

**HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU**

**OPINNÄYTETYÖ**

**Kävijäkysely lasten puhdepihan toiminnasta Turun  
Keskiaikaisilla markkinoilla**

*Laura Ahonen*

Kulttuurituotannon koulutusohjelma 240 op

04/2010

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Laura Ahonen	<b>Sivumäärä</b> 40 ja 4 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Kävijäkysely lasten puhdepihan toiminnasta Turun Keskiaikaisilla markkinoilla	
<b>Ohjaava opettaja</b> Molla Walamies	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Turun kaupungin kulttuuriasiainkeskus/ Kaisa Kutilainen	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyön tavoitteena on antaa kävijäkyselyn tulosten avulla vinkkejä lastentoiminnan kehittämiseen Turun Keskiaikaisilla markkinoilla. Tällä hetkellä Keski aikaisten markkinoiden lastentoiminta on vähäistä ja se tarjoaa tekemistä vain 3-10 vuotiaille lapsille. Tulevaisuudessa Keski aikaisten markkinoiden lastentoimintaa halutaan laajentaa tarjoamaan palveluja yhä useammille lapsiperheille tapahtuman aikana. Keski aikaiset markkinat järjestetään Turun Vanhalla Suurtorilla.</p> <p>Opinnäytetyö perustuu kävijäkyselyyn, johon on vastannut yhteensä 49 perhettä Keski aikaisilla markkinoilla 2009. Kyselyiden lisäksi on keskusteltu tapahtumasta ja sen järjestämiseen liittyvistä kysymyksistä Turun kulttuuriasiainkeskuksen kanslian henkilökunnan kanssa. Opinnäytetyössä tarkastellaan kyselyssä ja keskusteluissa ilmenneitä kehitysehdotuksia, ongelmia ja havaintoja sekä pohditaan kuinka toimintaa voidaan tulevaisuudessa kehittää.</p> <p>Lapsiperheiden kehitysehdotuksissa nousivat esille toiminnan riittävä toistuvuus päivän aikana, sekä tiedottaminen lastentoiminnasta tapahtumassa. Monet vanhemmat eivät ole alunperin odottaneet perheen pienemmille jäsenille mitään ohjelmaa tullessaan tapahtumaan. Lapsiperheet toivoivat erityisesti huomiota lapsille tarkoitetun toiminnan hinnoittelussa, ja totesivat ilmaistoiminnan erittäin positiiviseksi asiaksi josta ei tulisi missään nimessä luopua.</p> <p>Tulosten perusteella on tärkeää kiinnittää paljon huomiota puhdepihan aluesuunnitelmaan sekä erityisesti ohjattujen ohjelmanumeroiden merkitsemiseen tapahtuma-alueella. Suurtapahtumassa on vaikea löytää pisteitä ilman selkeitä viittoja ja kylttejä.</p>	
<b>Asiasanat</b> lastenkulttuuri, lastenperinne, tapahtumatuotanto	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Degree Programme in Cultural Management**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Laura Ahonen	<b>Number of Pages</b> 40+ appendix 4 pages
<b>Title</b> Survey analysis about the children`s activity yard in Turku Medieval Market	
<b>Supervisor</b> Molla Walamies	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> City of Turku /Cultural office/ Kaisa Kutilainen	
<b>Abstract</b> <p>The goal of this thesis is the development of the children`s activity yard in Turku Medieval Market. There are currently only a few activities directed towards children with families at Medieval Market and these do focus on children under ages 3-10. The goal for the future is to make Turku Medieval Market more acessive for many ore families during the event. Turku Medieval Market is situated in Finland Proper, in the Old Square of Turku.</p> <p>This thesis is based on questionnaires made in summer 2009 during the event. The questionnaires were answered by 49 families with children. In addition to the questionnaires, I have also discussed about the event with the people working in Turku Cultural Office. The development proposals, problems and observations, which emerged from the questionnaire, are being considered in this thesis, and furthermore, the views of clients are being compared in order to find out, how these views on the development of the services for families with children meet each other.</p> <p>More versatile and repetitive activities emerged from the development proposals both families and children. Many of the parents didn`t initially know to expect any activities for children in the Medieval Market. The price of childrens activities is important to stay low, and the free activity is very highly respected and it should be preserved as well in the future.</p> <p>On the ground of the results, the challenge for the future seems to be to keep the area planning simple and especially to pay attention to mark the conducted performances to the map of the area. It is important for grand occasions to make the activities easily to find.</p>	
<b>Keywords</b> children`s culture, cultural heritage, event management	

## **SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	5
2 KATSAUS LASTENKULTTUURIN KÄSITTEESEEN	6
2.1 Lastenkulttuuri	6
2.2 Lastenkulttuurin kehitys	10
3 TURUN KESKIAIKAISET MARKKINAT	13
3.1 Tapahtuman kuvaus	13
3.2 Lapsille suunnattu toiminta	18
4 KYSELY LASTEN PUHDEPIHAN KEHITTÄMISEKSI	20
4.1 Menetelmälliset perustelut	20
4.2 Kyselyn toteuttaminen	21
4.3 Analysointi ja johtopäätökset	31
4.4 Kyselyn onnistumisen arviointi	35
5 LASTENTOIMINNAN KEHITTÄMISAJATUKSIA	36
6 ITSEARVIOINTI	39
LÄHTEET	40
LIITTEET	42

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa kiinnitin huomiota siihen, mikä minua on kiinnostanut eniten opintojeni aikana ja mihin olen eniten suuntautunut. Olen tehnyt työopimisia sekä työtehtäviä paljon tapahtumien järjestämisen parissa, joten kävijäkysely Keskiäikaisten markkinoiden puhdepihalla Porthanin puistossa tuntui aihepiirinä kaikista luontevimmalta. Valitsin aiheekseni juuri Turun Keskiäikaiset markkinat, koska minusta tuntuu, että pystyn hyödyntämään jo olemassa olevaa kokemustani opinnäytetyötä tehdessäni, ja näin ollen pääsen syvemmälle tapahtuman tuotantoon. Tunnen jo ennalta tapahtuman rakenteen, keskeiset toimijat sekä työryhmän työskentelytavat, joten tähän työyhteisöön liittyminen on ollut minulle luontevaa ja antoisaa.

Lasten puhdepiha on lapsille tarkoitetuista toiminnallisista pisteistä koostuva alue Turun Keskiäikaisilla markkinoilla. Se sijaitsee Vanhan Suurtorin alueella Porthanin puistossa. Lastentoimintaa on pyritty kehittämään viime vuosina monipuolisemmaksi, ja tämän kävijäkyselyn avulla Turun Kulttuuriasiainkeskus saa tarkempaa tietoa puhdepihan kävijöiden mielipiteistä. Kävijäkyselyn pohjalta olen koonnut myös kehittämisajatuksia Keskiäikaisten markkinoiden lasten toimintapisteille. Lastenkulttuurin kehitys on nykypäivänä tärkeää myös yleisötapahtumille ja lapset nähdään yhä enemmän tasavertaisina tulevaisuuden kuluttajina aikuisten rinnalla. Tämä näkyy myös Keskiäikaisten markkinoiden kehityksessä ja tulevien vuosien kehittämissuunnitelmissa. Lapset pyritään ottamaan yhä paremmin huomioon tarjoamalla heille mielenkiintoista ja kehittävää ohjelmaa, ja samalla heitä ohjataan myös kiinnostumaan ympärillämme vallitsevasta kulttuurista.

Aloitin keskustelun opinnäytetyön tekemisestä Turun Kulttuuriasiainkeskuksen kanssa keväällä 2009, ja tuolloin ilmaisin haluni tehdä kävijätutkimusta sopivasta aiheesta. Keskusteltuani tuottaja Kaisa Kutilaisen kanssa, kävi ilmi, että vuoden 2010 yhtenä erityisenä teemana ohjelmistossa pyrittäisiin nostamaan esille lapset ja lapsuus keskiajalla. Tämä idea sai aikaan keskustelun siitä että voisin tehdä mielipide- ja kävijäkyselyn juuri lasten puhdepihalle, koska tulokset olisivat hyödyllisiä vuoden 2010 Keskiäikaisten markkinoiden suunnitteluprosessissa.

Opinnäytetyöni tulee kartoittamaan lasten puhdepihan nykytilaa kävijöille tehdyn tyytyväisyyskyselyn avulla. Kyselyn tulosten pohjalta kokoon konkreettisia kehitysehdotuksia tulevien vuosien Keskiaikaisille markkinoille.

## 2 KATSAUS LASTENKULTTUURIN KÄSITTEESEEN

### 2.1 Lastenkulttuuri

Nykymaailmassa lapsen kehitys on pitkä ja monimuotoinen prosessi. Sanotaan, että lapset voivat paremmin kuin koskaan aiemmin, ja että heillä on suuremmat eväät menestyä kuin aiemmilla sukupolvilla.

Tutkimusten mukaan suomalaislasten lapsuus koetaan muihin pohjoismaihin verrattuna lyhyeksi. Lapsuudesta ja sen piirteistä pyritään eroon mahdollisimman aikaisin, ja nykyään jo 12-vuotiaat mieltävät itsensä nuoriksi mieluummin kuin lapsiksi. Lasta koskettavat nykypäivänä yhteiskunnassa tapahtuvat kulttuurilliset muutokset kuten toimintojen maapalloistuminen, massatuotannon ja markkinoiden vallan ja informaatioteknologian nopea kasvu. Lapset nähdään nykypäivänä tasavertaisina kuluttajina, kun markkinointi vielä vuosikymmen sitten kohdistui ainoastaan heidän vanhempheihin. (Lahikainen, Punamäki & Tamminen 2008, 7-17.)

Lapset ymmärretään yleisesti ryhmäksi ihmisiä, jotka eroavat aikuisista fyysisen olemuksensa, toimintakykynsä ja ymmärryksensä suhteen. Näin ollen myös päätös lapsen kannalta hyvistä asioista tulee aikuisten sanelemana. Lapsen hyvä muotoutuu aina kulloinkin vallitsevien ihanteiden ja ajatusmallien mukaan, ja joskus ne voivat olla hyvinkin eroavaisia. Hyvän lapsuuden määrittelemisen perustavin vaikeus onkin luonnollisesti sen arvosidonnaisuudessa. Lapsen ”hyvä” on vaihdellut aikakaudesta toiseen. Kasvatukselliset, terveydelliset, psykologiset ja ympäristökäsitteisiin liittyvät painotukset ovat seuranneet toistaan ja tuoneet mukanaan yhä uusia odotuksia ja vaatimuksia vanhemmille (Kalliala 1999, 31- 32.)

Lastenkulttuurilla tarkoitetaan kulttuuria joka on suunnattu lapsille ja nuorille, tai on erityisesti heidän suosimaansa. Yhdistyneiden kansakuntien (YK) mukaan lapseksi voidaan määritellä kaikki alle 18-vuotiaat henkilöt (Anttila & Rensujeff 2009, 15).

Kulttuurin käsite voidaan määritellä hyvin monella eri tavalla. Laajasti voidaan todeta, että kulttuuri on yhtenäinen kokonaisuus, jonka muotoutumiseen vaikuttaa keskeisesti kulloisenkin yhteisön jäsenten opitut käyttäytymistavat ja opitut kaavat. Kulttuuri on eräänlainen integraatio näistä tekijöistä. Kulttuuriin liittyy myös hyvin olennaisesti aikakausi ja yhteiskunnassa kulloinkin vallitsevat arvot ja käsitteet. Käsitteenä lastenkulttuuri rajaa osan ympäröivästä kulttuurista nimenomaan tietylle ikäryhmälle, lapsille kuuluvaksi. (Anttila & Rensujeff 2009, 15-16.)

Lastenkulttuuria voidaan lähentyä luontevasti kahdesta eri näkökulmasta. Norjalaisien lastenkulttuurin tutkijoiden Gunnar Danboltin sekä Åse Enverstedtin mukaan on olemassa kulttuuri, jota aikuiset ohjaavat, sekä vastavuoroisesti lasten itsensä ympärilleen luoma kulttuuri. Lapsille ohjattavaan kulttuuriin kuuluvat kaikki lapsiin kohdistuvat kulttuurin ilmentymät kuten pedagogiset instituutiot, (koulut, päiväkodit) kulttuuri-instituutiot (teatterit, taidekoulut), ja kaupallinen kulttuuritarjonta (elokuvat, tietokonepelit). Lasten oma kulttuuri puolestaan koostuu lasten omasta suullisesta kulttuurista, leikkikulttuurista ja lasten itsensä luomasta maailmasta. (Anttila & Rensujeff 2009, 16.)

Nämä kaksi lastenkulttuurin kulmakiveä voivat parhaimmillaan tukea toisiaan, mutta niistä löytyy myös vastakkain asettuvia arvoja. Aikuisten lapsille tarjoama kulttuuri on aina kuitenkin aikuisten näkökulmasta tehtyä, ja siihen liitetään useimmiten kasvatuksellinen näkökulma. Päinvastoin lasten itsensä luoma kulttuuri ei perustu mihinkään suunniteltuihin arvoihin, vaan lapset luovat oman leikin ja toiminnan kautta vuorovaikutussuhteita sekä oppivat toimimaan muiden kanssa. Lasten oma kulttuuri myös kehittää mielikuvia joiden kautta lapsi kehittyy ja kasvaa turvallisesti aikuiseksi.

