 prosenttia on naimattomia, vastaava luku miesten joukossa on 24. Norjalaiset naiset yleensä menevät naimisiin, 90 prosenttia naisista elää avioliitossa.

Yhdysvalloissa on tutkittu vuonna 1979 sanomalehtitaloissa työskentelevien keskitason johtajien taustoja. Miesjohtaja oli noin 46-vuotias, naimisissa, 2,5 lapsen isä ja college-tutkinnon suorittanut. Hänellä oli arvosana tiedotusopissa ja taloustieteessä. Lähes puolella oli vaimo kotona.

Naisjohtajan profiili poikkesi edellisestä jonkin verran. Hän oli miespuolista kollegaansa pari vuotta nuorempi, tätä harvemmin naimisissa ja todennäköisemmin eronnut. Lapsia hänellä on niin ikään vähemmän kuin miehellä. Loppututkinnon hän oli suorittanut sitä vastoin useammin kuin miehet. Jos hän oli naimisissa, puoliso työskenteli aina kodin ulkopuolella.

## Pesä uraa kiehtovampi

Tiedotusala muuttuu koko ajan. Englantilainen mainostoimiston johtaja Patricia Mann sanoo, että alalla pärjäävät ne, jotka pystyvät luomaan uutta, ja ne, jotka pystyvät muuttumaan. Jonkun mielestä nämä ovat ominaisuuksia, jotka eivät kukoista naisissa. Patricia Mannin mielestä naisten pesänrakentamisen halu näkyy työelämässäänkin. Heillä on taipumus asettua aloilleen ja jäädä hankkimaansa työpaikkaan. He pitävät työtovereistaan ja työstään jopa enemmän kuin rahasta ja urasta.

Tiedotusvälineet heijastelevat miehisiä arvoja niin kauan kuin miehet pitävät niitä halussaan. Nyt jo monet naiset lukevat päivälehteä ihmeissään, koska sen välittämän kuvan mukaan maapallolla ei eläisi muita kuin miehiä. Puolet ihmiskunnasta on naisia, ja heillä on paljon tarjottavana repaleiselle maailmalle. On välttämätöntä, että heidän ajatuksiaan tuodaan esiin, että ne saavat julkisuutta.

Naisilla on vain harvoja esimerkkejä siitä kuinka onnistuneesti yhdistää toimittajan työ ja äitinä oleminen. Voimia koettelevasta tasapainoilusta naistoimittajat eivät ole olleet edes halukkaita keskustelemaan, ehkä siihen ei ole ollut voimiakaan. Jokainen toimittaja tietää ettei perhe ja lapset ole mikään myyvä juttu.