

Museokortti ja museoiden vetovoimatekijät lapsiperheille

Riikka Hollman-Oksanen

Pro Gradu -tutkielma

Arts Management

Sibelius-Akatemia

Taideyliopisto

Syksy 2023

Tutkielman tai kirjallisen työn nimi Museokortti ja museoiden vetovoimatekijät lapsiperheille	Sivumäärä 78 + lähteet ja liitteet
Tekijän nimi Riikka Hollman-Oksanen	Lukukausi Syksy 2023
Aineryhmän nimi Arts Management, Society and Creative Entrepreneurship	
<p>Tutkimus käsittelee lapsiperheiden museokäyntejä ja tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa keinoja, miten lapsiperheitä voitaisiin palvella paremmin museoissa. Lisäksi tavoitteena on luoda perustietoa lapsiperheiden museokäynneistä. Tutkimuksessa kartoitetaan myös minkälaiset tekijät vähentävät perheiden käyntejä museoissa ja miten Museokortti voisi tukea perheiden museokäyntejä.</p> <p>Tutkimusmenetelmänäni on määrällinen kyselytutkimus, jossa on myös laadullisia piirteitä. Kohderyhmänä olivat perheet, joilla on alle 10-vuotiaita lapsia. Kysely julkaistiin Museokortin asiakaskirjeessä ja vastaajia kyselyssä oli 325 kappaletta. Tutkimuksen teemoja ovat yleisötyö, saavutettavuus, oppiminen museoissa ja Museokortti ja ne toimivat lähtökohtina kyselytutkimukselleni ja aineiston analyysille.</p> <p>Tulosten perusteella näyttelyn kiinnostavuus lapsille, ajanvietto perheen kanssa ja tervetullut olo museossa sekä museon kasvatusnäkökulma lisäävät perheiden museokäyntien houkuttelevuutta ja halukkuutta käydä museoissa. Museokäyntejä vähentävät pääsylippujen hinta ja erityisesti lastenlipun maksullisuus ja se, ettei näyttely ole lapsista kiinnostava. Museokäyntejä vähensi myös tunne siitä, ettei perhe ole tervetullut museoon tai häiritsee muiden museokäyntejä. Museokortilta toivottiin lapsiperheille omaa osiota verkkosivustolla ja sovelluksessa, mistä näkisi kootusti lapsiperheille suunnatut näyttelyt ja tapahtumat ja avoimissa vastauksissa toivottiin lapsille suunnattua omaa Museokorttia.</p> <p>Aineiston analyysin perusteella esitän viisi toimenpide-ehdotusta museoille ja Museokortille, joiden avulla voidaan lisätä perheiden museokäyntien houkuttelevuutta ja saada perheistä jatkuvia museokävijöitä ja Museokortin haltijoita. Tutkimus on tuottanut perustietoa perheiden museokäynneistä mahdollisen jatkotutkimuksen tueksi. Lapset ja perheet ovat suuri ja potentiaalinen yleisöryhmä museoissa. Museo- ja kulttuurialalla yleensä tulisi tunnistaa tämän yleisöryhmän merkitys tulevana kulttuuriharrastajina.</p>	
Hakusanat Lapsiperheet, museot, Museokortti, yleisötyö, saavutettavuus, oppiminen museoissa	
Tutkielma on tarkistettu plagiointitarkastusjärjestelmällä [7.11.2023 Toni-Matti Karjalainen]	

<p>Title</p> <p>The Museum Card and Attractiveness of Museums for Families with Children</p>	<p>Number of Pages</p> <p>78 + references and appendices</p>
<p>Author</p> <p>Riikka Hollman-Oksanen</p>	<p>Semester</p> <p>Fall 2023</p>
<p>Department</p> <p>Arts Management, Society and Cultural Entrepreneurship</p>	
<p>Abstract</p> <p>The topic of this research is to discuss museum visits of families with children and the aim of the study is to find ways for museums to better serve families visiting museums. In addition, the target of this study is to gather and describe basic information on museum visits of families with children in Finland. The study describes what kind of factors decrease the number of families visiting museums and how the Museum Card could support their museum visits.</p> <p>My research method is a quantitative survey, which also has qualitative features. The target group of the study is families with children under 10 years old. The survey was published in the customer letter of the Museum Card and received 325 responses. The themes of the research are audience development, accessibility, learning in museums and the Museum Card. These themes serve as starting points for my survey and its analysis.</p> <p>According to the results, following factors increase the interest of the families to visit museums: the attractiveness of the exhibition for the children, spending quality time with family, feeling of being welcome in the museum as a family and the educational aspect of the museum. On the other hand, factors decreasing museum visits of families with children are following: price of entrance in general and children's entrance being subject to charge and if the exhibition is not interesting for children. In addition, decreasing factor for museum visits is if families do not feel welcome or parents feel that their children disturb other people in museums. The Museum Card was expected to provide an own section for families on their website and application, where exhibitions and events targeted for families would be easy to find. Also, a Museum Card for Children was desired by the respondents.</p> <p>Based on the analysis I present five practical proposals for museums and the Museum Card to increase the attractiveness of museum visits for families and to turn families into regular museum visitors and holders of the Museum Card. In addition, this research has produced a set of basic knowledge on museum visits of families with children to support possible further research. Children and families are a significant and potential audience group for museums. Museums and culture sector in general should acknowledge this audience group as future museum visitors and culture enthusiasts.</p>	
<p>Keywords</p> <p>Families with children, Museums, The Museum Card, Audience Development, Accessibility, Learning in Museums</p>	
<p>This work has been checked in the plagiarism detection program Turnitin</p> <p>[7.11.2023 Toni-Matti Karjalainen]</p>	

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset	4
1.3	Tutkimuksen rakenne	6
2	Temaattinen viitekehys	8
2.1	Tutkimuksen teemoista	8
2.2	Yleisötyö	9
2.3	Saavutettavuus	12
2.4	Oppiminen museoissa	14
2.5	Museokortti ja museokäynnit	16
3	Aineistot ja menetelmät	19
3.1	Metodin valinnasta	19
3.2	Aineiston analyysi	22
4	Kyselyn tulokset	23
4.1	Taustatiedot	23
4.2	Museokäynnit	25
4.3	Museokäyntien vetovoimatekijät	28
4.3.1	Museoiden houkuttelevuus	28
4.3.2	Museokäyntejä lisäävät tekijät	30
4.4	Museokäyntejä vähentävät tekijät	33
4.5	Museokortin rooli	37
4.6	Tiedonsaanti museoista	40
5	Aineiston tulkinta	43
5.1	Yleisötyö ja näyttelyn merkitys museon vetovoimatekijänä ja museokäynnit	43
5.2	Yleisötyö ja osallistuvuus	46
5.3	Museoiden saavutettavuus ja esteettömyys	48
5.4	Oppiminen museoissa	60
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	62
6.1	Vastauksia tutkimuskysymyksiini	62
6.2	Toimenpide-ehdotuksia museoille ja Museokortille	68
6.3	Tutkimuksen merkitys ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita	73
	Lähteet	75
	Liitteet	81