Taiteen keskustoimikunnan lastenkulttuuripoliittisessa ehdotuksessa on suoraan määriteltynä kolme osa-aluetta, jotka tulisi ehdottomasti ottaa huomioon konkreettisesti lastenkulttuuripoliitikassa. Nämä kolme osa-aluetta ovat lasten yleinen suhde kulttuuriin eli osallisuus kulttuurissa, lastenkulttuuri eli suoraan lapsille tuotettu kult-

tuuripalvelu ja taidekasvatus, sekä lasten oma lapsuuden kulttuuri (Anttila & Rensu-  
jeff 2009, 16.) Se miten lastenkulttuurissa yhdistyvät luontevasti nämä kriteerit, on  
haaste lastenkulttuurin toimijoille ja tuottajille. Yhteiskunnan tulee tukea nykyistä  
enemmän lasten itse luomaa kulttuuria, mutta pyrkiä samalla liittämään siihen hie-  
man kasvatuksellista näkökulmaa.

Lapsi - ja nuorisopolitiikalla tarkoitetaan eri politiikka-alueiden ja toimien yhteisiä nä-  
kemyksiä niistä teoista, valinnoista ja päätöksistä, joita tehdään lasten ja nuorten  
elämää koskevista asioista. (Koivunen & Marsio 2006, 65). Lasten kulttuuripoliittisen  
ohjelmatyön tärkeänä tavoitteena pidetään sitä, että lasten kulttuuripoliittikka otetaan  
osaksi koko valtakunnassa ja kunnissa toteutettavaa lapsipoliittikkaa (Anttila & Ren-  
sujeff 2009, 17).

Nykypäivänä lastenkulttuurin käsite mielletään useimmiten aikuisten lapsille tuotta-  
mana kulttuurina. Mikäli tämä kulttuuritarjonta on heikkoa tai huonotasoista, asetee-  
taan vastuuseen milloin yhteiskunta, milloin tietyt viranomaiset, milloin televisio tai  
kustantajat (Virtanen 1980, 48). Tosiasia kuitenkin on se, että lastenkulttuuria on aina  
ollut olemassa, ja tulee olemaankin siellä missä on lapsia. Siihen ei vaikuta lopulta  
mitkään poliittiset ohjelmat, tai strategiat. On vaikea vetää raja lasten oman ja lapsille  
tuotetun kulttuurin tärkeyteen ja siihen, mitä tulisi lapsen kannalta palveluissa ottaa  
huomioon.

Kuuluuko lasten oma ääni kuitenkaan missään? Lapsuutta ikään kuin aliarvioidaan,  
ja lapsuus jätetään ammattilaisten huoleksi. Ihmiset helposti aliarvioivat oman kykyn-  
sä kasvattaa lapsia nykypäivän tietotulvassa, ja usein ajatellaan että lasten kanssa  
toimimiseen tarvitaan vähintään jokin koulutus, jotta osaa nähdä erityistarpeita ja  
toimia lasten kanssa. Kasvava tiedon määrä sokaisee ihmiset helposti ajattelemaan  
omaa riittämättömyyttään monilla elämänaloilla. Tämä ei pidä paikkaansa, lasten tuli-  
si erityisesti saada luoda kulttuuriaan kaikenlaisten ihmisten ympäröimänä jotta heille  
muodostuu mahdollisimman totuudenmukainen ja kattava kuva ympärillä vallitsevas-  
ta yhteiskunnasta. Mikäsi lapsia tulisi erityisesti suojella sellaiselta instituutiolta, jonka  
osaksi he väistämättä myöhemmin kasvavat? Lapsen ja varsinkin nuorten kannalta  
oma ikäryhmä on tärkein ryhmä jonka kautta hänen suhteensa kulttuuriin tulevaisuu-  
dessa määrittyy. Oma ikäryhmä tarjoaa myös mallin tyttöjen tai poikien kulttuurille,



eivät ainoastaan vanhempien ja opettajien esimerkit. Aikuisten vaikutus on toki suuressa osassa kasvatusta, mutta lopulta lapsen oma käsitys kulttuurista muodostuu kaikkien erillisten vaikuttajien summasta. (Anttila & Rensujeff 26.)

Tämä on siis hyvä todiste siitä, että aikuiset pystyvät kyllä ohjaamaan lastenkulttuurin suuntaa, mutta tärkeimmän osan kulttuuria lapset lopulta luovat itse. Lastenkulttuurin suuntaukseen vaikuttaa lukematon määrä erilaisia asioita, joita lasten ympäristössä on. Lasten oma maailma koostuu usein saatavilla olevista resursseista ja loputon mielikuvitus täydentää niitä. Lapsuuden leikissä tärkeänä osana ovat omat haaveet ja unelmat, jotka toteutuvat leikeissä. Leikin avulla lapsi oppii luomaan lukemattoman paljon sosiaalisia suhteita, jotka tulevaisuudessa voivat olla hänelle hyvin tärkeitä. Nykypäivänä eivät lapsuudessa solmitut yhteydet enää välttämättä kestä aikuisiälle saakka esimerkiksi useiden muutosten seurauksena, mutta lapsilla on onneksi kyky luoda suhteita aina uudestaan ja uudestaan. Joskus myös myöhemmin aikuisiän kynnyksellä nämä vanhat ystävyys-suhteet saattavat löytyä uudelleen, ja ystävyys voi toimia ikään kuin yhdistävänä tekijänä kasvavan nuoren tai aikuisen kiinnostuessa omista juuristaan ja jo koetusta elämänkaarestaan. Toisinaan taas lapsuudessa unohtuneet ystävät pysyvät vaikkapa erilaisista elämäntilanteista johtuen vieraina toisilleen, eivätkä koe missään vaiheessa tarvetta nostaa vanhaa ystävyys-suhdetta esiin.

Lasten omalla kulttuurilla on valtaisa merkitys kehittää mielikuvia joiden kautta lapsi kehittyy ja kasvaa turvallisesti aikuiseksi. Tavattoman köyhistä ja vaatimattomista oloista kotoisin oleva lapsi on voinut omalla toiminnallaan ja mielikuvituksellaan luoda itselleen valtavasti omaa kulttuurin voimavaraa, kun taas sisälle sulkeutunut video- ja tietokonepeleihin uppoutunut varakkaan perheen lapsi voi olla hyvin pidättäytynyt luomasta minkäänlaisia siteitä ympäröivään yhteiskuntaan ja tätä kautta luomaan omaa kulttuuria.

## 2.2 Lastenkulttuurin kehitys

Tutkija Philippe Ariés (1979) merkitsee lapsuuden historian taitekohdaksi 1500-luvun, jolloin kodin ja koulun merkityksen korostuminen määritteli lapsen aseman uudella tavalla. Ariés tulkitsee, että lapsuus on erityisesti keksittyä, ja tämän vuoksi kohtalokasta. Koska lasten elämää rajaava erityistermi ”lapsuus” on keksitty, se on Ariés`n mukaan vanginnut lapset erityiseen muottiin, ja evännyt heiltä tasavertaisen aseman aikuisyhteisön elämässä. Käytännössä Ariés tarkoitti tuohon aikaan kehittynyttä koululaitosta ja näin ollen lasten erkaantumista työelämästä ja aikuisten välittömästä vaikutuspiiristä. Vastaavasti tutkija Neil Postman (1985) on mielenkiintoisesti tulkinnut samalla aikakaudella tapahtuneen kehityksen lastenkulttuurissa toisenlaisella tavalla, niin että lasten ja aikuisten kulttuurin rajaaminen on luonut edellytykset modernille lapsuudelle, ja lapsuudelle yleensä. Postmanin mukaan lapset siis saivat oman asemansa yhteiskunnassa. Tässä lapsuuskäsityksessä lasta kohdellaan omaa erityislaatuaan vastaavalla tavalla yhtä hyvin perheessä kuin laajemminkin yhteiskunnassa (Kalliala 1999, 23.)

Käsitys lapsen hyvästä on kuitenkin ollut aikojen saatossa hyvin ristiriitaista ja monitahoista. Ariés`n (1979) mukaan lapsi on riistetty yhteiskunnasta ja suljettu kouluun. Postmanin mukaan lapsi pääsee oppimaan uutta ja sivistymään tavalla jota vanhemmille ei koskaan suotu. Lloyd De Mause (1974) puolestaan on tulkinnut lapsuuden historian synkäksi kehityskertomukseksi, jolla on kuitenkin valoisampi tulevaisuus. Tämän sijaan Linda Pollock on tutkinut lapsuutta ensisijaisten lähteiden, kuten päiväkirjojen sekä elämänkertojen ja sanomalehtien kautta. Pollockin (1983) lapsuuskuva on näistä aiemmista toteamuksista realistisin, ja se perustuukin hyvään ja tärkeään lähdekritiikkiin. Vaikka lapsuuden historiassa on ollut suuri sija taudeilla, onnettomuuksilla ja lapsikuolleisuudella, myös lasten itsensä luomalla kulttuurilla on ollut sijansa. Aikojen saatossa lapset ovat aina rakentaneet omaa kulttuuriaan vertaisryhmissään osallistumalla leikkiin ja seremonioihin työnteosta ja aikuisten vallitsevasta maailmasta huolimatta. (Kalliala 1999, 24.)

Mielestäni kummankaan tutkijan, Ariés`n tai Postmanin tulkinnat eivät anna realistista kuvaa lapsen omalla äänellä, sillä aikuisen on helppo nähdä lapsen asema, mutta aikuinen ei pysty asettautumaan lapsen asemaan ja näkemään lapsen maailmaa omin silmin. Nämä tulkinnat eivät siis varmasti ole omana aikanaan muuttaneet varsinaisesti lapsuutta, mutta herättäneet keskustelua lastenkulttuurin kehityksestä.

Ariés`n mukaan lasta riistetään, ja Postmanin mukaan lapselle on annettu etuoikeus oppia ja kehittyä. Tämä ristiriitaisuus on osittain myös hupaisaa koska tässä voi nähdä keskustelua, jota käydään tänäkin päivänä monista lapsia koskevista päätöksistä ja asioista. Ristiriitainen ajattelu ei varsinaisesti siis ole muuttunut sitten keskiajan jälkeen, mutta lapset ja lapsuus on pysynyt tinkimättömästi lasten hallussa, aikuisten sitä välillä ohjaillen. Lloyd de Mause tulkitsee lapsuuden synkäksi, mutta tulevaisuudeltaan toiveikkaaksi ajaksi. Hän on tutkimuksessaan todennut ettei lapsuus ole onnellista ja vapaata työnteon uuvuttamassa arjessa. Tulevaisuuden toivo näkyy aikuisuudessa ja itsemääräämisoikeutena. Lopulta lapsesta tulee nuoruuden kautta aikuinen joka luo edellytykset omille lapsilleen.

Pollockin kuvaus on realistinen siksi, että hän on antanut äänen lapsille itselleen, ja tehnyt tulkintoja tämän perusteella. Hän on aiempia tutkijoita enemmän pystynyt asettumaan lapsen rooliin, näkemään asiat lapsen näkökulmasta, kun taas monet aikansa tutkijat ovat nojanneet vahvasti teoriaan ja tutkimustuloksiin. Nämä tutkimukset ja niiden luomat päätelmät ovat aina myös tietysti peilaus tekijänsä henkilökohtaisista arvoista ja ajatusmaailmasta. Nykyään tulisi kuitenkin pyrkiä mahdollisimman realistiseen totuuteen lastenkulttuurin tilasta ilman spekulatioita siitä, mikä lastenkulttuurin syvin olemus on.

Uuden ajan alussa Eurooppalaisesta perheestä tuli instituutio, jonka tuli perheenpään, isän johdolla kasvattaa lapsista yhteiskuntakelpoisia kansalaisia. David Riesmanin mukaan tavoitteena oli kasvattaa lapsesta sisäisesti ohjautuva aikuinen. Modernissa kehityksessä nuoren tuli selviytyä yhä avoimemmassa ja uusia vaihtoehtoja tarjoavassa yhteiskunnassa omin voimin, eikä toistaa omaksumiaan traditioita. Ahkeruutta, velvollisuudentuntoa, työnteoa ja tuottamista painottavassa suomalaisessa yhteiskunnassa tämä persoonallisuustyyppi oli vallitseva ihanne pitkään sotien jälkeen. (Kalliala 1999, 25.)

Kun kasvatuksen tavoitteeksi asetettu sisäisesti ohjautuvan ihmisen ihannekuva alkaa säröillä, se heijastuu myös vanhemmuuteen. Ennen tiukka kuri löystyy ja sallivuus lisääntyy. Vanhempien varmuus vähenee. Kasvatuskulttuuri muuttuu vähä vähältä epäroimättömästä epäroiväksi. Vanhemmat siirtävät kasvatustavasta yhä voimakkaammin pois perheeltä ja asiantuntijoiden rooli on keskeisempi kuin koskaan. Vanhemmat ja lapset kohtaavat lukuisia ammattilaisia ja asiantuntijoita jotka seuraavat, neuvovat ja ohjaavat lasta ja vanhempia lapsen sikiötilasta aikuiseksi asti. (emt. 26.)

Edes vanhempien julistautuminen omien lastensa parhaiksi asiantuntijoiksi ei välttämättä riitä valamaan varmuutta vanhempiin. Pikemminkin kaikkivoipaisuuden ja voimattomuuden tunnot sekoittuvat nopeasti uusiutuvan tiedon tulvassa. Kaikkien ulottuvilla oleva tieto tuntuu velvoittavan käyttämään sitä lapsen hyväksi; se tekee vanhempien eettisestä ja sosiaalisesta vastuusta ennen näkemättömän raskaan, koska lasten hyvä on asiantuntijoista huolimatta viime kädessä vanhempien vastuulla. (emt. 26.)

