

I TOMERA MARTTA TAHTOO VAIKUTTAA

”Martat julistakoot, että on tosi cool olla suomalainen nainen.”



”**ÄLKÄÄ LUOPUKO** ahkeran, osaavan ja pärjäävän martan maineesta.”

Lähes jokaisella suomalaisella on mielikuva martoista – mutta millainen? Mitä mielikuvia sana ”martta” herättää? Millaista naiskuvaa martat edustavat? Entä mitä mieltä martat ovat itsestään ja toisistaan?

Näitä kysymyksiä selvitettiin Marttaliiton Taloustutkimukselta tilaamassa Marttojen mainetutkimuksessa. Tutkimuksessa haastateltiin 15–79-vuotiaita suomalaisia naisia. Jäsenistölle lähetettiin kysely Martat-lehden mukana, ja eri sidosryhmiä sekä yhteistyökumppaneita lähestyttiin internetkyselyllä.

Tutkimuksessa selvisi, että martoissa on enemmän vaikuttajia kuin suomalaisnaisissa keskimäärin. Martat myös mieltävät itsensä yhteiskuntavaikuttajiksi, jotka edistävät tasa-arvoa ja osavat ennakoida yhteiskunnallisia muutoksia. Sekä martat itse että sidosryhmät määrittivät martan taitavaksi, huolehtivaksi ja aktiiviseksi henkilöksi. Sidoryhmät näkivät martan myös perhekeskeisenä perinteiden vaalijana. Jäsenistö arvioi martan edustavan aktiivista, toimeliasta ja osaavaa naiskuvaa. Sidoryhmät määrittivät martan reippaaksi, tarmokkaaksi ja tomeraksi naiseksi.

Kun martoilta kysyttiin, miksi he kuuluvat marttajärjestöön, tärkeimmiksi syiksi nousivat yhteenkuuluvuus ja yhdessä tekeminen sekä uusien asioiden oppiminen. Monelle järjestötoiminta on tapa verkostoitua; tavata uusia ihmisiä ja saada ystäviä. Martta-aate ja -arvot houkuttivat erityisesti yrittäjiä ja johtavassa asemassa olevia. Eri toimintamuodoista jäseniä kiinnostivat eniten ruokaan ja ravitsemukseen liittyvät asiat, lapsiperheitä lisäksi kotipuutarha ja ympäristö, lapsettomia pareja yhdistystoiminta.



MAINETUTKIMUKSEEN LIITTYVÄN ARVOKARTOITUKSEN mukaan martoista voi tunnistaa neljä erilaista tyyppiä: **perinteikkäät, kotirakkaat, vaikuttajat ja avoimet etsijät**. Pysyvät arvot ovat tärkeitä heille kaikille. Kotirakkaiden sydäntä lähellä on kodin ja lähipiirin hyvinvointi. Avoimille etsijöille tärkeitä ovat kansainvälisyys, luovuus, uudet ajatukset ja ideat. He varmistavat järjestön muuntauutumiskyvyn ja edelläkävijyyden.

Mainetutkimus viittaa siihen, että järjestön alkuaikojen yhteiskunnallisen vaikuttamisen särmä on tylsistynyt.

Martat ovat onnistuneet arjen auttajina, mutta olleet luvattoman hiljaa yhteiskunnan epäkohdista. Erityisesti sidoryhmät toivoivatkin vaikuttajaroolin terävöitymistä.

Yhteistyötä toivottiin erityisesti uusavuttomuuden torjunnassa, syrjäytymisen ehkäisyssä sekä koulun ja nuorisotoimen kanssa.

Ihmiselämän keskeisen sisällön muodostavat koti, työ ja vapaa-aika, ja nimenomaan tässä järjestyksessä. Perheen merkitys ei katoa, vaikka sukupolvet vaihtuvat ja perheiden muoto muuttuu. Marttatyön painopisteenä

on aina ollut kodin ja perheen hyvinvointi. Järjestömme vetovoima perustuu siihen, että osaamme hyödyntää ja antaa tilaa erilaisuudelle. Vaikka maineemme on hyvä, on sen vaalimiseksi tehtävä työtä. Ei riitä, että martat tunnetaan. Meidän on aktiivisesti viestitettävä, mitä me teemme ja mitä mieltä olemme. Miksipä emme niin tekisi: me saamme paljon aikaa ja meillä on kestävä sanoma!

”Jonkun pitää näyttää vahvaa naiskuvaa, miksei se voisi olla martta.”

Lainaukset ovat Marttojen mainetutkimukseen osallistuneiden terveisiä Marttaliitolle.