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen taustaa

Hankin ensimmäisen Museokorttini vuonna 2015, kun esikoiseni syntyi. Olin menossa taidemuseoon ystäväni ja lastemme kanssa ja siellä kuulin ensimmäistä kertaa kortista, jolla pääsee suurimpaan osaan museoita yhdellä vuosimaksulla. Vanhempainvapaalla minulla oli enemmän aikaa käydä museoissa kuin aikaisemmin, joten kortti kuulosti todella hyvältä juuri minun tilanteeseeni. Lisäksi lapsen sisäänpääsy on useimpiin taidemuseoihin ilmainen. Siitä asti minulla on ollut Museokortti ja olen käyttänyt sitä ahkerasti perheeni kanssa museokäynteihin. Käyn usein myös ystäväni kanssa museoissa. Lasten kautta myös erityyppiset museot ovat tulleet tutuksi. Ensimmäinen lähtökohta tutkimukselleni oli Museokortti. Kortti käy lähes kaikissa museoissa, joissa olen käynyt ja se madaltaa kynnystä museoon lähtemiseen. Ajattelen, ettei ole välttämätöntä esimerkiksi kerralla käydä katsomassa kaikkia museon näyttelyitä, vaan voi käydä nopeastikin “kävelemässä läpi” kiinnostavimmat kohdat ja vain aistimassa tunnelmaa. Meidän perheessä Museokortti on tehnyt museoon lähtemisestä helpompaa. Museot ovat nykyään meille yksi arjen tekemisen vaihtoehtoista, sillä museokäynneistä tietyissä museoissa ei aiheudu kustannuksia meidän monilapsiselle perheellemme. Lapsiperheiden museokäynteihin liittyy olennaisesti kasvatuksellinen näkökulma. Museokäyntejä on tutkittu enemmän yksilön näkökulmasta ja perheiden käyntejä on tutkittu vähemmän. Haluan nimenomaan tutkia perheiden museokäyntejä, niiden vetovoimatekijöitä ja haasteita sekä kasvatuksellista näkökulmaa. Lapset ja perheet ovat merkittävä yleisöryhmä museoissa. Haluan selvittää, miten perheiden museokäyntejä voitaisiin tukea, ja miten museoiden lapsiystävällisyyteen kiinnitetään museoissa huomiota. Tavoitteenani on myös selvittää Museokortin roolia lapsiperheiden museokäynneissä ja voisiko kyseinen kortti olla tukena niissä.

Museokortti

Museokorttijärjestelmä otettiin käyttöön vuonna 2015. Museokortilla pääsee tällä hetkellä noin 370 museoon Suomessa (museot.fi. 2023). Museokortin omistaa Suomen Museoliitto ja sen toimintaa hoitaa FMA-Creations Oy (FMAC.fi).

Museokortti on ollut vetovoimainen tuote ja sillä on ollut suuri vaikutus museoiden kävijämääriin ja liikevaihtoon. Museokortti on tuottanut museoille museokortin käyttöönotosta lähtien yhteensä 65 miljoonaa euroa ja museokortin tuloista 75 prosenttia palautetaan museoille. Loput tuloista (25 prosenttia) käytetään museokorttijärjestelmän tuotekehitykseen, kuluihin ja museoiden markkinointiin. Tällä hetkellä (syyskuu 2023) noin 300 000 henkilöä omistaa Museokortin. (museot.fi, 2023.) Kesällä 2022 Museokortti rikkoi kaikkien aikojen ennätyksen, sillä toukokuusta elokuuhun museokäyntejä museokortilla oli 760 000 kertaa (museot.fi, 2022). Museokortista on tehty hyvin vähän akateemista tutkimusta ja aihe on siksi tärkeä. Lapsiperheiden näkökulman huomioivat tutkimus on tarpeen, sillä lapsiperheet ovat museoiden ja Museokortin näkökulmasta hyvinkin potentiaalinen kävijäryhmä. Taiteella on tutkittu olevan paljon hyviä vaikutuksia lasten kehitykseen, terveyteen ja tunnemaailmaan (Liikanen, (2009, s. 91-92). Museoiden kannalta on hyvin tärkeää saada lapsiasiakkaita, jotta heistä saadaan tulevaisuudessa museokävijöitä ja kulttuuriharrastajia. Kiinnostavaa on, kuinka moni museokortin omistava perheellinen henkilö ottaa lapset mukaan museoon ja kuinka moni käy museossa mieluummin yksin, ystävien tai puolisonsa kanssa tai on hankkinut museokortin juuri sen takia, että hänellä on pieniä lapsia.

Museon tarkoitus

Museolain 1 luvun 2 pykälän mukaan museoilla on vastuutehtävänä huolehtia kulttuuriperinnön, taiteen ja historian säilyttämisestä sekä tallentamisesta. Museoiden vastuuna on museolain mukaan välittää ja tällä tavoin edistää kulttuuriperinnön, taiteen ja luonnonperinnön siirtymistä seuraaville sukupolville. Forssellin ym. (2004, s.24) mukaan tämä vastuu toteutuu tutkimustoimintaa edistämällä, harjoittamalla opetustoimintaa sekä näyttelyiden kautta asettamalla esille kulttuuri- ja luonnonperintöön sekä taiteeseen liittyvää aineistoa. Museoilla on myös Forssellin ym. (2004, s. 24) ja museolain 2 pykälän mukaan yhteiskunnallinen rooli ja vastuu toimia yhteiskunnan ja yleisön kanssa vuorovaikutteisesti sekä edistää museoiden pedagogista ja yhteiskunnallista roolia. Saavutettavuus on museotoiminnassa tärkeää ja museoiden tuleekin huolehtia siitä, että museoiden toiminta ja näyttelyt ovat jokaiselle saavutettavissa (Forssell ym, 2004, s. 24). Vaikka museoiden perustehtävänä on välittäminen, tallentaminen ja säilyttäminen, usein ajatellaan, että

tämä perustehtävä suuntautuu pelkästään historiaan ja menneisiin tapahtumiin. Museoiden toiminnan ja perustehtävien tulisi ulottua myös historian ohella nykypäivän kiinnostaviin ja oman aikamme mielenkiintoisiin asioihin. (Forssell ym. s.26). Myös museot ovat osa jatkuvaa muutosta perustehtävästään huolimatta. Museoiden tulee entistä enemmän huomioida elämyksellisyys ja yleisötyö ja ottaa huomioon matkailijoiden ja kävijöiden tarpeet. Museot nähdään entistä enemmän vapaa-ajanviettopaikkoina ja tämä näkyy myös nykypäivän museoiden toiminnan kehittämisessä ja tavoitteiden asetannassa. (Forssell ym, 2004, s. 26.)

Lapset ja museot

Yhdistyneiden kansakuntien lasten sopimuksen artiklan 31 mukaan *“lapsella on oikeus lepoon ja vapaa-aikaan, hänen ikänsä mukaiseen leikkimiseen ja virkistystoimintaan sekä vapaaseen osallistumiseen kulttuurielämään ja taiteisiin.”* Tämän lisäksi YK:n lasten sopimuksen mukaan *“sopimusvaltiot kunnioittavat ja edistävät lapsen oikeutta osallistua kaikkeen kulttuuri- ja taide-elämään ja kannustavat sopivien ja yhtäläisten mahdollisuuksien tarjoamista kulttuuri-, taide-, virkistys- ja vapaa-ajantoimintoihin.”*

Museolain 1 luvun 2 pykälän mukaan museotoiminnan tarkoituksena on *“kulttuuri- ja luonnonperinnön sekä taiteen tallentaminen ja säilyttäminen; aineistoja ja muita sisältöjä koskevan tutkimuksen edistäminen ja hyödyntäminen; aineistojen ja tiedon saatavuuden, saavutettavuuden ja käytön edistäminen ja kulttuuri- ja luonnonperinnön sekä taiteen esittäminen ja elämysten tarjoaminen; yleisötyö, vuorovaikutus sekä opetuksen ja kasvatuksen edistäminen.”* Museolain yhtenä tavoitteena onkin *“edistää kulttuuri- ja luonnonperinnön sekä taiteen säilymistä tuleville sukupolville.”* Tämän edellä mainitun Museolaissa mainitun tavoitteen vuoksi lasten tulisikin olla museoiden tärkein yleisöryhmä. Sukupolvelta toiselle kulttuuri- ja luonnonperinnön siirtämisessä ja säilyttämisessä tarvitaan lapsiyhteisöä. (Kettunen, 2010, s.70.) Museot osallistuvat myös tulevaisuuden kulttuurin muokkaamiseen erityisesti lapsiyhteisönsä kautta. Lapsiyhteisön huomioiminen ja heille erilaisten sisältöjen luominen museoissa on tärkeää ja isossa osassa kulttuuriperinnön siirtymistä tuleville sukupolville. Museot myös kasvattavat itselleen tulevia yleisöjä.