Nykypäivän kasvatusinstituutiot – päivähoito, esikoulu ja koulu – muodostavat keskeisen lapsiin kohdistuvan yhteiskunnallisen toiminnan ympäristön. Niitä ohjaa yhtäältä yhteiskuntapolitiikka ja sen tulkinnat lapsuudesta (Lahikainen, Punamäki & Tamminen 2008, 19.) Nykypäivänä lasten arkeen ovat tulleet pysyvästi erilaiset tuotteet, ja lapsi nähdään tasavertaisena kuluttajana ja markkinoinnin kohteena. Aiemmin markkinoitiin vanhemmille jotka ostavat tuotteet, mutta nykyään lapsi nähdään jo kuluttajana ja osittain myös ostopäätöksen tekijänä perheessä. Lasten kehityskaari kuluttajana on hämmentävä, sillä jo vauvana he tottuvat mainontaan ja saavat kaupassa käydessään paljon vaikutteita erilaisista mainoksista. Pienet lapset tunnistavat jo hämmentävän suuren määrän erilaisia logoja, joiden perusteella he alkavat muodostaa omia kulutustottumuksiaan.

Opetusministeriö on 2000-luvulla suunnannut uudenlaisia sisällöllisiä ja taloudellisia resursseja suomalaisille huipputason lastenkulttuurin tekijöille ja yhteisöille. Kuitenkaan lasten omaehtoista ja uutta luovaa, lasten kesken elävää ja syntyvää kulttuuria ei liiemmin kannusteta tai tueta. (Anttila & Rensujeff 2009, 118). Tässä näkisin edelleen yhteyden historiaan ja siihen ajatusmalliin, jonka mukaan aikuinen määrittelee lapsen hyvän, välittämättä lapsen realistisesta näkemyksestä. Edelleen lastenkulttuurin kehityksestä puuttuu siis se tärkeä ja konkreettinen palanen; lasten ääni ja kasvuympäristön konkreettinen kehittäminen.

Turun keskiaikaisilla markkinoilla lastenkulttuurin tila ja tulevaisuuden suuntaus on positiivinen, koska lastentoimintaa pyritään vuosi vuoden jälkeen kehittämään ja hakemaan sille uusia toimintamuotoja. Erityisesti toiminnasta näkyy tänä päivänä omaehtoisuus ja lasten oma luovuus, jota tulee myös jatkossa pyrkiä kehittämään yhteisöllisellä ohjelmalla.

### 3 TURUN KESKIAIKAISSET MARKKINAT

#### 3.1 Tapahtuman kuvaus

Keskiaikaiset markkinat on yksi suurimmista yleisötapahtumista joita Turussa järjestetään vuosittain. Se kerää vuosittain yli 100 000 kävijää kaikista ikäluokista. Tapahtuma on ilmainen ja se on osa Keskiajan Turku -kokonaisuutta, johon kuuluvat Keskiaikaisten markkinoiden lisäksi myös Turun linna, Aboa Vetus & Ars Nova -museo sekä Turun tuomiokirkko. Nämä muut tahot järjestävät omat teemaan liittyvät tapahtumansa sekä toimivat yhteistyössä toistensa kanssa esimerkiksi markkinoinnin ja ohjelmiston puitteissa.

Turun Keskiaikaiset markkinat juontavat juurensa Vanhan Suurtorin historiasta ja aidosta keskiaikaisesta markkinatorista. Vuoden 2009 keskiaikaiset markkinat olivat jo järjestyksessään 14. tapahtuman historiassa. Teemaltaan ja aihepiiriltään Keskiaikaiset markkinat sopivat luontevasti Turun kaltaiseen vanhaan ja historiarikkaaseen

kaupunkiin. Ajallisesti tapahtuma palauttaa yleisön kaupungin perustamisen ajan tunnelmiin.

Keskiaika lasketaan historiassa tuhannen vuoden mittaiseksi jaksoksi. Vuodet 500–1000 katsotaan varhaiskeskiajaksi, joskin Suomessa keskiaika varsinaisesti ymmärretään sydänkeskiajaksi (1000–1300) ja myöhäiskeskiajaksi (1300–1500). Turku on yksi kuudesta Suomen alueella keskiajalla sijainneista kaupungeista Viipurin, Porvoon, Naantalin, Ulvilan ja Rauman ohella. Turku oli pitkään Suomen hallinnollinen ja kirkollinen keskus. Tänäkin päivänä Turun tärkeästä asemasta keskiajalla muistuttavat Turun linna ja Turun tuomiokirkko. Turun vanha suurtori oli keskiaikaisen kaupungin hallinnollinen ja kaupallinen sydän ja toimii näin itseoikeutetusti myös keskiaikaisten markkinoiden päätapahtumapaikkana. (Laaksonen 2008, 15-26.)

Turku tarjoaa siis myös hienot ja osittain aidot keskiaikaiset puitteet tapahtuman järjestämiselle. Säilyttämällä ja esittelemällä tietoa historiasta ja juurista Keskiaikaiset markkinat auttavat omalta osaltaan muokkaamaan ja ylläpitämään paikallista kulttuuri-identiteettiä. Tapahtuman teema ei kuitenkaan liity läheisesti ainoastaan paikkaan jossa se järjestetään, vaan se vetoaa myös ihmisiin. Kotipaikkakunnan historia, omat juuret ja menneisyys kiinnostavat turkulaisia ja suomalaisia yleisesti.

Keskiaikaisen elämänmenon esittelemisen ja historiallisen merkityksensä lisäksi tapahtumalla on myös selvä sosiaalinen ulottuvuus: se tuo ihmisiä yhteen, saa aikaan yhteisöllisyyden tunnetta ja luo asukkaille ehkä myös ylpeyden tunnetta omasta kotipaikkakunnasta. Tämä perinne on lähtöisin ajoilta Keskiaikaisilta markkinoilta, ja elää siis yhä vahvana. ( Toivonen & Ylätaalo 2004, 9.) Keskiaikaisille markkinoille on vuosien saatossa kasvanut mittava tunnettavuus, ja markkinat ovatkin koko Keski-ajan Turun kokonaisuuden suurin ja valovoimaisin vetonaula.

Ensimmäisen kerran Turun Keskiaikaiset markkinat järjestettiin kesällä 1996. Tuolloin tapahtuma oli pieni ja vaatimaton ja sijoittui Brinkkalan sisäpihalle, siis huomattavasti pienemmälle alueelle kuin nykyisin. Tapahtuma kesti tuolloin 7–10 päivää, myyjiä oli 15 ja markkinanäytelmään osallistui noin 40 näyttelijää. Seuraavana vuonna Brinkkalan sisäpiha meni remonttiin ja tapahtumalle täytyi löytää uusi paikka. Markkinat muuttivat kiireen ja rahanmenon saattamina Brinkkalan sisäpihalta nykyiselle pai-

kalleen, viereiselle Vanhalle Suurtorille. Uusi alue oli huomattavasti laajempi, ulottuen Aurajoen reunasta Turun Tuomiokirkolle ja rajoittuen historiallisiin arvokennuksiin torin laidoilla. (Saari 2004, 10–12.) Turun keskiaikaisten markkinat ovat ihmisten mie-  
lissä asemoituneet pääasiallisesti autenttiseksi, historiaan perehdyttäväksi, hauskak-  
si, mielenkiintoiseksi, elämykselliseksi, monipuoliseksi, ruuhkaiseksi sekä ainutlaatui-  
seksi tapahtumaksi (emt. 6).

Keskiaikaisten markkinoiden keskeisenä tavoitteena on luoda kävijälleen kokemuksia ja elämyksiä keskiajan hengessä. Näkyvänä osana markkinatunnelmaa luomassa ovat torimyyjät, jotka kauppaavat torilla keskiaikaan teemaltaan sopivia tuotteitaan. Jokainen myyjä on ennen markkinoille pääsyä joutunut aiemmin kevään aikana raadi-  
tamaan tuotteet. Asiantuntijaraadin jäsenet käyvät myyntituotteet tiettyjen raadi-  
tuspäivien aikana läpi ja valitsevat tapahtumaan sopivat myyjät ennen markkinoita  
autenttisen ja keskiaikaisen ilmeen takaamiseksi. Tästä syystä et voi nähdä markki-  
noilla esimerkiksi nykyaikaisia tuotteita myyviä myyjiä, eikä edes nykyaikaisilla myyn-  
titeltoillakaan ole markkinatorille asiaa. Myyjät ovat vuosien aikana myös erityisesti  
kehittäneet tuotteitaan suoraan Keskiaikaisille markkinoille sopiviksi. Markkinoiden  
raaditus on suhteellisen tiukka, eikä tapahtuman arvoa haluta asettaa kyseenalaisek-  
si löyhentämällä valintakriteerejä. Markkinamyyjille on olemassa erikseen oma ohjeis-  
tuksensa jossa muun muassa myyjien pukeutuminen ja myyntikojujen koristelu on  
tarkasti määritelty.

Raaditus on vuosien saatossa auttanut karsimaan torilta täysin nykyaikaisia tuotteita  
myyvät myyjät pois mikä auttaa keskiaikaisen, ja yhä autenttisemmän toritunnelman  
nostatuksessa. Keskiaikaisilla markkinoilla myyminen on myös meriitti monen myyjän  
tiedoissa, sillä markkinamyyjäksi ei kuka tahansa voi päästä.

Markkina-alueelta löytää myös erikseen työnäytöspiikan, joka on sijoitettu torin välit-  
tömään läheisyyteen, Porthanin puistoalueelle. Työnäytösalueella eri käsityöläiset  
esittelevät keskiaikaisin työnäytöksin taitojaan. Perinteisesti pihalla on nähty esimer-  
kiksi seppä ahjonsa ääressä, saippuan keittäjiä, kirjureita, muinaistekniikan taitajia,  
savenvalaja sekä lukuisia muita alansa ammattilaisia tekemässä tutuksi historiallisia  
ja osin myös nykypäiväisiä käsitöitä. Työnäytösalueen yhteydessä Porthanin puistos-

sa Pinella-kiinteistön edustalla on myös vuonna 2009 ollut ensimmäistä kertaa lapsille keskitetty toiminta-alue, lasten puhdepiha.

Työnäytösalueen vastapainoksi Katedralskolanin sisäpihalla on toimintaan ja turnajaisesityksiin keskittyvä turnajaispiha. Turnajaispihan keskeisenä sisältönä on päivittäin markkinoiden aikana järjestettävät Keskiaikaiset hevosturnajaiset. Rohan Tallit Kemiön saarelta ovat keskiaikaista ratsastustaitoa vaaliva yritys, jonka jokavuotinen aito hevosturnajaisesitys on saavuttanut hurjan suosion niin Turun Keskiaikaisilla markkinoilla kuin Hämeenlinnan keskiajassakin. Turnajaisten tauottua pihalla voi kokeilla myös kirveenheittoa, käydä ravintola Haraldin terassilla, tai seurata keskiaika-asumuksessa pyörivää markkinanäytelmää.

Keskiaikaisten markkinoiden ehkä suurin, vetovoimaisin ja näkyvin tunnelman luoja katsojan näkökulmasta on joukkio keskiaikaisia hahmoja jotka elävät keskiaikaa muun markkinaväen keskuudessa. Kyseessä on siis koko päivän kestävä markkinanäytelmä joka koostuu keskiaikaisista hahmoista ja markkinoilla tapahtuvista komelluksista. Markkinanäytelmä toteutetaan vuosittain erilaisten yhteistyökumppaneiden avulla.

Vuonna 2009 markkinoiden suurin näkyvä muutos liittyi markkinanäytelmän toteuttamiseen. Aiemmin koko näyttelijäryhmä on koostunut pelkästään alan amatööriharrastajista jotka Kulttuurikeskus on pääsykokeen kautta valinnut mukaan tapahtumaan. Näyttelijät on tämän jälkeen jaettu rooleihin ja esiintymään eri pisteisiin markkina-alueella yhden käsikirjoituksen mukaisesti. Kaikki hahmot ja tapahtumapaikat ovat siis jollain tapaa sidoksissa toisiinsa ja koko markkina-alueeseen. Harjoitukset ja ohjaajat on aiempina vuosina organisoitu ja palkattu Kulttuurikeskuksen kautta.

Vuonna 2009 aikaisempien vuosien kaltaista näyttelijähakuprosessia ei enää tehty tuotantotoimiston siirryttyä Kulttuuriasiakkeskuksen kanslian alaisuuteen. Näyttelijät tulivat tuolloin mukaan uusien ja osittain vanhojen yhteistyökumppaneiden kautta. Yhteistyössä markkinanäytelmän osalta vuonna 2009 toimivat Turun taideakatemia, Kroopin Kilta, Varsinais-Suomen Verotoimisto sekä Mikaelin teatteri. Nämä ryhmät tuottivat käsikirjoituksensa ja esityksensä itsenäisesti oman ohjaajansa johdolla. Perinteisiä toimipisteitä näytelmässä ovat Kivisauna Brinkkalan sisäpihalla, sahtitupa



Ravintola Teinin sisäpihalla, Keskiaikainen asumus turnajaispihalla, sekä ryhmillä on myös yhteisiä suuria torikohtauksia Vanhalla Suurtorilla.

Uusi yhteistyökumppanien varassa toimiva tuotantomalli on osoittautunut työmäärältään aiempaa kevyemmäksi, ja yhteistyö muiden kulttuurialojen tahojen kanssa tuo lisäarvoa jatkossa myös tapahtumalle yhdistäen kulttuuritoimijoita Turussa. Tätä tuotantomallia tullaan jatkamaan pääosin samalla kaavalla myös tulevina vuosina.

Markkinoiden ohjelma keskittyy joka vuosi tiettyihin historiallisiin teemoihin aina markkinoiden vuosiluvun mukaisesti. Markkinoille valitun vuosiluvun perusteella tehdään ennakkotutkimuksia ajankuvasta ja tuona aikana vallinneista käsityksistä. Tulevana vuonna 2010 Keskiaikaiset markkinat siirtyvät ajassa hieman aiempia vuosia enemmän taaksepäin vuoteen 1350, jolloin ohjelmistossa ja torilla näkyvät esimerkiksi pelko rutosta. Poliittisesti tuona aikana on paheksuttu papiston julkeaa elämää, ja pappeja on erityisesti kielletty pitämästä lapsia virkahuoneistoissaan. Tästä saadaan Keskiaikaisille markkinoille 2010 mukaan myös lapsi-teema jonka avulla pyritään tuomaan ihmisten pariin tietoisuutta keskiajan lapsuudesta. Tämä tuo lastenohjelman esiin ensimmäistä kertaa laajemmin ajankuvassa, kun aiemmin lastentoiminta on ollut vain osana muuta markkinavilskettä.

Turun Keskiaikaisia markkinoita järjestää tällä hetkellä Turun kaupungin kulttuuriasiainkeskuksen kanslia. Tuotantotyöryhmän vakituiseen ympärivuotiseen henkilökuntaan kuuluvat tapahtumatuottaja sekä tuotantoassistentti. Tämän lisäksi joka vuosi mukana on tuotantotyöryhmä joka koostui vuonna 2009 ohjaajista, projektityöntekijöistä, lavastuksen, puvuston, rekvisiitan, musiikin, tanssin, maskeerauksen ja nukkeatterin osaajista. Lisäksi Keskiaikaisia markkinoita ovat tekemässä joka vuosi harjoittelijat, jotka hoitavat pieniä osa-alueita tapahtuman onnistumiseksi. Osa työryhmästä on palkattu mahdollisuuksien mukaan, suurin osa tekijöistä koostuu kuitenkin harjoittelua tekevästä opiskelijoista sekä työvoimatoimiston työharjoittelijoista. Näyttelijät toimivat tapahtumassa omien opintojensa tai työnsä ohella osittain täysin vapaaehtoisesti. Markkinoiden aikana osa erilaisten pisteiden vetäjistä on paikalla vapaaehtoisina, osa on saatu mukaan kulttuuriasiainkeskuksen kanslian henkilökunnasta.

### 3.2 Lapsille suunnattu toiminta

Työnäytösalueen lisäksi Porthanin puistoon on sijoitettu lasten oma puhdepiha. Tämä on ollut konkreettinen parannus edellisvuosista, jolloin lasten teatteriesitys sekä lasten toimipisteet sijaitsivat turnajaispihalla Katedralskolanin sisäpihalla. Lämpimällä säällä Katedralskolanin piha oli erittäin tukala, eikä varjoisaa paikkaa alueella käytännössä ollut. Aiempina vuosina Katedralskolanin pihalla on ollut myös lapsille suunnattu teatteriesitys joka jätettiin ohjelmistosta pois kokeilumielessä ja tilanpuutteen vuoksi. Tämä uudistus ei kuitenkaan näkynyt kävijäpalautteessa millään tapaa.

Lasten puhdepihalla Porthanin puistossa toimipisteinä vuonna 2009 oli Keskiaikainen karuselli, jota pyöritettiin käsin. Lapset istuivat koreissa, jotka pyörivät karusellina akselinsa ympäri. Karusellin markkinoille toivat mukanaan unkarilaiset myyjät. Karusellin lisäksi Kulttuuripajan keskiaikateltassa lapset saivat painaa yksinkertaisia keskiaikaisia puupiiroksia, joita he saivat myös värittää teltassa vesivärein. Varsinais-Suomen käsi- ja taideteollisuus ry:n Juseliuksen pajassa sai pientä maksua vastaan ommella itse pienen pussukan, johon painettiin kangasvärein mieluinen keskiaikainen kuvio.

Puistossa oli vuonna 2009 myös kahden työnäytösalueen käsityöläisen toteuttama kilpailu, jossa lasten tuli piirtää kuva alueella seisoneesta puuhevosesta. Tarkoitus näillä myyjillä oli valita hienoin teoksista ja toteuttaa aito puupolle tulevana vuosina markkinoille nähtäväksi. Tarkoitus on myös järjestää tulevana vuonna näyttely kilpailun piirustuksista.

Uutena ohjelmanumerona puhdepihalla oli prinsessakoulu jossa pikkuprinsessat saivat päähänsä keskiaikaisen henninin jonka kanssa he harjoittelivat keskiaikaisia käytöstapoja ja prinsessan elkeitä ohjaajan avustuksella. Prinsessakoulu huipentui kulkeeseen, joka kulki markkinaväen läpi torilla Brinkkalan talon arvokkaaseen Vaakunahuoneeseen, jossa jokainen prinsessa sai tavata kuninkaan. Siellä tarjottiin myös juomaa ja pientä purtavaa. Prinsessakoulu oli tänä vuonna mukana kokeilumielessä ainoastaan kerran päivässä, sillä se oli täysin uusi ohjelmanumero.

Keskiaikaisten markkinoiden lastentoiminta on tärkeä osa koko tapahtuman kasvatuksellista tavoitetta. Tapahtuman yksi keskeinen osa-alue on juuri sivistää ja kasvat-  
taa lapsia tuntemaan ja kiinnostumaan menneestä sekä ympärillään vallitsevasta  
kulttuurista ja olemaan osa sitä jo pienestä pitäen. Tapahtuman avulla lapset saavat  
myös kuvaa historiasta ja siitä miten maailma on muuttunut aikojen saatossa. Vaikka  
keskiajalla elettiin hyvin erilaisessa yhteiskunnassa kuin nykypäivänä, voi keskiajan  
ihmisen elämästä ja tavoissa nähdä paljon samaa kuin nykyajassa. Yleinen käsitys  
keskiajan ihmisestä on sivistymätön ja karski, ja keskiaikaisia ihmisiä on pidetty lap-  
sellisina ja jopa älyllisesti lapsen tasoisina. Keskiaikaiset markkinat pyrkivät näyttä-  
mään kuitenkin myös aikakauden valoisamman puolen.

Keskiaika voi aikakautena nostattaa aikuisen mieleen raakuudet ja sivistymättömyy-  
den, mutta lapsen silmin markkinat avautuvat täysin erilaisessa valossa ja tapahtu-  
man luomaa elämystä ei helposti unohda. Keskiaikaisilla markkinoilla lapsilla on  
mahdollisuus konkreettisesti kokea, millaisia olivat lelut ilman sähköä ja kuinka hurjaa  
ja hauskaa voi olla turnajaispihan hevosjousiammunnassa ilman videopelien tehos-  
teita. Kaikki toiminta lasten puhdepihalla Porthanin puistossa oli maksutonta, poik-  
keuksena mestari Juseliuksen paja.

Tutkimuksellani pyrin kartoittamaan lapsiperheiden ja lasten tyytyväisyyttä lastentoi-  
mintaan Keskiaikaisilla markkinoilla. Kyselyn tulosten avulla teen konkreettisia kehi-  
tysehdotuksia tulevien vuosien markkinoita ajatellen. Koska lastenkulttuuri on koko-  
naan oma alansa, ja tuotannon puolesta ei ole tapahtumalla varsinaista lastentoimin-  
taan keskittyntä työntekijää, on lapsiperheille teetetystä kyselystä hyötyä suunni-  
telmien tekemisessä. Tähän asti Keskiaikaisten markkinoiden lastentoiminnassa ovat  
konsultteina oman työnsä ohella toimineet Kulttuuripajan henkilökunta sekä Kulttuu-  
riasiainkeskuksen lastentoiminnan koordinaattori.

## 4 KYSELY LASTEN PUHDEPIHAN KEHITTÄMISEKSI

Tutkimukseni lähtökohtana on kartoittaa mielipidekyselyn avulla kävijöiden suhtautumista lastentoimintapisteisiin Keskiaikaisilla markkinoilla 2009, ja sen avulla saada tutkimustietoa markkinoilla käyvien lapsiperheiden tottumuksista ja mielenkiinnonkohteista. Tutkimukseni kohteena olivat lähinnä lapsiperheet, mutta saadakseni kattavan kuvan kävijöistä, teetin kyselyn kaikille ihmisille jotka olivat tulleet markkinoille lasten seurana. Minua kiinnosti myös vastaajan suhde lapseen, ja siihen kuinka paljon lapset käyvät markkinoilla muiden kuin omien vanhempiensa seurassa.

### 4.1 Menetelmälliset perustelut

Ennen tutkimuksen aloittamista on tehtävä monia päätöksiä. Tällaisia suunnitteluvaiheessa päätettäviä asioita ovat ainakin tutkimuksen kohderyhmä, aineiston hankinnassa käytettävä menetelmä, otoksen koko ja valintakriteerit. (Hirsjärvi, Remes & Saajavaara 2008, 172-173.)

Minulle oli jo alusta alkaen selvää että pyrkisin tekemään opinnäytetyössäni kävijätutkimuksen, jonka avulla kartoitetaan Keskiaikaisten markkinoiden kävijöiden mielipiteitä ja pohditaan konkreettisia kehitysmahdollisuuksia tapahtuman lastentoiminnalle.

Lomakkeen ensimmäisessä osassa (liite 2) kysyttiin perustietoja, asuinpaikkaa ja lasten syntymävuosia. Halusin myös tietää kuinka paljon lapset mahdollisesti käyvät markkinoilla sukulaistensa tai ystäväperheidensä kanssa, joten seuraavana kysyttiin kävijän suhdetta lapseen. Toinen puoli kysymyslomakkeesta liittyi puhdepihan ohjelmistoon ja toimintapisteisiin. Mielipidekyselyt osoitettiin suoraan kaikkiin toimintapisteisiin, joihin vastaaja sai vastata oman mielipiteensä mukaisesti. Lomakkeen kolmannessa osiossa kysyttiin mielipidettä tuotannollisista asioista. Tyytyväisyyttä kar-

toitettiin henkilökunnan toiminnasta, ohjelmien aikatauluista, yleisestä viihtyvyydestä sekä yleisistä järjestelyistä. Vastaajat saivat antaa myös vapaata palautetta lopuksi.

Kyselyn suoritin markkinoiden aikana neljänä päivänä. Alkuperäinen suunnitelmani oli, että olisin pyytänyt jonkun avukseni kyselyä tekemään, mutta lopulta päädyin suorittamaan kyselyn yksin, koska lasten alue oli niin pieni, että kaksi kyselijää olisi saattanut jopa ahdistaa kävijöitä. Olisin saanut enemmän vastauksia lomakkeisiin mikäli olisin jakanut työpäivän kahdelle kyselijälle. Tämä jäi kuitenkin toteutumatta, koska en saanut mieleisiäni ihmisiä suostumaan tehtävään. Aloitin tutkimuksen heti klo 12 markkinatorin auettua, jotta sain myös prinsessakoulussa käyneiden lasten vastauksia kyselyihin. Tämä oli hyvä taktikka, mutta iltapäivällä myöhemmin täytetyissä lomakkeissa vastaajat olivat usein ehtineet kiertää enemmän eri kohteissa toimintapisteissä, ja saada paremman käsityksen koko markkinoista sen avulla.

Kyselytutkimuksen vahvuus on laajan ja monipuolisen tutkimusaineiston saavuttaminen. Sen haasteita on varmistua esimerkiksi vastaajien rehellisestä ja huolellisesta vastaamisesta ja perehtyneisyydestä aiheeseen sekä kontrolloida väärinymmärryksiä. (emt., 190-191.)

#### 4.2 Kyselyn toteuttaminen

Rajasin tutkimusryhmän koskemaan alle 15 -vuotiaita lapsia. Kaikki kyselyyn vastanneet henkilöt olivat pienten lasten vanhempia. Heidän mahdollisesti vanhempi jälkikasvunsa viihtyi paremmin markkinoiden muilla tapahtumapaikoilla, koska lasten toimipisteillä ei juuri näkynyt vanhempia lapsia.

Pohtiessani kohderyhmän rajausta ajattelin ensin, että lapset itse voisivat täyttää vanhemman kanssa lomaketta. Tämä ei kuitenkaan osoittautunut toimivaksi ideaksi, ja lähes poikkeuksetta toinen vanhemmista täytti lomakkeen. Vanhemmat olivat kuitenkin vastausten perusteella kysyneet lasten mielipidettä kohteista ja antaneet lasten myös kertoa mitä toimintaa olisi mukava saada markkinoille lisää. Vaikka lasten mielipiteet ovat yleensä kovin suoria tai korkealentoisia, niissä voi kuitenkin nähdä toiveita ja realistisia kehitysideoita.

Kohderyhmäni valinta siis perustui omaan kykyyn erottaa lapsiperheet muista kävijöistä. Paljon potentiaalisia kävijöitä jäi tietysti haastattelematta, koska kaikilla vanhemmilla ei ollut lapsia mukana. Kyseiset vanhemmat eivät myöskään varmasti viettäneet aikaansa lasten toimipisteillä. Yritin antaa kyselyn mahdollisimman monelle sellaiselle vanhemmalle, jonka lapset selvästi osallistuivat aktiivisesti toimintaan. Kyselyn teettäminen oli esimerkiksi erityisen helppoa sillä välin, kun lapset keinoivat keskiaikaisessa keinussa. Tällä välin vanhemmalla oli aikaa vastata.

Huomasin, että oma asenteeni kyselyn täyttämässä oli tärkeässä asemassa ihmisten haluun vastata. Lähestyin vanhempia reippaasti, ja kysyin lyhyesti haluaisivatko nämä osallistua pieneen kyselyyn ja auttaa samalla kehittämään markkinoita tulevaisuudessa. Tapahtuman kehittäminen oli tässä tilanteessa avainsana, koska se kertoi vastaajille, että nyt heillä on mahdollisuus vaikuttaa konkreettisesti tapahtuman ohjelmistoon ja kertoa mielipiteensä nykyisestä toiminnasta ja järjestelyistä.