Lapsena museossa kävijät käyvät hyvin todennäköisesti museossa myös aikuisena. (Kettunen, 2010, s. 70-72.) Liikasen mukaan taiteella on myös yhteisöllisiä merkityksiä. Taiteen avulla voidaan luoda uusia ystävyysuhteita mikä helpottaa oman paikan etsimistä yhteiskunnasta ja tukee oman elämän hallintaa. Usein lapsena aloitetut kulttuuriharrastukset tuovat yhteenkuuluvuudentunnetta ja kulttuuri säilyy läpi elämän harrastuneisuutena. (Liikanen, 2009, s. 92.) Liikasen (2009) mukaan olisi tärkeää huomata taito- ja taideaineiden merkitys lasten ja nuorten elämässä, sillä ne tukevat ja synnyttävät hyvinvointia.

Teoreettisena viitekehyksenä käytän pääasiallisesti teoriaa yleisötyöstä, saavutettavuudesta ja oppimisesta museoissa, sillä koen näiden teorioiden tukevan parhaiten tutkimuksen tavoitteita. Minua kiinnostaa tässä tutkimuksessa se, miten lapsiperheet saadaan sitoutettua museossa käymiseen ja miten yleisön rakennetta ja museoiden palveluita yleisön toiveiden mukaan voidaan kehittää. Lisäksi minua kiinnostaa lasten taidekasvatus, sen hyödyt lasten kehitykselle ja miten tärkeää olisi, että lapset saisivat ihan varhaislapsuudesta asti taidekokemuksia ja elämyksiä yhdessä perheen kanssa. Museoissa on myös tärkeää huomioida lapsiperheiden tarpeita saavutettavuusnäkökulmasta.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset

Tutkimuksen tavoitteena on kerätä ja luoda perustietoa lapsiperheiden museokäynneistä ja pohtia tapoja, millä saataisiin aktivoitua lapsiperheitä käymään museoissa ja Museokortin jatkuviksi käyttäjäiksi ja miten lapsiperheitä voitaisiin palvella paremmin. Tutkimuksessa selvitetään myös, mitkä asiat ovat lapsiperheille tärkeitä museokäynnillä. Lisäksi selvitetään, miten museoiden kysyntää lapsiperheiden keskuudessa saataisiin lisättyä ja minkälaisia käyntejä vähentäviä tekijöitä lapsiperheillä on museokäynneille. Tutkimuksessa selvitetään myös, miten museokortin avulla voitaisiin tukea lapsiperheiden museokäyntejä.

1. Mitkä ovat lapsiperheiden museokäyntejä luonnehtivat peruspiirteet suomalaisessa kontekstissa?

Tutkimus tuottaa perustietoa suomalaisten lapsiperheiden museokäynneistä. Tällaista perustietoa perheiden museokäynneistä ei ole juurikaan saatavilla. Tästä syystä tarvitaan tutkimus aiheesta.

2. Miten tukea lapsiperheiden museokäyntejä?

Selvitän kyselytutkimuksessani minkälaiset asiat houkuttelevat lapsiperheitä museoihin ja lisäävät lapsiperheiden halukkuutta museokäynneihin sekä minkälaisia asioita museo ja museon henkilöstö voi tehdä tukeakseen perheiden museokäyntejä.

3. Minkälaisia haasteita lapsiperheet kokevat museokäynneillä?

Mikä vähentää lapsiperheiden museokäyntejä? Voiko museo vaikuttaa näihin museokäyntejä estäviin tai vähentäviin tekijöihin. Onko museo kiinnittänyt huomiota museon lapsiystävällisyyteen?

4. Mikä rooli museokortilla on lapsiperheiden museokäynneissä?

Voiko Museokortti lisätä perheiden museokäyntejä? Onko Museokortin avulla mahdollista luoda lapsiystävällisiä palveluita.

Tutkimuksen rajaukset

Tutkimuksen lähtökohtana on ollut määrällinen kyselytutkimus. Kyselyssäni on kuitenkin myös laadullisia piirteitä eli avoimia kysymyksiä, joihin kyselyyn vastanneet henkilöt voivat kertoa vapaammin omista kokemuksistaan, ajatuksistaan ja toiveistaan kysymyksiin ja aihepiiriin liittyen. Kyselytutkimuksen valitsin sen vuoksi, että halusin saada mahdollisimman suuren otannan vastaajia vastaamaan kysymyksiin, sillä aihetta ei ole juurikaan tutkittu aikaisemmin ja perustiedon tuottaminen on edellytys syvemmälle laadulliselle analyysille. Tutkimuksen olen rajannut koskemaan lapsiperheitä, joilla on alle 10-vuotiaita lapsia. Päädyin tähän

rajaukseen, sillä halusin nimenomaan tutkia perheiden museokäyntejä. Yleisesti alle 10-vuotiaat lapset käyvät museoissa vanhempiensa tai sitten päiväkodin tai koulun kanssa, eivät yksin. Tutkimuksen ulkopuolelle olen rajannut syvemmän lapsiperheiden museokokemusten läpikäynnin, sillä tarkoituksena oli saada vähän tutkitusta aiheesta perustietoa. Kyselytutkimus lähetettiin museokortin asiakaskirjeen mukana helmikuussa 2023 ja siihen saatiin 325 vastausta. Kyselytutkimuksen kohdejoukkoon valikoituminen edellytti sitä, että vastaaja oli tilannut museokortin asiakaskirjeen, joten tutkimus on kohdistettu henkilöihin, joilla on tai on joskus ollut Museokortti.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Aloitin tutkimukseni johdannolla, jossa käyn lyhyesti läpi tutkimuksen taustaa, tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rakenteen. Ensimmäisen luvun tavoitteena on antaa lukijalle kuva tutkielman taustasta ja tavoitteista ja johdatella tutkittavaan aiheeseen. Toisessa kappaleessa käyn lyhyesti läpi tutkimuksen temaattista viitekehystä. Tutkimuksen pääteemat ovat yleisötyö museoissa, saavutettavuus, oppiminen museoissa ja Museokortti. Laadin tutkimuksen kyselyn edellä mainittujen teemojen ja omien kokemuksieni perusteella lapsiperheen äitinä. Toisessa luvussa tavoitteena on avata lukijalle mitä nämä edellä mainitut teemat tarkoittavat ja selventää tutkimusaiheeni. Kolmannessa luvussa tuon esiin miten olen kerännyt aineistoni, miten tutkimus on toteutettu ja miten olen analysoinut tutkimusaineistoni. Tämän kolmannen luvun tavoitteena on tuoda esiin valintani tutkimusmetodiin ja analysointiin liittyen ja selventää lukijalle miksi olen päätenyt käyttämäni tutkimusmetodiin, aineistoon ja aineiston analyysitapaan. Neljännessä luvussa olen raportoinut auki kyselytutkimuksen tulokset. Olen avannut kaikki tutkimuksen tavoitteen ja tutkimuskysymysten kannalta olennaiset vastaukset tähän lukuun ja havainnollistanut niitä kuvioden avulla. Tämän neljännen luvun tarkoituksena on havainnollistaa mahdollisimman selkeästi tutkimuskysymysten kannalta tärkeimmät vastaukset ja tulokset. Viidennessä luvussa analysoin tutkimuksen tuloksia valitsemieni teemojen kanssa vuoropuheluna. Viidennessä luvussa myös peilaan tutkimukseni tuloksia olemassa olevaan teoriaan ja ryhmittelen tulokset nousseiden teemojen mukaan. Tämän viidennen luvun tarkoituksena on