Vastaajien asenne oli yllättävän positiivinen. Olin odottanut saavani paljon enemmän negatiivisia vastauksia. Panostin omaan olemukseeni, pukeuduin henkilökunta-asuun, kiertelin alueella enkä tarttunut jokaiseen vastaantulijaan. Koin, ettei kovin aggressiivinen lähestymistapa ollut oma juttuni, ja halusin kysyä halukkuutta osallistua kyselyyn asiakkailta, jotka olivat helposti lähestyttäviä. Mikäli perheellä on juuri tilanne, jossa lapsi kiukuttelee ja on väsynyt, ei tietenkään ole hyvä hetki pyytää vanhempaa keskittymään kyselylomakkeeseen. Tällaisiin seikkoihin kiinnitin erityisesti huomiota kyselyä tehdessäni. Toki kieltäviä vastauksiakin kyselyn täyttämiseen sain, mutta kyseiset vanhemmat eivät olleet tutustuneet vielä markkinoihin tai olivat lapsen kanssa kahdestaan, mikä vaikeutti kyselyyn keskittymiseen. Oikeastaan kukaan vanhemmista ei kieltäytynyt ilman minkäänlaista selitystä asialle.

Itse en ole koskaan pitänyt kontaktin ottamista vieraisiin ihmisiin kovin luontevana, varsinkaan kun itselläni on usein kielteinen asenne kyselyihin ja tutkimuksiin osallistumisessa. Harjoitteluni ja esimerkiksi mainosmyynnin puheluiden jälkeen on kuitenkin ollut matalampi kynnyksensä ottaa ihmisiin kontaktia, ja nykyisessä työssäni Kulttuuriasiainkeskuksessa kontaktien ottaminen vieraisiin ihmisiin on arkipäiväistä työtäni. Näin ollen olen vapautunut liiasta jännityksestä ja siitä miten ihmiset suhtautuvat mi-

nuun. Tärkeämpää on asia, jonka vuoksi luodaan kontakteja ja tarjotaan mahdollisuuksia. Ennakkoluuloton asenne on siis vain hyväksi tällaisen kyselyn toteuttamisessa. Ihmiset ovat hyvin erilaisia ja heillä on erilaiset mielipiteet, joten heihin on osattava myös suhtautua asiaan kuuluvalla tavalla.

Seuraavassa olen käynyt läpi lomakkeen (liite 2) kysymykset yksi kerrallaan, ja lyhyesti kuvannut vastauksia ja vertailut eri vastausprosentteja. Tarkempaan analyysiin vastauksista palaan myöhemmin luvussa 7. Kyselyyn vastasi yhteensä 49 henkilöä.

#### *Kysymys 1.*

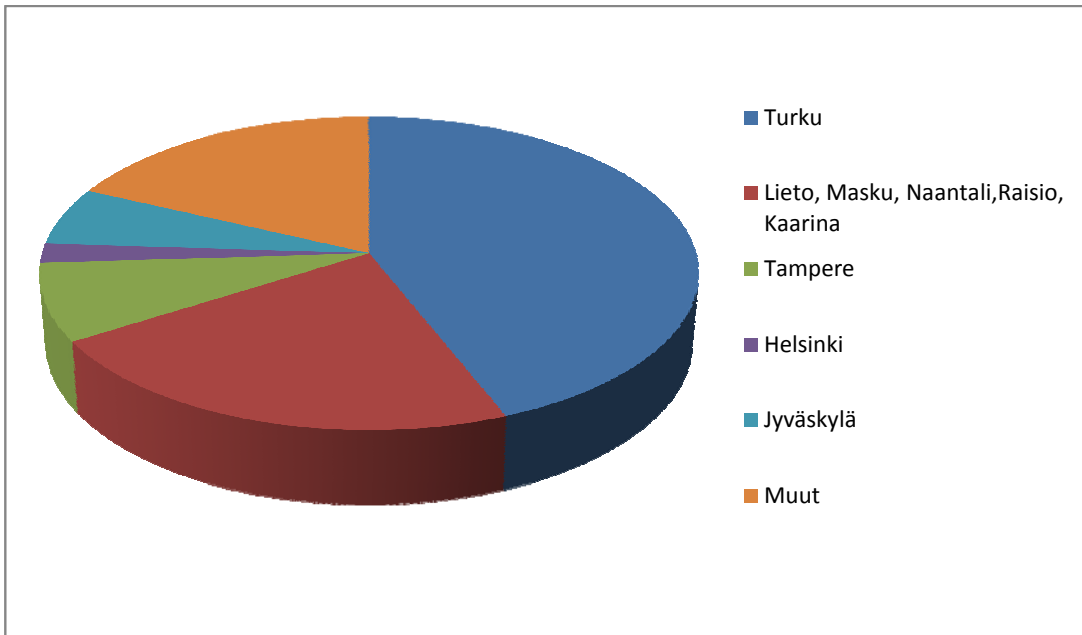
Vastaajista naisia oli huomattavasti enemmän, 84 %. Miehiä oli vastaavasti 8 %. Loput vastaajista eivät ilmoittaneet sukupuoltaan lainkaan. Haastattellessani huomasin, että yksin lasten kanssa oleva mieshenkilöä oli vaikeampi saada vastaamaan kuin samassa asemassa ollutta naishenkilöä.

#### *Kysymys 2.*

Tässä kysymyksessä pyrin kartoittamaan sitä kenen kanssa lapset tulevat markkinoille, ja onko mahdollista seuraavina vuosina kehittää esimerkiksi lapsi-aikuisen ryhmille ohjelmaa. Vastaajista 77 % olivat äitejä, 13 % isiä, ja tämän lisäksi haastatelluista aikuisista kaikkiaan 9 % oli tullut markkinoille lapsenlapsensa, sisarustensa lasten tai kummilastensa kanssa.

#### *Kysymys 3.*

Tämä kysymys on tärkeä markkinoinnin kannalta, ja kertoo myös markkinoinnin tarpeellisuudesta Turun kaupungin ulkopuolella. Odotetusti suurin osa kävijöistä oli Turkulaisia (44 %) sekä lähikunnista asuvia 22 % (Lieto, Naantali, Raisio, Kaarina). Kyselyyn vastanneista henkilöistä yhteensä 34 % oli tasaisesti muista kuin Turun lähiseudulla sijaitsevista kunnista. Kävijöitä oli Tampereelta (8 %), Helsingistä (2 %), Jyväskylältä (6 %). Tämän lisäksi muutamia kävijöitä Mynämäeltä, Pöytyältä, Espoosta, Salosta, Vantaalta, Eurasta, Riihimäeltä, Koskelta sekä Tukholmasta ( kuvio 1).

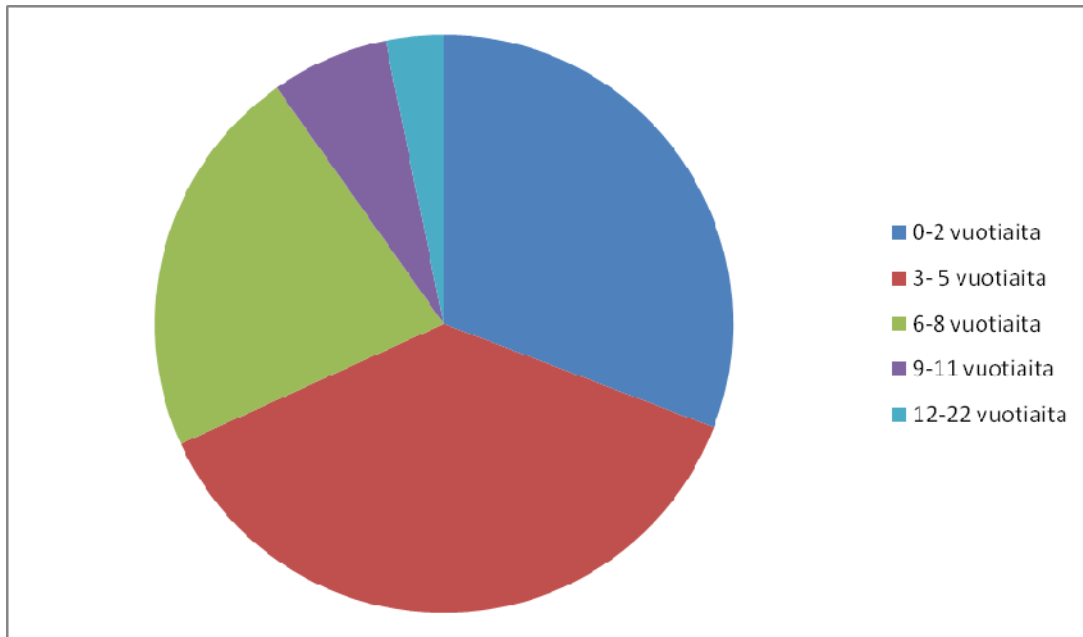


*Kuvio 1. Kävijän kotipaikkakunta*

#### *Kysymys 4.*

Tällä kysymyksellä kartoitetaan lasten ikäjakauma lastentoimipisteissä. Lapsista 3 % oli syntynyt 1987-1997. Perheissä, joissa oli 80-luvulla syntyneitä lapsia, oli myös 2000-luvulla syntyneitä, joten kyseessä saattoi olla myös uusioperhe. 1998- 2000 syntyneitä lapsia oli 7 % vastaajista. 2001- 2003 syntyneitä oli 22 %, 2004-2006 38%, 2007-2009 syntyneitä 31% (kuvio 2).





Kuvio 2. Kävijöiden ikärakenne lasten toimintapisteillä

#### Kysymys 5.

Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat lueteltuna allekkain (Liite 2). Muutamat vastaajista olivat ymmärtäneet tämän yleisenä mielipidekysymyksenä markkinoista, ja ympyröinyt yhden vastausvaihtoehdoista. Tämä ei kuitenkaan ollut tarkoitus, vaan varsinaiset kysymykset alkoivat vasta seuraavalta sivulta. Tässä tapauksessa vastausvaihtoehdot olisi pitänyt kirjoittaa sulkeiden sisään, mikä olisi estänyt väärinkäsityksiä tapahtumasta.

Vastaukset jakautuivat seuraavasti:

a)

37 % vastaajista oli sitä mieltä, että olivat melko tyytyväisiä opastukseen. 35 % oli erittäin tyytyväisiä, 18 % ei osannut sanoa, ja 8 % tyytymättömiä. Täysin tyytymättömiä toimintaan vastaajista oli 2 %.

Tarkempia perusteluja kysyttäessä vastaajista monet toivoivat lastentoiminnalle parempaa näkyvyyttä suurin kyltein ja vaikkapa lapsille suunnatun oman logon ja värikoodin mukaan ohjelmalehdessä. Prinsessakoulun lähtöpaikkaa ei ollut merkattu käsihjelmaan, mikä oli harmistuttanut halukkaita osallistujia, sillä toiset eivät ehtineet

mukaan ollenkaan. Vanhemmat olivat toivoneet pisteille myös ikäsuosituksia, koska osa leikkipaikoista oli heidän mukaansa liian pelottavia tai suunnattu selkeästi isommille lapsille. Eräs vanhempi ehdotti myös lasten ohjelmalle täysin omaa osiota käsiohjelmassa ikäsuositusten kera.

*b)*

23 % vastaajista oli melko tyytyväisiä saamaansa informaatioon ennen markkinoita. 19 % oli mielestään tyytymättömiä, ja 19 % täysin tyytymättömiä. 5 % olivat erittäin tyytyväisiä. Jopa 36 % vastaajista oli sitä mieltä että eivät osanneet sanoa, mikä on hieman hämmentävää.

*d)*

43 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä henkilökuntaan lasten toimipisteissä. 27 % olivat melko tyytyväisiä, 4 % tyytymättömiä, ja 4% ei osannut sanoa.

Perusteluja vastauksiin oli erittäin vähän. Prosenttiluvut kuitenkin kertovat sen, että henkilökunnan työ oli mieluista ja ystävällistä. Tyytymättömiä vastauksia oli vain muutama. Nämä vastaukset liittyvät tilanteisiin, jossa henkilökunta ei ollut osannut kertoa missä mitään toimintaa on, ja yksi palaute kertoi sirkuskoulun vetäjän toimineen työkeästi, ja hän oli käytöksellään saanut pienen lapsen itkemään. Tämä palaute ei kuitenkaan koskenut varsinaisesti lastentoimintapisteitä, vaan sirkuskoulu oli osa muuta ohjelmaa.

#### *Kysymys 6.*

Tämän kysymyksen vastauksia läpikäydessäni huomasin heti virheen tekemässäni kyselylomakkeessa. Moni vastaajista oli vastannut ensin kysymyksen numero 5 vastausvaihtoehtojen mukaisesti. Kysymyksen 6 vastausvaihtoehdot olivat toisinpäin. Näin ollen vastauksissa oli monia sutattuja papereita, kun vastaaja oli vasta myöhemmin lukenut vastausohjeen, ja vaihtanut rengastukset oikeille paikoille. Tähän kysymykseen vastaaja oli yleisesti ottaen vähemmän kuin muissa, koska muutamat perheet eivät olleet vielä ehtineet käymään kaikissa toimipisteissä. (Kuvio 3).

### *Prinsessakoulu*

7 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä prinsessakouluun. 5 % oli melko tyytyväisiä, ja 2 % oli erittäin tyytymättömiä. Nämä vastaajat eivät löytäneet prinsessakoulun lähtöpistettä lainkaan. Jopa 86 % vastaajista ei käynyt kyseisessä pisteessä. Syynä tähän oli se että prinsessakoulu oli kerran päivässä, ja suunnattu tytöille.

### *Puupiirrosten painanta*

16 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä pisteeseen. 14 % olivat melko tyytyväisiä, 2 % erittäin tyytymättömiä, ja 68% ei ollut käynyt kyseisessä pisteessä.

### *Keskiaikainen karuselli*

48 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä, 20 % melko tyytyväisiä, 7 % erittäin tyytymättömiä, 25 % ei ollut käynyt keinussa lainkaan.

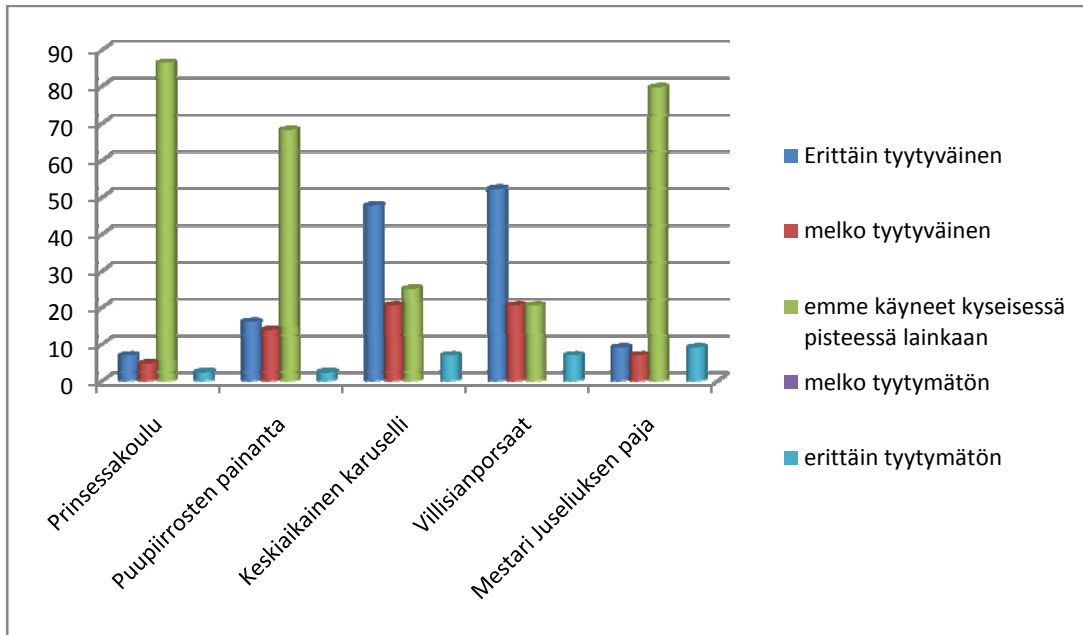
### *Villisian porsaas*

Villisian porsaas olivat aidatulla alueella lasten ja ohikulkijoiden nähtävillä. Pikku porsaas ovat olleet joka vuosi suosittu vetonaula, jonka vuoksi keskiajallakin tunnettu eläin on ollut mukana jo monta vuotta markkinoilla. Tänäkin vuonna villisian porsaas olivat suosittuja, 52 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä siihen että porsaas olivat nähtävillä. 20 % oli melko tyytyväisiä, 7 % täysin tyytymättömiä ja 20 % vastanneista eivät olleet nähneet porsaasita.

### *Mestari Juseliuksen paja*

Juseliuksen pajassa lapset saivat painaa kankaalle mieleisensä kuvion, ja ommella painetun kankaan käsin ohjaajan opastuksella pieneksi pussukaksi. Juseliuksen paja oli ainoa maksullinen piste. Pussukan tekeminen käsityön ohjaajan opastuksella maksoi 5 euroa.

Pisteen maksullisuus näkyy selkeästi vastausprosentteissa, sillä jopa 80 % vastanneista ei ollut käynyt pajassa lasten kanssa. 9 % vastanneista oli erittäin tyytyväisiä pajaan, 7 % melko tyytyväisiä, ja 9 % erittäin tyytymättömiä.



Kuvio 3. Tyytyväisyys lasten toimipisteisiin

Tämän kysymyksen perusteluihin oli tarkoitus saada vastaajat kertomaan joko erittäin hyviä tai vastaavasti erittäin huonoja kokemuksia. Sain kuitenkin kaikenlaisia yleisiä mielipidevastauksia, joten yhdistin kyseiset vastaukset kysymyksen 7. *Perustelut* osioon.

#### Kysymys 7.

Tässä kysymyksessä vastaajien tuli kertoa yleinen mielipiteensä markkinoiden lapsille suunnatusta ohjelmasta. 67 % vastaajista oli sitä mieltä, että lastentoiminta vastasi odotuksia hyvin. 16 % oli sitä mieltä että lastentoimintaa oli yli odotusten. 6 % vastanneista kertoi että ohjelma vastasi odotuksiin vain osittain. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että lastentoiminta vastasi odotuksiin heikosti.



*Kuvio 4. Ohjelman vastaaminen kävijöiden odotuksiin*

Perusteluja vastauksiin oli paljon ja tähän olivat monet kirjoittaneet myös suoraan mielipiteitä markkinoiden lastentoiminnasta. Mielenkiintoista oli huomata, että Juseliuksen pajaa pidettiin kalliina, vaikka maksu oli 5 euroa /pussukka. Pussukan sai itse painaa ja ommella aikuisen opetuksessa, ja jokainen tekijä sai paljon huomiota. Toimipisteenä Juseliuksen paja oli ainut maksullinen, joten vanhemmat olisivat halunneet vielä enemmän ilmaista toimintaa. Tämä on tietysti luonnollista lapsiperheissä, joissa eletään usein niukalla budjetilla. Ilmainen ja kekseliäs toiminta saikin paljon kiitosta, ja muutamat perheet olivat käyneet markkinoilla jo useampana päivänä.

Pojille odotettiin enemmän ritaretemaa, mutta vastauksesta ei selviä, oliko kyseinen perhe lainkaan käynyt katsomassa turnajaispihan esityksiä tai olivatko he yleensä tietoisia niistä. Eläinten näkeminen oli monille kaupunkilaislapsille hauska kokemus, ja possut keräsivätkin runsaasti positiivista palautetta. Vanhemmat ovat selvästi palautteessaan arvostaneet lastentoiminnan siirtymistä varjoisaan puistoon, jossa voi rauhoittua ja viettää aikaa ilman suurta väentungosta. Myös lasten toiminnan keskittyminen ja pisteiden lisääntyminen oli huomionarvoinen asia. Karuselli oli visuaalisesti vaikuttava, ja korit turvallisia. Niihin aikuiset uskalsivat päästää hiukan pienempiäkin lapsia.

Henkilökunta sai palautteissa paljon kiitosta luontevuudestaan ja soveltuvuudestaan lasten kanssa toimimiseen. Monet vanhemmista eivät olleet odottaneet lapsille mitään toimintaa, ja heille lasten puhdepiha tuli iloisena yllätyksenä. Narrit olivat lasten mieleen, ja lasten alueelle toivottiinkin enemmän narriesityksiä. Narrit kulkevat markkina-alueella vapaasti, ja jäävät tilaisuuden tullen esiintymään satunnaisille katsojajoukoille.

#### *Kysymys 8.*

Tämä kysymys oli avoin, ja siihen monet jättivätkin vastaamatta, tai totesivat yksinkertaisesti "ok". Palautetta aiemmassa kysymyksessä oli jätetty siitä, että lastentoiminta voisi alkaa jo aikaisemmin, vaikkapa klo 10. Nyt lastentoiminta alkoi jokaisena markkinapäivänä vasta klo 12. Joidenkin vastaajien mielestä lasten toiminnan aika-aulut olisivat voineet olla enemmän erillään, mikä lienee tarkoittanut sitä, että aika-auluissa olisi enemmän aikaa ohjelmanumeroiden välillä.

Sain kaikkiin avoimiin perustelut -osioihin sekaisin mielipiteitä, kehitysehdotuksia sekä palautetta. Myös tähän kohtaan vastaajat olivat kertoneet monin eri tavoin kokemuksistaan markkinoilla.

#### *Kysymys 9.*

Kohdassa kehitysideoita vastaaja sai vapaasti antaa palautetta tai kertoa omasta mielestään hyviä keinoja kehittää lastentoimintaa ja lasten leikkipaikkoja Keskiaikaisen markkinoiden aikana. Ainoastaan osa vanhemmista vastasi tähän kysymykseen, mutta mielestäni sain hyviä ajatuksia ja kehityskelpoisia ideoita tulevia vuosia varten.

Vanhempien mielestä yleisesti kaiken toiminnan markkinoilla tulisi olla ilmaista, maksulliset ohjelmat ovat liian kalliita. Erityisesti turnajaispihan maksullinen toiminta Katedralskolanin sisäpihalla tuli esiin muutamissa palautteissa, vaikka turnajaispiha oli erillinen alue, eikä liittynyt lasten puhdepihan toimintaan. Vanhemmat myös arvostavat samalla pienimuotoista ja leppoisaa ilmapiiriä, joka lasten puhdepihalla vallitsi. Monet olivat sitä mieltä, ettei lastentoiminta kaipaa parannusta, ja näin on hyvä. Porthanin puisto sai paikkana paljon kiitosta varjoisuudesta ja viileydestään.

Useiden vanhempien palautteessa nousi esille lasten ikäsuositukset. Vastaajista osa on ehdottanut toiminnoille selkeitä ikäsuosituksia joista käy ilmi kuinka nuoret lapset voivat toimintaan osallistua. Myös pienimmille, jotka eivät osaa tehdä käsitöitä tai puupiirroksia, oli toivottu enemmän ohjelmaa. Vuorostaan vanhemmille alle 10-vuotiaille lapsille oli toivottu hurjempaa ohjelmaa. Joku ehdotti tanssinopetusta, ja monet toivoivat yleisesti enemmän lastentoimintaa.

Yksi kerta Prinsessakoulua päivässä jäi harmittamaan monia pieniä tyttöjä, jotka olivat tulleet markkinoille vasta iltpäivällä. Prinsessakoulua onkin toivottu enemmän ohjelmistoon seuraavina vuosina. Muutamat vanhemmat antoivat palautetta myös alkamisajankohdasta, joka on vasta klo 12.00. Aikaisempi alkamisaika olisi heidän mukaansa parempi, sillä nykyiset aikataulut sekoittavat pienten lasten unirytmien.

Alueen suunnittelun kannalta esiin nousi muutamia seikkoja. Roskikset lasten pisteessä ovat vastaajien mielestä liian harvassa. Ainoastaan yksi palaute toivoi ohjelmistoon lapsille suunnattua teatterinäytöstä tai lastennäytelmää. Joku toivoi myös ehdottomasti lisää eläimiä ja poniratsastusta.

Lasten toimintapisteet keräsivät kiitosta etenkin yksinkertaisuutensa vuoksi. Pisteisiin oli helppo mennä, ja toiminta oli pääosin ilmaista. Joidenkin vastaajien mielestä toiminta on hyvin järjestettyä ja markkinoilla on paljon nähtävää ja koettavaa.

#### 4.3 Analysointi ja johtopäätökset

Tutkimustulokset ovat tuoneet paljon uutta tietoa Keskiäikaisten markkinoiden lasten toimintapihan kävijöistä ja heidän mielipiteistään. Yleensä lapsiperheet vaikuttavat yleisötilaisuuksissa kiireisiltä lasten kanssa, mutta Keskiäikaisilla markkinoilla tunnelma oli leppoisaa, ja tämä takasi rauhallisen ja maltillisen käytöksen tungoksessa. Tärkeää lasten kanssa suurtahtumassa liikkua on vastausten perusteella selvästi suunnitelmallisuus ja tutut päivärutiinit. Keskiäikaisilla markkinoilla on mahdollista pitää kiinni näistä tavoista sillä tapahtumajärjestäjän toimesta koko Keskiajan Turku on kerätty tapahtumineen ja aikatauluineen yhteen käsiohjelmaan. Käsiohjelma

ilmestyy aina hyvissä ajoin keväällä ja sitä jaetaan tapahtumien lisäksi myös keskeisimmässä matkailupisteissä ja hotelleissa kaupungilla.

Kyselyyn vastaaminen oli yllättävän monille vanhemmille vaikeaa, ja yleinen suhtautuminen kyselyn tekijään oli hieman vetäytyvä. Tein huomioita erilaisten lähestymistyylien avulla. Kysyttäessä suoraan haluaako vanhempi täyttää lyhyen kyselylomakkeen, vastaajan on helppo kieltäytyä ilman sen kummemmin selittelemättä tai asiaa pohtimatta. Toinen lähestymistapani oli paljon hedelmällisempi. Muotoilin kysymyksen niin, että haluaisiko kävijä osallistua kyselyyn, jonka avulla voidaan kehittää tapahtumaa tulevaisuudessa. Vastaajien on helpompi vastata kysymykseen myöntävästi koska heillä on suoraan mahdollisuus vaikuttaa tapahtuman lastentoiminnan kehittämiseen. Mikäli vastaus on kieltävä, vastaaja pyrki monesti perustelemaan kieltäytymistään ja sitä miksei juuri kyseisellä hetkellä pysty täyttämään lomaketta.

Mikäli olisin tehnyt kokonaistutkimuksen kaikkien kävijöiden kesken, olisi työsarka ollut moninkertainen ja olisin tarvinnut haastateltavia valtavan määrän. Lasten puhdepihalla kohderyhmä oli helppo tunnistaa, ja heitä oli suhteellisen helppo lähestyä.

Kyselyä tehdessäni huomasin lomakkeen kysymyksissä muutamia ristiriitaisuuksia. Hämmennystä ja vääriä vastaustapoja sain siksi, että olin vaihtanut vastausten järjestystä kesken lomakkeen. Ihmiset toimivat ilmeisen hajamielisesti vastatessaan kyselylomakkeeseen tapahtumassa ja hälinän keskellä. Keskittyminen herpaantuu helposti, kysymysten on oltava hyvin yksinkertaisesti luettavissa ja ymmärrettävissä jotta niihin on myös helppo vastata. Vastaajat eivät jaksa suoda liikaa aikaa kyselyille ja vastaamiseen. Jos joku kohta on vaikeasti ymmärrettävä, se voidaan helposti ohittaa kokonaan sen kummemmin asiaa pohtimatta. Tämän vuoksi pyrin tekemään kysymykset hyvin yksinkertaiseksi ja nopeiksi vastata.