nostaa esiin tutkimuskysymysteni kannalta olennaisimmat asiat teemoittain ja luoda mahdollisimman selkeä kuva lukijalle tutkimukseni tuloksista. Viimeisessä eli kuudennessa luvussa esittelen tutkimukseni keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset. Kuudennessa luvussa esitän myös esiin nousseiden tulosten pohjalta ehdotuksia ja tukitoimia perheiden museokäyntien tukemiseen ja käyn läpi mahdollisia jatkotutkimusaiheita perheiden museokäynteihin liittyen.

2 Temaattinen viitekehys

2.1 Tutkimuksen teemoista

Suunnitellessani tutkielmaani lähdin siitä, että muotoilen ja toteutan ensimmäiseksi kyselyn. Olin miettinyt valmiiksi tutkimuskysymyksiäni mahdollisimman hyvin tukevat teemat, jotka ohjasivat kyselyn suunnittelua. Nämä teemat ovat yleisötyö, saavutettavuus, oppiminen museoissa ja Museokortti. Kolme ensimmäistä näistä ovat teoriapohjaisia teemoja. Neljäs teema, Museokortti, on käytännöllinen eri teoriapohjaiset teemat läpileikkaava näkökulma tutkimukseen. Kuvion 1 mukaisesti Museokortti esiintyy tässä tutkimuksessa muut teemat läpileikkaavana teemana. Kyselyn tekemiseen vaikutti myös omat kokemukset ison lapsiperheen äitinä ja perheellisenä museokävijänä. Muotoilin kyselylomakkeen teorian ja tutkimuksen pohjalta ja esittelin sen Museokortille. Lisäsimme lomakkeeseen muutamia Museokorttia erityisesti kiinnostavia kohtia esimerkiksi liittyen lapsiperheiden tiedonsaantiin ja kasvatimme monivalintavaihtoehtojen määrää kattamaan esimerkiksi Museokortin museopuuhaa tehtävät lapsille. Käyn näitä edellä mainittuja teemoja nyt yleisluontoisesti tässä luvussa läpi. Tulosten analyysissä pohdin kyselyn tuloksia vielä syvällisemmin rinnakkain tutkimuskysymyksiä tukevien teemojen kanssa. Ensimmäisenä käyn läpi yleisötyötä ja sen merkitystä perheille. Toiseksi käsittelen läpi saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyviä asioita. Kolmanneksi tarkastelen museoiden tehtävää pedagogisina laitoksina eli oppimista museoissa. Näiden kaikkien lisäksi Museokortti on ollut tutkimuksessani lähtökohtana ja tärkeänä työkaluna ja käyn myös siihen liittyviä asioita teemana läpi.

Kuvio 1. Tutkimuksen teemat



2.2 Yleisötyö

Museoiden perustehtävän mukaan museo on tarkoitettu meille jokaiselle. Tähän on Levannon (2004, s.52) mukaan museoissa uskottu ja tätä on tuotu museoissa esille museolaitosten varhaisista vuosista lähtien. Kuitenkin useiden vuosikymmenten aikana museoista tehtyjen kävijätutkimusten mukaan, museokävijöiden joukko on keskittynyt tiettyihin yleisöihin. Näitä yleisöjä ovat perinteisesti olleet samat ikäryhmät, samoista koulutus- ja yhteiskuntaluokista (Levanto, 2004, s.52.) Levanto (2004, s. 52) pohtii artikkelissaan, että syy voi löytyä museoista itsestään. Nyky maailmassa on vaikeaa kohdistaa toiminta suurelle yleisölle. Museoiden tulisi kirjoittajan mukaan suunnata toimintaansa monimuotoisemmin erilaisille ryhmille. Esimerkkinä kirjoittaja mainitsee, että museoissa tulisi pohtia, miten puhua lapsille, nuorille tai aikuisille museokävijöille, miten museossa ensi kertaa käyvälle tai paljon käyneelle tai miten huomioidaan vieraiden kulttuurien edustajat, matkailijat tai eri oppimistavat. Museoiden yleisötyössä olisi tärkeää huomioida monimuotoisuus ja useiden erilaisten ja erikokoisten yleisöjen tarpeet ja mielenkiinnon kohteet. Tämä kuitenkin vaatii paljon museolta ja museoiden on varmasti vaikeaa toteuttaa kaikkien yleisöjen toiveet samaan aikaan. (Levanto, 2004, s. 52.)

Kawashima (2000) on luokitellut kulttuurialan yleisötyypit neljään eri luokkaan. Nämä neljä yleisötyön (Audience Development) tyyppiä eivät ole toisiaan poissulkevia ja voivat olla osin päällekkäisiäkin. Yleisötyön tyypejä ovat kulttuurinen inklusio (Cultural Inclusion), laajennettu markkinointi (Extended Marketing), maun kehittäminen (Taste Cultivation) ja yleisön kasvatustyö (Audience Education). Kaksi ensimmäistä tyyppiä keskittyvät enemmän uuden yleisön hankkimiseen ja kaksi viimeistä jo olemassa olevaan yleisöryhmään. Ensimmäinen näistä eli kulttuurinen inklusio kohdistuu asiakasryhmään, joka epätodennäköisimmin hyödyntää kulttuuripalveluita tai osallistuu kulttuuritapahtumiin. Tästä esimerkkinä ovat pienituloiset tai erilaisiin etnisiin ryhmiin kuuluvat henkilöt. Kawashima (2000) ehdottaa keinona tämän ryhmän yleisötyöhön esimerkiksi kyseisen yleisöryhmän luo menemisen. Tällä tavoin on mahdollista saada madallettua kulttuuriin osallistumisen kynnystä. Laajennettu markkinointi kohdistuu yleisöryhmiin, jotka ovat potentiaalisia kävijöitä ja

kiinnostuneita taiteesta sekä kulttuurista, mutta jotka eivät jostain syystä vielä hyödynnä kulttuuripalveluita. Keinoina voidaan käyttää markkinoinnin keinoja, kuten erityisalennuksia. Kolmas tyyppi, maun kehittäminen, kohdistuu jo olemassa olevaan asiakasryhmään. Tarkoituksena on laajentaa olemassa olevan asiakasryhmän kulttuurimakua. Esimerkkinä tästä, klassisen musiikin konserteissa kävijöille voidaan tarjota kokemuksia visuaalisten taiteiden tai nykymusiikin parista. Viimeinen yleisötyön tyyppi, yleisön kasvatustyö, kohdistuu myös jo olemassa olevaan yleisöön ja keskittyy siihen kulttuurinmuotoon, mitä he kuluttavat parhaillaan. Yleisön kokemuksia parantamalla ja syventämällä kyseinen yleisö voi hyödyntää useammin kyseistä kulttuurinmuotoa. Keinoina tähän voivat olla esimerkiksi ymmärrystä lisäävät ennen tai jälkeen esitystä järjestettävät keskustelutilaisuudet. (Kawashima, 2000, s. 8-10.) Tässä tutkimuksessa keskitytään olemassa oleviin yleisöihin ja museoalaan. Olen rajannut tutkimuksen ulkopuolelle kulttuurin ei-osallistujat.

Heikkilän (2015) mukaan aktiivinen osallistuminen kulttuuritapahtumiin ja kuluttamiseen yleensä yhdistyy korkeaan koulutustasoon, hyvään tulotasoon, sosiaaliseen käyttäytymiseen, pitkään elinikään ja hyvään terveystilaan. Kulttuuriin passiivisesti suhtautuvien henkilöiden osalta asia ei ole niin selkeä. Tämä pätee myös toisinpäin, kulttuuriin passiivisesti suhtautuvat henkilöt ovat yleensä heikommassa asemassa elämässään kuin kulttuuria aktiivisesti hyödyntävät henkilöt. Kulttuuriin osallistumattomien ryhmää ei tunneta niin hyvin kuin kulttuuria aktiivisesti hyödyntävien henkilöiden ryhmää. Heikkilän kvalitatiivisen aineiston mukaan henkilöiden sosiaalisella statuksella ja kulttuurin osallistumisella on vahva yhteys. Kyseisestä aineistosta kävi ilmi, että kulttuurin kuluttaminen mielletään usein ylimääräiseksi tekemiseksi, jota tehdään, kun elämäntilanne ja taloudellinen asema sen sallii. Kulttuuria aktiivisesti hyödyntävillä henkilöillä oli haastatteluaineiston mukaan perhetilanne, talous ja sosiaalinen asema kunnossa. Aineiston mukaan hyvin harvoin henkilöt, jotka eivät osallistu kulttuurin kuluttamiseen ovat sitä mieltä, etteivät ollenkaan halua osallistua kulttuurin kuluttamiseen, vaan usein taustalla on muita syitä kuten välimatkat, kulttuuriharrastusten hinta, henkilön taloudellinen tilanne tai se ettei perinteinen korkeakulttuuri puhuttele kyseisiä henkilöitä. Korkeakulttuuria tuetaan kirjoittajan mukaan Suomessa kaikista eniten julkisin varoin ja sitä kuluttavat myös eniten hyvätuloiset henkilöt. (Heikkilä, 2015.) Helsingin

sanomien jutussa *sivistyksen hinta* (2023) on haastateltu taloustieteilijöitä Sixten Korkman ja Niku Määttästä. He keskustelevat jutussa kulttuurin rahoittamisesta ja kulttuurin rahoittamisen perustelusta ja miten usein kulttuurin rahoittamista perustellaan väärällä tavalla julkisuudessa. Kulttuurilla voi olla monia positiivisia hyötyjä ympäristöön, vaikka se ei läheskään aina ole tuottavaa tai hyödyllistä. Yksi tapa Määttäsän mukaan perustella kulttuurin rahoitusta julkisin varoin olisi se, että kulttuuripalvelut usein tuottavat ympärilleen uudenlaista ja kiinnostavaa kulttuuria, jolla on muita positiivisia heijastusvaikutuksia. Perheiden ja erityisesti lasten näkökulmasta kulttuuria tulee kuluttaa, jotta siitä oppii nauttimaan ja ymmärtämään. Tässä tulee esiin oppimisnäkökulma ja se, että jos on pienestä lapsesta asti käynyt esimerkiksi museoissa, konserteissa tai osallistunut taiteen tekemiseen, todennäköisesti oppii hyödyntämään ja nauttimaan siitä jatkossakin aikuisiällä. (Vuori, 2023.)

Kulttuuripalveluita hyödyntää erilaisten käyttäjätutkimusten perusteella tietynlainen ryhmä ihmisiä. Yleisesti on ajateltu keski-ikäisen naisen olevan niin sanottu ”*perusmuseokävijä*”. (Levanto, 2004, s. 132.) Levanto (2004) käy artikkelissa läpi Timo Cantellin käyttämää termiä ”*Bobo*” kulttuuripalveluiden käyttäjistä. Tämä termi perustuu David Brooks ja Richard Floridan määritelmään kulttuurin käyttäjästä, joka on risteytys porvaria eli ylempään yhteiskuntaluokkaan kuuluvaa henkilöä, jolla on varaa kulttuuriharrastuksiin ja toisaalta boheemia, millä he tarkoittavat sitä, että hän panostaa itseensä ja saattaa harrastaa erikoisia tai epäsovinnaisiakin asioita. Suomessa Cantell kertoo näiden kulttuuripalveluita harrastavien *bobojen* asuvan Helsingissä tietyillä alueilla kuten Punavuorella, Töölössä tai Kalliossa ja näiltä seuduilta löytyy suuri osa kulttuuripalveluita hyödyntävistä ihmisistä. (Levanto, 2004, s. 132-133.) Levanto viittaa artikkelissaan Bourdieun ja Darbelin klassikkoteokseen *L’amour de l’art* (1966). Edellä mainittu teos perustuu käyttäjätutkimuksiin, joista käy ilmi, että samaan aikaan kun toiset tuntevat kuuluvansa museoon ja tuntevat olonsa kotoisaksi niin toiset ihmiset tuntevat olonsa samassa ympäristössä alempiarvoiseksi ja etteivät he kuulu museoon. Bourdieun mukaan tämä liittyy identiteettiin eri yhteiskuntaluokissa. Kulttuurinen oppiminen alkaa kehittyä jo varhaisessa lapsuudessa ja koulutuksen kautta. (Levanto, 2004, s. 132-133.) Lindholmin (2011) mukaan taidemuseon kävijöissä on tyypillistä naisenemmistö.

Myös yliopistotukinnon suorittaneet ovat taidemuseoissa usein hyvin edustettuina ja noin 50-66% taidemuseossa kävijöistä on yliopistotutkinto (Lindholm, 2011).

Lapset muodostavat oman erityisen ryhmän museokävijöiden joukossa. Levannon (2004, s. 60) mukaan lapset ovat suurin yksittäisten museokävijöiden ryhmä. Lapset harvoin tulevat museoon omasta päätöksestään, vaan he tulevat museoon osana esimerkiksi koulun tai päivähoiton retkeä tai perheensä kanssa. Lasten kokemusmaailma ei ole vielä kovin laaja, joten heidän voi olla vaikeaa käsittää, miten museossa olevat esineet tai taideteokset päätyvät museoon ja minkä takia ne ovat siellä. Lapset eivät välttämättä tiedä mikä museo on ja miten museossa ollaan. Harva museo on suunnitellut näyttelyitä erityisesti lapsiystävällisyyden näkökulmasta. Esimerkiksi tekstien, kylttien, satujen tai tarinoiden avulla olisi mahdollista tehdä museonäyttelyä lapsiystävällisemmäksi ja helpommaksi lähestyä. (Levanto, 2004, s. 60.) Hooper-Greenhill viittaa teoksessaan Middletonin vuonna 1991 tekemään tutkimukseen, jonka mukaan perheet ovat hyvin merkittävä ja kasvava yleisöryhmä museoille. Hooper-Greenhillin (1994) mukaan samanlaista kasvumateriaalia on vaikeaa löytää muista ikäryhmistä, kun mietitään museoiden yleisötyötä. Museoiden olisikin näin ollen tärkeää huomioida perheet yleisötyössä, näyttelyiden rakentamisessa, tapahtumissa, palveluissa ja muutenkin pitää perheen mahdollisia tarpeita mielessä. (Hooper Greenhill, 1994, s.15.) Hooper-Greenhill on tutkinut paljon perheitä museoissa, ja kappaleessa viisi käyn tarkemmin läpi tuloksia yleisötyöhön ja muihin teemoihin liittyen vuoropuheluna muun muassa Hooper-Greenhillin teorioiden kanssa.