Huomasin muutaman vastaajan kohdalla että ohjeita lomakkeen täyttämiseen olisi pitänyt olla enemmän. Nämä vastaajat olivat vastanneet ainoastaan lomakkeen ensimmäisen puolen ja jättäneet toisen kokonaan tyhjäksi, vaikka kysymyssarja selkeästi jatkui kääntöpuolella. Kyselylomakkeen alakulmassa olisi siis pitänyt lukea alleviivattuna kehoitus "Käännä!". Tietysti tässä tapauksessa täytyy ottaa huomioon myös



se että jokainen vastaaja vastaa omalla tyylillään ja täysin virheettömien vastauslomakkeiden saaminen on lähestulkoon mahdotonta yleisötapahtumassa.

Päällimmäisenä kyselyn vastauksista jäivät mieleen yllättävät kommentit siitä, etteivät vanhemmat alun perin tiedeneet mitään lapsille suunnattua toimintaa markkinoilla olevankaan. Monessa lomakkeessa oli ihmetelty hienoa ja hyvin järjestettyä toimintaa, jota vastaajat eivät olleet osanneet odottaa. Tieto tapahtuman lastentoiminnasta ei siis tavoita tällä hetkellä lapsiperheitä riittävän kattavasti. Markkinointia suoritetaan pääosin ennakkokortein ja käsiohjelmin matkailupalveluiden, infojen ja hotellien kautta. Tapahtumaa ei erityisesti mainosteta lehdissä lainkaan korkeiden kustannusten vuoksi. Keskiaikaisilla markkinoilla on vahva status kaupunkilaisten ja lähialueiden asukkaiden mielissä, ja monet kävijät löytävät tapahtuman vanhasta tottumuksesta.

Tapahtuman kävijämäärät ovat vuosittain korkeat, mutta kävijöistä suuri osa koostuu ihmisistä jotka eivät varsinaisesti osallistu ohjelmaan tai seuraa sitä millään tavalla, vaan kulkevat alueen läpi. Perheet ja lasten kanssa markkinoilla liikkuvat ovat erilainen kävijäryhmä, he käyttävät tapahtuma-alueen palveluita ja lapset haluavat osallistua ohjelmaan. Lapsiperheet olisivat hyvä kohde lisätä markkinointia jo tulevaisuudenkin kannalta ajateltuna. Vaikka tapahtuma ei sellaisenaan tarvitse varsinaisesti lisää kävijöitä, voisi tulevaisuuden markkinointia yrittää kehittää siten, että kävijöistä jäisi alueen toimijoille enemmän hyötyä.

Vastauksia analysoidessani mieleeni nousi monia ajatuksia tapahtuman kehittämisestä ja toisaalta myös sitä rajoittavista tekijöistä. Kyselyn avulla nousi esiin monia mielipiteitä, jotka ovat ristiriidassa keskenään. Kävijöiden silmissä Keskiajan Turku-tapahtumakokonaisuus on suuri ja mahtava, kaupungin jokavuotinen ylpeydenaihe johon on mukava tulla joka vuosi käymään ja esittelemään hienoa tapahtumaa myös vieraille. Tapahtuman oletetaan pysyvän tiiviisti ympäröivän kehityksen mukana, ja kävijät tottuvat aina vaativampaan asiakaspalveluun ja hienompiin ohjelma-numeroihin.

Totuus tapahtuman järjestäjille on kuitenkin joka vuosi yhtä realistinen, budjetti pysyy samana vuodesta toiseen eikä kulje käsi kädessä kehityksen kanssa. Rekvisiitta, tarpeisto, puvustus ja lavastus imaisevat joka vuosi suuren osan kokonaisbudjetista

pelkästään pakollisilla uudistuksilla. Tämän lisäksi suurin satsaus on ohjelmisto, kymmenet taiteilijat, jotka näkyvät yleisölle eniten.

Sisäänpääsymaksua markkinatorille ei ole, ja tori on täynnä ohjelmaa koko markkinoiden ajan. Monet ohjelmanumerot ovat autenttisia, mutta kalliita toteuttaa. Kyseessä on monien yrittäjien kokopäiväinen työ, josta on saatava asiaan kuuluva palkka. Näin ollen myös kulttuuriasiainkeskuksen on otettava pääsymaksua eräistä ohjelma-numeroista edes niiden kulujen kattamiseksi. Ohjelmaa voi toki aina myös karsia mutta se näkyy heti negatiivisena asiana ihmisten silmissä ja he veronmaksajina kokevat tulleensa huijatuksi, koska markkinoilla ei enää tapahdu näyttäviä ohjelma-numeroita.

Lastentoiminnan kannalta ymmärrettävää on, että lapsiperheiden menot ovat tuloihin nähden suuria, ja rahat ovat tiukalla. Näin ollen ilmainen toiminta on perusteltua ja myös tapahtuman järjestäjän kannalta satsausta tulevien vuosien maksaviin kävijöihin. Ihmetystä kuitenkin herättävät kommentit siitä, että ilmaista ohjelmaa pitäisi olla enemmän. Tietysti se olisi mukavaa että Keskiaikaisilla markkinoilla olisi lapsille oma täydellinen keskiaikamaailma, mutta tässä täytyy palata tapahtuman omaan arvoperustaan ja siihen, mitä Keskiaikaiset markkinat haluavat tulevaisuudessa olla ihmisten mielissä. Keskiaikainen elämänmeno on ollut osittain hyvin yksinkertaista eikä keskiaikainen lapsuus ole ollut täynnä leikkipuistoja ja karuselleja. Tapahtuman tärkeä opetuksellinen näkemys on saada kävijät pohtimaan historiaa ja näkemään tapahtuman kautta millaisesta elämästä ja tavoista myös meidän kehityksemme on lähtöisin. Lapsuus keskiajalla on ollut vahvasti olemassa, mutta suhteellisen näkyvämmänä yhteiskunnan osana.

Järjestäjän kannalta on haasteellista asettaa ikäraajat toiminnalle. Mikäli asetamme ikärajoitukset yläkanttiin, saamme palautetta ettei pienemmille ole järjestetty mitään toimintaa. Jos taas asetamme ikäraajat suurinta osaa (0-15 vuotiaita) koskeviksi, on järjestäjä vastuussa pienimmistäkin naarmuista joita puhdepihalla tulee.

#### 4.4 Kyselyn onnistumisen arviointi

Aloitin opinnäytetyöni hahmottelemisen keväällä 2009 opinnäytetyöseminaarin ohessa. Ensimmäiseksi tutustuin lastenkulttuuriin pintapuolisesti ja pohdin aiheen sopivuutta itselleni. Kyseinen tapahtuma on kuitenkin minulle niin tuttu että uskalsin lopulta tehdä päätöksen kävijätutkimuksesta Keskiaikaisilla markkinoilla. Lastenkulttuurin pariin työni ohjasi oikeastaan tapahtuman tuottaja Kaisa Kutilainen joka kertoi lasten toiminnan uudistuksista markkinoilla, ja kyselyn tarpeellisuudesta. Mennyt vuosi oli markkinoiden kannalta erilainen kuin aiemmin ja Kaisa Kutilainen istui ensimmäistä kertaa työryhmässä tuottajan ominaisuudessa, joten kiinnostus markkinoiden kävijämielipiteisiin juontaa juurensa tästä. Koska vuosi 2010 markkinoilla keskitytään enemmän nimenomaan lapsuuteen keskiajalla, haluttiin tänä vuonna myös kehitysideoita suoraan lapsiperheiltä jotka ovat omalla tavallaan lapsuuden asiantuntijoita ja omaavat tärkeän ja ainutlaatuisen näkökulman aiheeseen.

Aiheeni hahmottui siis Kulttuuriasiakeskukseen tarpeiden ja omien kiinnostuksen kohteideni perusteella. Kyselylomakkeen suunnittelu oli SPSS- kurssin ansiosta helpompaa kuin olin ajatellut. Hedelmälliset ryhmäkeskustelut tuottivat hyviä runkokysymyksiä, ja sain myös muiden keskeneräisistä töistä konkreettisia vinkkejä lomakkeen tekemiseen. Halusin pysyä hyvin yleisellä tasolla lomakkeen kysymyksissä, jotta ne olisivat myös helppoja vastata. Toisaalta piti ottaa huomioon myös vastausten työstäminen ja se kuinka paljon työtä aineiston muokkaus tulisi vaatimaan. Omasta mielestäni onnistuin tässä kuitenkin hyvin koska lomakkeet oli suhteellisen helppoja käsitellä ja niistä sai vastausten perusteella irti paljon sellaista, mitä en ollut aiemmin osannut kuvitellakaan. Osa kysymyksistä oli muokattu suoraan keväällä käydyin palaverin pohjalta jolloin kysyin niitä seikkoja, joita tuottaja haluaisi erityisesti tietää. Kysymys aikataulutuksista ei täysin onnistunut, koska vastaajan oli vaikea vastata kysymykseen ” Mitä mieltä olet lastentoiminnan aikatauluista”, kun aikatauluja ei varsinaisesti puhdepihalla ollut lainkaan. Kysymys olisi pitänyt varmasti rajata koskemaan tiettyjä aikataulutettuja toimintoja, jotta vastaaja olisi osannut hahmottaa mistä kysymyksessä oli kyse.

Kävin lomakkeet läpi suhteellisen nopeasti ja merkitsin tulokset kustakin kysymyksestä ylös. Vaikka sainkin aluksi selville vain numeroita, niistä on mahdollisuus luoda lukemattomia tulkintoja ja johtopäätöksiä. Aineistoni on siis osoittautunut rikkaaksi ja sieltä löytyi paljon hyviä ja mielenkiintoisia huomioita.

Tapahtumaa järjestäessä kokee välillä suunnattoman turhautumisen tunteen, kun kävijät vaativat lähestulkoon kaikkea palvelua maan ja taivaan väliltä. Vaikka joka vuosi tehdään suunnaton työmäärä markkinoiden onnistumiseksi, on aina jotain parannettavaa ja kehitettävää tulevina vuosina. Toisaalta ajateltuna kuitenkin tuottajan työ on myös erittäin hedelmällistä siinä vaiheessa kun tapahtuma on ohitse ja huomaa Keski-ikäisten markkinoiden yltäneen jälleen edellisten vuosien tasolle kävijämäärissä ja näkyvyydessä. Parannuksia ja kehitystä tehdään hiljaisesti kaiken näkyvän ohjelman taka-alalla, ja se huomataan usein vasta jälkikäteen. Suurin osa työstämme ja tapahtumasta saadusta palautteesta on kuitenkin positiivista ja kannustavaa.

## 5 LASTENTOIMINNAN KEHITTÄMISAJATUKSIA

Kyselyn tulosten analyysin perusteella pohdin konkreettisia ja toteutettavissa olevia realistisia kehitysideoita. Kyselylomakkeiden vastauksia vertaillen huomasi että kävijöillä oli hyviä ajatuksia tapahtuman lastentoiminnan kehittämiseksi. Monet niistä tulevat täysin uudesta näkökulmasta jota tuskin olisi tullut esiin ilman tätä kyselytutkimusta.

Jotta tapahtumaa voidaan lastentoiminnallisesti kehittää parempaan suuntaan, tulee lasten toimipihan alueeseen (liite 1) ja sen rajaukseen kiinnittää edelleen paljon huomiota alueen suunnitteluvaiheessa. Lapset tarvitsevat tilaa, ja perheet levähdyspaikan. Porthanin puisto on osoittautunut hyväksi paikaksi lastentoiminnalle, mutta tulevaisuudessa sen sijoittamista täytyy tarkoin harkita koska Pinella-kiinteistön remontin myötä rakennukseen tulee ravintolatoimintaa, joka supistaa aluetta lastentoiminnalta entisestään. Tällä hetkellä Porthanin puistossa on lisäksi työnäytösalue, joka on jo ahdas suurine teltoineen ja työnäytösalueen toimijoiden tarvitseman tilan puitteissa. Mikäli ravintolan toiminta tulee rajoittamaan nykyisen kaltaista toimintaa

jatkossa runsaasti, on lasten toimipisteille pohdittava tilavampi ja rauhaisampi paikka. Paikkana on kuitenkin hyvä pitää Porthanin puiston muita nurmialueita, jolloin työnäytösalue voidaan pääosin siirtää jokirantaan. Jokiranta sisältyy tapahtuma-alueeseen jo maankäyttöoikeudellisesti. Jokirannan asfaltti ja kävelytien kivipinnoite aiheuttavat toki haasteita rakentamiselle, mutta työnäytösalueen siirtäminen on käytännössä järkevämpi ratkaisu kuin lasten toimintapisteiden vieminen ruuhkaiseen ja läpikulkupaikkana toimivaan jokirantaan. Jokiranta on alueena myös liian vaarallinen lapsille.

Tapahtuman ilmaiseen lastentoimintaan on jatkossa keinona melkein ainoastaan Turun kaupungin omien kulttuurilaitosten käyttäminen yhteistyökumppaneina. Toki myös uusia yhteistyökuvioita voidaan luoda erilaisten lastentoimijoiden kanssa, mutta niin, ettei toiminnasta aiheudu ylimääräisiä kuluja Kulttuuriasiakeskukseen.