2.3 Saavutettavuus

Kulttuuria kaikille palvelun tarkoitus on tukea valtakunnallisesti kulttuuritoimijoita, saavutettavuuden yhdenvertaisuuden ja moninaisuuden saralla. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry 2023a). Kulttuuria kaikille palvelun mukaisesti moninaisuuden ja ihmisten yksilöllisten tarpeiden huomioiminen on tärkeää, jotta kaikilla olisi yhdenvertaiset mahdollisuudet nauttia ja osallistua kulttuuripalveluihin. Saavutettavuuden huomioiminen lisää yhdenvertaisuutta kulttuurialalla.

(Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta 2023e.) Yhdenvertaisuuden ja saavutettavuuden taustalla on yhteiskunnassa inklusiivinen ajattelumalli, jossa jokaista ihmistä arvostetaan ja nähdään juuri sellaisena osallistujana kuin hän on. Erilaisuutta arvostetaan ja se nähdään kyvykkyytenä ei heikkoutena. Inklusiivisessa yhteiskunnassa palvelut suunnitellaan kaikille sopiviksi erilaisuus ja moninaisuus huomioiden. Suomessa inklusiivisuus on otettu yhteiskunnan palveluissa laaja-alaisesti arvopohjana käyttöön, muun muassa perusopetuksessa tämä näkyy vahvasti. (Kuitu, 2020, s. 7.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön tukeman kulttuuria kaikille palvelu on laatinut tarkistuslistan ja ohjeistuksen museoiden saavutettavuuden ja moninaisuuden osalta. Tarkistuslistan tavoitteena on saada museoista mahdollisimman viihtyisiä ja merkityksellisiä paikkoja kaikille. Langinauerin ym. (2021) mukaan museoiden saavutettavuuden ja moninaisuuden tarkistuslistan mukaan museoiden saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että museon strategisessa työssä ja näyttelyiden suunnittelussa otetaan huomioon saavutettavuuteen liittyvät asiat. Tämän lisäksi museoiden hinnoittelun tulee olla sellaista, että jokaisella on mahdollista osallistua, museon tilat ovat esteettömiä, museon viestintä on saavutettavissa kaikille, museon henkilökunta kohtelee asiakkaita yhdenvertaisesti, avoimesti ja ystävällisesti sekä museossa on miellyttävää asioida, museoissa on tarjolla eri kielivaihtoehtoja ja muutenkin näyttelyiden ymmärtämisen esteitä pyritään poistamaan erilaisilla tavoilla oppia. Esteettömyys on oppaan mukaan fyysinen osa saavutettavuutta ja esteettömyyden avulla museoissa mahdollisimman monien on helppoa liikkua ja havainnoida asioita. (Langinauer, ym. 2001.)

Kulttuuria kaikille palvelu määrittelee saavutettavuuden pienistä osista muodostuvana isona kokonaisuutena. Kulttuuria kaikille palvelu on määritellyt saavutettavuuden muodostuvan seuraavista osa-alueista: *“suunnittelu ja budjetointi, viestinnän saavutettavuus, sosiaalinen saavutettavuus, hinnoittelu, rakennetun ympäristön esteettömyys, saavutettavuus eri aistien avulla, ymmärtämisen tukeminen ja alueellinen saavutettavuus.”* (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta 2023e.) Saavutettavuuteen huomiota kiinnittävä kulttuuripalveluja tarjoava yhteisö ottaa

saavutettavuuteen liittyvät osa-alueet huomioon omassa strategiatyössään ja toimintansa suunnittelussa. Saavutettavuudesta viestiminen on tärkeää, jotta erilaiset ihmiset saavat tiedon tavalla, joka on heille saavutettavissa. Asiakaspalvelussa tulisi kiinnittää huomiota siihen, että jokaisella on tervetullut olo ja että asiakaspalvelu on yhdenvertaista. Hinnoittelun tulee olla sellaista, että mahdollisimman monella on mahdollisuus osallistua erilaisiin kulttuuripalveluihin, esimerkiksi porrastamalla sisäänpääsymaksuja ja maksuttomia päiviä tai tapahtumia järjestämällä. Toimintaympäristön tulisi olla esteetön ja rakennuksissa tulisi pystyä liikkumaan esimerkiksi erilaisten apuvälineiden tai lastenvaunujen kanssa. Ihmisten erilaiset oppimistavat tulee ottaa saavutettavassa toiminnassa huomioon ja esteitä ymmärtämiselle tulisi poistaa, esimerkiksi eri kielivaihtoehdoilla. Alueellisessa saavutettavuudessa tulisi ottaa huomioon pääseekö kulttuuripalveluita hyödyntämään julkisilla kulkuvälineillä ja onko välimatka lähimpiin kulttuuripalveluihin kohtuullinen ja mikä on välimatka lähimpään museoon tai kirjastoon. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta 2023e.)

2.4 Oppiminen museoissa

Kasvatustyö on yksi museoiden perustehtävistä museolain mukaan. Museolaissa tuodaan yhtenä museon tarkoituksena esiin museon opetustehtävä yhdessä yleisötyön ja vuorovaikutuksen edistämisen kanssa. Museoissa ja näyttelyissä oppiminen on osa käyntikokemusta ja ne ovat oppimisympäristöjä. Nykypäivänä puhutaan enemmänkin oppimisesta museoissa kuin museopedagogiikasta, sillä oppiminen lähtee kävijästä itsestään, hänen kokemuksistaan ja tunteistaan. (Levanto, 2004, s. 56.)

Levannon ja Pettersonin (2004) mukaan Ateneumin kävijäluettelossa on merkintöjä lapsiryhmistä vuodelta 1893. Vuonna 1960-luvulla taidekasvatuksesta alettiin puhua kiivaammin ja ajatus siitä, että taide kuuluu jokaiselle, nousi kattavaksi teemaksi ja lapset tulivat osaksi museota uudella tavalla. Museoihin alettiin tuomaan palveluita lapsille ja museoiden lapsiystävällisyyttä parannettiin. Museoihin tuotiin lapsille omia tiloja askartelua ja piirtämistä varten, lukunurkkauksia sekä lapsille suunnattuja tapahtumia. Ateneumissa toteutettiin vuonna 1971 lapsille suunnattu näyttely, jossa 4-10 vuotiaista lapsista koostuva ryhmä pääsi valitsemaan suosikkitaideoksiaan ja

myös samalla kartoitettiin taideteokset, jotka olivat vähiten lasten mieleen. Tämä näyttely ei kuitenkaan saanut hyvää vastaanottoa, se koettiin tylsäksi ja ilottomaksi. Seuraavana vuonna Ateneumissa järjestettiin jälleen lapsille suunnattua iloisempaa ohjelmaa ja näyttely saavutti lasten suosion. (Levanto ja Pettersson, 2004. s. 29.)

Suomessa museoita on lukumääräisesti paljon, mutta museot ovat kooltaan pienempiä kuin monessa muussa Euroopan maassa, ja näin ollen suomi ei ole kärkimaiden joukossa museo-opetukseen liittyen. Suomessa on aloitettu opetustoiminnan kehittäminen museoissa myöhemmin kuin muissa maissa kuten esimerkiksi museopedagogiikan kärkimaissa Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa. Näissä edelläkävijämaissa opetusyksiköitä on museoiden yhteydessä ja opetuksella on museotoiminnassa merkittävä rooli. Lapset ja nuoret ovat tulevaisuuden museokävijöitä ja vastuussa myös kulttuuriperinnöstämme. Tämän vuoksi tärkeänä tavoitteena on nähty koulujen ja museoiden yhteistyö. Tätä ei kuitenkaan ole osattu perusopetuksessa hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla. Museoiden rooli oppimisympäristönä on merkittävä lapsille ja nuorille ja heidän olisi hyödyllistä oppia käyttämään hyväksi näitä tiedonvälittämiseen ja taiteeseen erikoistuneita laitoksia. (Elo ym. 2004, s. 17-18.) Opettajien kasvatustieteellinen asiantuntemus ja museoiden asiantuntijuus itse kulttuuri- ja luonnonperintöön liittyen voi yhdistyessään luoda merkityksellisyyttä opetukseen lapsille ja nuorille. Opettajien ja museohenkilökunnan roolit vaihtelevat ja opetusta voidaan järjestää hyvin monella tavalla yhdestä opintokäynnistä koko lukuvuoden kestäviin projekteihin museoissa. Opetuksen järjestäminen museoissa voi olla myös saavutettavuuskysymys kouluissa. Museoiden tulee olla auki sellaisina aikoina, että opetusta on mahdollista järjestää ja sisäänpääsyn tulisi olla lapsille ja nuorille maksutonta. Kouluilla menee kustannuksia museoon matkustamisessa ja täten museoiden ja koulujen tulisi yhdessä työskennellä rahoituksen järjestämiseksi ja päättäjien vakuuttamiseksi asian tärkeydestä ja rahoituksen saamisesta. (Elo ym. 2004, s. 18-19.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön (2018) museopoliittisen ohjelman tavoitteena vuodelle 2030 museossa oppimiselle on luoda museoista oppimisympäristö, mikä inspiroi osallistujiaan. Museoiden tulisi tuntea kävijänsä ja hankkia heistä tietoa, jotta

museot pystyvät aidosti ymmärtämään kävijöiden tarpeita ja jalostamaan heille tietoa. Museoilla on laajat tehtävät kulttuuriperinnöstä tiedon välittämiseen. Museoiden tulisi erityisesti painottaa lasten ja nuorten osallistumista museoiden toimintaan ja heidän kulttuurisen osaamisensa vahvistamista. Museoiden tulisi yhdessä lasten ja nuorten kanssa suunnitella sisältöjä ja toimintaa tätä kulttuurista osaamista tukemaan. Tavoitteena vuodelle 2030 on myös se, että museot toimivat oppimisen mahdollistajina myös oppilaitosten tukena. Museoista on saatavilla oppijoiden tueksi asiantuntijuutta ja erilaisia sisältöjä mutta museot pyrkivät siihen, että jokainen osaa ajatella itse kriittisesti eikä valmiita vastauksia ole saatavilla. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2018, s.15.)

2.5 Museokortti ja museokäynnit

Taloustutkimuksen “*Miksi museoon*” (Holm ym. 2017) kyselytutkimuksessa on tutkittu suomalaisten näkemyksiä museoista. Selvityksen mukaan 60 prosenttia suomalaisesta aikuisväestöstä käy ainakin kerran vuodessa museossa ja 15 prosenttia ei käy museoissa ollenkaan. Useimmin museoissa käyvät naiset, museoharrastajat ja Museokortin omistavat henkilöt. Yli 12 prosenttia väestöstä käy museoissa enemmän kuin viisi kertaa vuodessa. Museokortin omaavat henkilöt käyvät eniten taidemuseoissa. Selvityksen mukaan Suomessa on edelleen paljon potentiaalisia museonkävijöitä, sillä Suomessa käydään museoissa vähemmän kuin esimerkiksi Ruotsissa, missä museoissa käydään puolet enemmän kuin Suomessa. Selvityksen mukaan Museokortti on lisännyt kävijämääriä museoissa. Myös Museokortin syyskuussa 2023 julkaistun tiedotteen mukaan 300 000 henkilöllä on Museokortti. Museokortti on kolminkertaistanut museokortin haltijoiden museokäynnit ja Museokortilla maksettuja museokäyntejä on kortin käyttöönotosta alkaen ollut yhteensä 10 miljoonaa kertaa (museot.fi, 2023). Taloustutkimuksen selvityksessä oli myös tutkittu asioita mitkä saisivat ihmisiä käymään museossa. Eniten kannatusta sai museoiden kiinnostavampi tarjonta, museoiden tarjonta ja tieto museoista tulisi olla paremmin saatavilla, museoiden hinta ja oman tutkimuksen kannalta merkityksellisin asia oli se, että museoissa olisi lapsille kiinnostavampaa ohjelmaa ja tarjontaa. Lapsiperheet käyvät selvityksen mukaan enemmän tekniikan ja luonnontieteen

museoissa, joten taidemuseoissa olisi vielä paljon potentiaalia, kun mietitään lapsiperheitä yleisönä. (Holm ym. 2017.)

Aalto Yliopiston Nordic Institute of Science-ajatushautomo tutki vuonna 2019 Museokortin vaikutuksia museoiden kävijämääriin ja museoiden toiminnan kehittämistä kuluttajien näkökulmasta. Tutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä kuluttajille, joilla oli Museokortti ja joilla ei ollut Museokorttia. Vastaajat jaettiin kolmeen ryhmään. Ensimmäisellä ryhmällä oli Museokortti, toisessa ryhmässä olevat vastaajat olivat joskus omistaneet Museokortin ja kolmannessa ryhmässä vastaajat eivät olleet koskaan omistaneet Museokorttia. Kaikkien edellä mainittujen ryhmien osalta koettiin, että museot olivat parantaneet laatuaan erityisesti näyttelyiden ja kokoelmien kiinnostavuuden osalta vuosina 2016-2019. Lisäksi tutkittiin kysyntää vähentäviä tekijöitä ja niitä oli Museokortin omaavilla henkilöillä erityisesti näyttelyiden kiinnostavuus, heikko saavutettavuus ja vapaa-ajan puute. Lisäksi mainittiin heikentävinä tekijöinä myös lapsiystävällisyys sekä asuinpaikan museoiden lukumäärä. Kahden muun ryhmän osalta mainittiin myös muun muassa näyttelyiden kiinnostavuus, elämäntilanne ja saavutettavuus. Museokortti lisäsi myös merkittävästi museokäyntejä. Henkilöt, joilla oli Museokortti arvioivat museokäyntiensä laskevan noin kolmanneksen, jos heillä ei olisi Museokorttia käytössä. Lisäksi henkilöt, joilla oli Museokortti, arvioivat käyvänsä yli viisi kertaa enemmän museoissa kuin henkilöt, joilla ei ole Museokorttia. Tutkimuksen mukaan myös muiden ryhmien osalta Museokortti vaikuttaisi positiivisesti museokäyntien määrään. (Museokorttitutkimus 2019.)