Aiemmin ainoan maksullisen pisteen, Juseliuksen pajan on toteuttanut Varsinais-Suomen Käsi- ja taideteollisuus ry. Puupiirrosten painanta on ollut Turun kaupungin oman lasten ja nuorten kulttuuripajan tuottama, ja siksi ilmainen piste. Ehkä tulevaisuudessa voisi miettiä kulttuuripajan toiminnan laajentamista esimerkiksi yhdellä käsityöpisteellä. Tällöin ongelmana kuitenkin on henkilökunnan puute, pisteisiin tulisi saada hyvissä ajoin keväällä harjoittelija tai vapaaehtoinen työntekijä joka koordinoi alueen suunnittelua ja toimii vastuuhenkilönä tapahtuman aikana.

Kiertävien esiintyjien esityksiä voisi aikatauluttaa myös osittain lasten toimintapisteiden ääreen. Suosittujen Narrien akrobatia- ja jonglöörausesitykset keräävät torilla niin paljon väkeä, että lasten on vaikea nähdä esityksiä tungoksessa. Myös keskiaikainen musiikki on lapsille elämyksellistä, sitä voivat tarjota trubaduurit tai esiintyvät ryhmät. Keskiaikainen musiikki lasten pihalla on uusi idea jota mielestäni voisi kehittää esimerkiksi keskiaikaisten soitinten kokeilun muodossa. Lapset haluavat kokeilla ja nähdä itse.

Ikärajoitusten suhteen voisi olla paras ajatus kehittää keinun kaltaisille laitteille jokin löyhä ikäraja jota vanhemmat voivat oman harkinnan mukaan edelleen tulkita. Ikärajasuositus tuo turvallisuuden tunnetta ja ohjeistaa myös vanhempia tarvittaessa. Mie-

lestäni käsityöpisteet voivat edelleenkin olla ikäraajattomia, jotta vanhempien ei tarvitse kokea että joltain tietyltä ikäryhmältä puutu täysin ohjelmaa.

Prinsessakoulu tuotti paljon harmia aikataulullisesti sekä löydettävyyden suhteen sillä useat halukkaat eivät löytäneet perille. Prinsessakoulun suosion mukaan prinsessakoulua tullaan lisäämään tulevina vuosina. Tässä tilanteessa olisi paikallaan lisätä käsiohjelmaan lasten pisteiden kuvaukset ja aikataulut, ja vastaavasti ilmoittaa myös käsiohjelman karttasivulla (liite 1) prinsessakoulun lähtöpiste. Muutenkin pisteiden löydettävyys muun työnäytösalueen keskeltä on ollut hankalaa, ja joitakin kylttejä ja viittoja tulisi tehdä helpottamaan alueen löydettävyyttä.

Tällä hetkellä suurin kävijämäärä lasten toimipisteillä koostuu 3-5 vuotiaista. Tämän ikäisille lapsille toiminta onkin monipuolisinta, lasten toiminnan kohderyhmä sijoittuu alle n. 3-10 vuotiaisiin lapsiin. Huomattavaa kuitenkin on että toiseksi suurin kävijäryhmä olivat 0-2 vuotiaat, joille toiminta rajoittuu lähinnä katseluun ja ihmettelemiseen. Tämän kävijäryhmän voisi ottaa huomioon musiikillisessa ja esittävässä ohjelmassa jollain tavalla. Vanhempien kuin 10-vuotiaiden lasten toimintaa voi löytää turnajaispihalta josta löytyy hieman varttuneempien huvittelulajeja.

Yksi suuri kehittämisen kohde Keski-ikäisten markkinoiden lastentoiminnassa on ennakkotiedottaminen. Matkailun kautta markkinointi ei tällä hetkellä tavoita lähialueiden lapsiperheitä. Tulevana vuonna myös ennakkoon jaettavan käsiohjelman painosmäärää on tarkoitus leikata. Nykyisellään ohjelmaa painetaan liikaa, ja sen sisältö on tiivistettävissä. Osittain syynä on muiden Keski-ajan Turku-kokonaisuuden yhteistyökumppaneiden halukkuus osallistua jakamaan ohjelman tekoon liittyviä kustannuksia. Yhtenä markkinointikeinona jatkossa ovat aiemmin mainitsemani Abribus-mainokset. Mikäli mainokseen tulevaisuudessa tulee ainoastaan Keski-ikäiset markkinat, julisteen kokoon nähden siihen saa yhdistettyä markkinoilta monia osa-alueita joissa yhtenä voisi toimia juuri toiminta lapsille. Ratkaisuna lapsiperheiden tavoittamiseen voisi myös olla ohjelman jakelu esimerkiksi lähialueiden päiväkoteihin ja muihin keskeisiin lasten toimipaikkoihin. Myös ostoskeskukset ovat perheille varteenotettava jakelupaikka.

## 6 ITSEARVIOINTI

Opinnäytetyöni onnistui mielestäni hyvin, siinä yhdistyvät sopivasti lastenkulttuurin teoria sekä käytännössä toteuttamani kyselyn analysointi. En missään vaiheessa ajattellut tehdä työstäni ikuisuusprojektia, sillä en koe olevani millään tavalla vahva tutkijana. Kyselylomakkeen tekemisessä huomasin vasta jälkeenpäin asioita, joita olisin voinut ilmaista toisin jotta lomake olisi ollut selkeämpi. Tämän kyselyn jälkeen osaan olla luontevampi ottamaan ihmisiin kontaktia, ja ottamaan myös työssäni vastaan huonompaakin palautetta rakentavasti ajatellen.

Opinnäytetyöni valmistui suurimmilta osin tavoiteajassa vuoden 2009 lopulla. Vaikka töiden ohella opinnäytetyön tekeminen on ollut ajoittain raskasta, on molemmista ollut minulle myös toisiaan tukeva vaikutus. Opinnäytetyössäni keräämääni materiaalia olen voinut käyttää hyväksi suunnitellessani kesän 2010 Keskiaikaisia markkinoita, ja vastaavasti työstäessäni opinnäytetyötäni olen pystynyt keskustelemaan jatkuvasti tapahtumasta ja lastentoiminnasta tuottajan kanssa työni ohella.

Parannusta olisin mielestäni voinut tehdä teoreettisessa osiossa joka on tällaisenaan hieman suppea ja yksimielinen. Lähteitä kuitenkin löysin aiheeseen liittyen mielestäni hyvin ja Keskiaikaisiin markkinoihin liittyen on ollut antoisaa lukea myös aiempia aiheeseen liittyviä opinnäytetöitä ja graduja, joista olen saanut paljon uutta tietoa myös työelämään, koska ideoimme parhaillaan kesän 2010 Keskiaikaisia markkinoita.

## LÄHTEET

Anttila, Anna & Rensujeff, Kaija 2009. Taiteen taskurahat: lastenkulttuurin käsite, linjaukset ja edistäminen. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Saajavaara, Paula 2008. Tutki ja kirjoita (13.-14., osin uudistettu painos). Helsinki: Tammi.

Kalliala, Marjatta 1999. Enkeliprinsessa ja itsari liukumäessä: leikkikulttuuri ja yhteiskunnan muutos. Helsinki: Gaudeamus.

Koivunen, Hannele & Marsio, Leena 2006. Reilu kulttuuri? : kulttuuripolitiikan eettinen ulottuvuus ja kulttuuriset oikeudet. Opetusministeriön julkaisuja 2006: 50, 1458-8110.

Laaksonen, Hannu 2008. Turun historiaa kahdeksalta vuosisadalta (2. painos). Turku: Turun historiallinen yhdistys.

Lahikainen, Anja-Riitta, Punamäki, Raija-Leena & Tamminen, Tuula 2008. Kulttuuri lapsen kasvattajana. Helsinki: WSOY.

Niemimäki, Irina 2003. Pöytä on katettu. Tule nostamaan kanssamme malja! Humanistinen ammattikorkeakoulu. Kulttuuripalvelujen aikuiskoulutus. Opinnäytetyö.

Saari, Susanna 2004. Tuote ja verkostot matkailussa. Case: Turun keskiaikaiset markkinat.

Toivonen, Timo & Ylätaalo, Hanna 2004. Pimeää keskiaikaa keskellä kesää – Turun keskiaikaisten markkinoiden kävijätutkimus. Turun kauppakorkeakoulu. Keskusteluja ja raportteja 12:2004.



Virtanen, Leea 1980. Lapsitutkimus ja perinnetieteet. Teoksessa: Laine Jarmo E. J. (toim.) Lapsi ja tutkimus, Helsinki 27.-28.9.1979. Seminaariraportti. Suomen akatemian julkaisuja 7/1980. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

## LIITTEET

Liite 1.



# Tervetuloa Keskiäikaisille Markkinoille!

- ① **Info, markkinaputiikki**  
Neuvoja, ohjelmaoppaita sekä vuoden 2009 viralliset markkinatuotteet.
- ② **Kolikonlyönti**  
Lyö itsellesi vuoden 2009 markkinakolikko.
- ③ **Luostarin välikatu**  
Sisäänkäynti Turnajaispihalle.
- ④ **Tori**  
Upeita käsitoita ja maittavia keskiäikaisia herkkuja.
- ⑤ **Kaakinpuu**  
Paha saa palkkansa ja rikoksenteikijä rangaistuksensa.
- ⑥ **Vanhan Raatihuoneen kellar**  
Kellarissa kaikuu keskiäikainen musiikki.
- ⑦ **Kaivo**  
Kaivolla juurutaan, tanssitaan ja juhlietaan.
- ⑧ **Työnäytösalue**  
Porthanin puistossa ja jokirannassa tutustutaan keskiajan hengessä työskenteleviin käsityöläismestareihin.
- ⑨ **Lasten puhdepiha**  
Tarjolla keskiäikaisia askareita ja prinsessakoulu.
- ⑩ **Turnajaispiha**  
Turnajaisia ja ritarintaitojen kokeilua. Lisäksi keskiäikaisen uusperheen kommelluksia.
- ⑪ **Haraldin ja Helgan tupa**  
Harald myy hoveineen suuhunpantavaa ja kurkunkostuketta.
- ⑫ **Brinkkalan sisäpiha**  
Sisäpihan käsityöputiikit avoinna.
- ⑬ **Kivisauna**  
Katariina Lempiän kivisaunalla sattuu ja tapahtuu.
- ⑭ **Panimomiehet**  
Panimomiehet tarjoilee virkistävät juomat ja maukkaat muonat markkinoilla ja TeiniFolkissa.
- ⑮ **Ravintola Teini**  
Viilentävää juomaa janoiselle markkinaväelle myy myös ravintola Teini.
- ⑯ **Sahtitupa**  
Kauppaa käydään ja markkinajuoruja levitellään Elisabet Tarkan Sahtituvalla.
- ⑰ **Vanhan Raatihuoneen sali (3. krs)**  
Keskiäikaista muotia ja luentoja tarjolla Vanhalla Raatihuoneella.

Liite 2.

### Kysely Turun Keskiaikaisten markkinoiden lastentoiminnasta

**Hei, olen Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelija ja teen opinnäytetyönäni Keskiaikaisten markkinoiden lastentoimintaa kartoittavan ja kehittävän tutkimustyön. Oheisessa kyselylomakkeessa kartoitetaan asiakkaiden tyytyväisyyttä lastentoimintaan Turun Keskiaikaisilla markkinoilla. Tulosten avulla voimme tulevaisuudessa kehittää tapahtumaa yhä paremmin asiakkaita palvelevaksi.**

**Ystävällisin terveisin  
Laura Ahonen**

Rengastakaa sopiva vaihtoehto:

1.Vastaajan sukupuoli?

mies

nainen

2.Vastaajan suhde lapseen?

äiti

isä

muu, mikä? : \_\_\_\_\_

3. Kotipaikkakuntanne?

4. Lasten syntymävuodet?

5. Ympyröikää mielestänne parhaiten Turun keskiaikaisten markkinoiden lastentoimintaa kuvaava vaihtoehto. Vaihtoehdot:

1 Täysin tyytymätön

2 Tyytymätön

3 En osaa sanoa

4 Melko tyytyväinen

5 Erittäin tyytyväinen

a) Lasten toimipisteet on helppo löytää 1 2 3 4 5

Jos olette eri mieltä, miten näkyvyyttä voitaisiin mielestänne parantaa?

\_\_\_\_\_

b) Saimme riittävästi tietoa lasten toimipisteistä ennen markkinoita 1 2 3 4 5

d) Henkilökunta on osaavaa ja ystävällistä 1 2 3 4 5

Jos olette eri mieltä, perustelut: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. Missä erityisesti lapsille suunnatuissa pisteissä olette käyneet Keski-aikaisilla markkinoilla? Mitä mieltä olitte näistä toimipisteistä? Rengasta mielestäsi sopiva vaihtoehto.

(1=erittäin tyytyväinen, 2= melko tyytyväinen, 3= emme käyneet kyseisessä pisteessä, 4= melko tyytymätön, 5= erittäin tyytymätön.)

Prinsessakoulu	1	2	3	4	5
Puupiirrosten painanta	1	2	3	4	5
Keskiaikainen lasten karuselli	1	2	3	4	5
Villisian porsaas	1	2	3	4	5
Renkaan heitto	1	2	3	4	5
Huojuva torni	1	2	3	4	5

Mikäli olitte **erittäin tyytyväinen tai erittäin tyytymätön** johonkin pisteistä, perustelut:

\_\_\_\_\_

7. Turun Keski-aikaisten markkinoiden 2009 lapsille suunnattu ohjelma vastasi yleisesti odotuksiamme

Heikosti      Osittain      Hyvin      Yli odotusten

Perustelut: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Mitä mieltä olette lastentoiminnan aikatauluista?

\_\_\_\_\_

9. Kuinka lastentoimintaa tulisi mielestänne kehittää tulevaisuudessa? Tähän voitte antaa myös yleistä palautetta lapsille suunnatusta toiminnasta Turun Keski-aikaisilla markkinoilla 2009.