Teemat aineiston analyysia ohjaavana viitekehyksenä

Edellä mainitut teemat yleisötyö, saavutettavuus, oppiminen museoissa ja Museokortti toimivat lähtökohtina kyselytutkimukselleni ja aineiston analyysille. Teemat on valittu niin, että ne tukisivat mahdollisimman hyvin tutkimuskysymyksiäni ja tutkimuksen tavoitteita. Yleisötyö ja saavutettavuus ovat lisäksi vakiintuneita taiteen johtamisen teorioita. Tutkimuskysymyksen ja tutkimuslomakkeen kysymykset on muotoiltu teemoihin sopiviksi. Olen jättänyt tilaa teemojen ulkopuolisten asioiden

nousemiseen esiin tutkimusaineistossa avointen kysymysten muodossa siten, että vastaajat ovat voineet vapaasti vastata omien kokemustensa perusteella.

3 Aineistot ja menetelmät

3.1 Metodien valinnasta

Tutkimusmetodiksi olen valinnut kuvailevan kyselytutkimuksen, jossa tuotetaan perustietoa lapsiperheiden museokäynneistä ja niihin liittyvistä vetovoimatekijöistä ja käyntejä vähentävistä tekijöistä. Koen, että tätä metodia käyttämällä saan mahdollisimman laajalla otannalla vastauksia tutkimuskysymyksiini. Tutkimuksen tekemiseen on käytetty määrällisiä ja laadullisia menetelmiä ja aineiston analysoinnissa käytän laadullista sisällönanalyysiä ja keskustelua aiemman teoreettisen tiedon kanssa. Tämä tutkimus asettuu luontevasti kuvailevaksi, koska aihepiiristä on hyvin vähän tutkittua tietoa. Olisin voinut hyvin käyttää myös haastattelututkimusta ja tarkoituksena olikin, että jos en saa tarpeeksi kattavaa aineistoa enkä vastauksia avoimiin kysymyksiin voisin tehdä vielä muutaman haastattelun. Aineisto oli tarpeeksi kattava ja vastaajia oli yli odotusteni, joten tutkimukseni perustuu kyselyaineistoon.

Hirsjärven ym. (2003) mukaan kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen eroista on käyty paljon keskusteltua. Kirjoittajien mukaan ne tulisi nähdä toisiaan täydentäviksi suuntauksiksi eikä niitä tulisi kovin tarkasti erottaa toisiaan. Niitä voidaan käyttää rinnakkain ja toisiaan tukevinä suuntauksina. Esimerkiksi tyypillisesti määrällisenä tutkimuksena pidettävää kyselytutkimusta voidaan käyttää esivaiheena laadullisena tutkimuksena miellelyille haastatteluille. (Hirsjärvi ym. 2003.)

Hirsjärven ym. (2003, s.125) mukaan kyselytutkimuksessa (Survey-tutkimus) on kyse siitä, että ryhmältä ihmisiä kerätään tietoa tietyssä vakioidussa muodossa. Tyypillisesti kyselytutkimuksessa käytetään joko kyselylomaketta tai sitten strukturoitua haastattelua. Kyselytutkimuksen tavoitteena on usein erilaisten ilmiöiden selittäminen, kuvaaminen tai vertailu keskenään. (Hirsjärvi, 2003, s. 125). Kyselytutkimukselle ominaista on, että kysely lähetetään suurelle joukolle, joten tutkimuksella ei voida pyrkiä tutkimaan henkilöitä yksityiskohtaisesti, vaan heitä

käsitellään osana ryhmää. (Raunio, 1999, s. 195). Hirsjärven ym. (2003, s. 130) mukaan kuvailevan tutkimuksen tarkoituksena on kuvata täsmällisesti tilanteita, tapahtumia tai henkilöitä ja tuoda ilmiöistä esiin keskeisiä ja merkityksellisiä piirteitä tutkittavan asian kannalta. Töttön (2000, s. 75) mukaan kuvailevalla tutkimuksella pyritään tuottamaan perustietoa vastaamaan kysymyksiin mitä ja miten paljon.

Tuomen & Sarajärven (2002, s. 73) mukaan kyselytutkimus voidaan nähdä joko laadullisen tai määrällisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä. Aineiston keruussa olen käyttänyt kyselyä. Olen laatinut tutkimuskyselyt tutkimusasetelman pohjalta yhteistyössä Museokortin kanssa. Tuomen ja Sarajärven (2002, s. 73) mukaan kyselyä käytetään usein, jos tutkimusasetelma on formaali ja strukturoitu, jos taas tutkimusasetelma on vapaampi, käytetään esimerkiksi havainnointia tai keskustelua. Koen, että tutkimusasetelmani on formaali ja haluan saada vastaukset tiettyihin kysymyksiin laajalla otannalla. Aihetta ei ole tästä näkökulmasta tutkittu aiemmin, joten kysely sopii tähän kyseiseen tutkimukseen parhaiten. Kyseessä oli yleisötutkimus ja tarkoituksena oli saada laaja otos lapsiperheitä vastaamaan kyselyyn. Kyselylomakkeessa oli sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Halusin antaa kyselytutkimuksessa mahdollisuuden myös muille vaihtoehdoille. Avoimista kysymyksistä voi saada arvokasta tietoa, kun kaikki vaihtoehdot eivät ole vielä tiedossa. Vilkan (2005) mukaan jos kaikki vastausvaihtoehdot eivät vielä ole tutkijan tiedossa, niin avoimilla kysymyksillä on mahdollista selvittää niitä. Kyselytutkimus toteutettiin anonyymisti.

Ronkaisen & Karjalaisen (2008, s. 21) mukaan kyselytutkimus mielletään usein määrälliseksi tutkimukseksi. Kyselytutkimuksessa on kuitenkin mahdollista käyttää laadullisia kyselytapoja kuten monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Niinpä omassa tutkimuksessani on sekä määrällisiä, että laadullisia piirteitä. Olen käyttänyt kyselyssäni monivalintakysymyksiä. Olen kuitenkin halunnut jättää vastaajille mahdollisuuden kertoa vastauksessaan myös jonkin muun vaihtoehdon ja kuudessa kysymyksessä onkin *jokin muu mikä* vastausvaihtoehtona. Kyselyä suunnitellessani en ajatellut tekeväni tiukkaa määrällistä tutkimusta enkä suunnitellut kysymyksiä siten, että niitä voitaisiin analysoida vertailemalla matemaattisia malleja vaan halusin

saada selville laadullisia asioita kuten ihmisten kokemuksia ja ajatuksia museokäynneistä lasten kanssa.

Tein tutkimuksen yhteistyössä Museokortin kanssa. Kyselytutkimus julkaistiin heidän sähköpostitse lähetettävässä asiakaskirjeessään. Kysely lähetettiin kaikille Museokortin asiakaskirjeen tilanneille henkilöille ja se suunnattiin lapsiperheille, joissa on alle 10-vuotiaita lapsia. Mielestäni kyselytutkimus on järkevä tapa tutkia seikkoja minkä vuoksi lapsiperheet käyvät museoissa ja mitkä asiat taas vähentävät museokäyntejä. Tällöin saadaan laaja joukko vastaajia ja luotettavampi tulos, kuin vain muutamaa lapsiperhettä haastatteleamalla. Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä kuudessa kysymyksessä. Tutkimukseen vastasi 325 henkilöä, joten koen, että onnistuin saamaan laajan tutkimusaineiston. Laadin kyselylomakkeen ensin itse ja muotoilin kysymykset tutkimukseen valitsemieni teemojen ja oman kokemukseni pohjalta. Tämän jälkeen kävimme lomaketta läpi Museokortin henkilöstön kanssa ja muokkasimme sitä soveltuvien osien. Kyselyn laatimisessa minua auttoi se, että olen lasten kanssa aktiivinen museoissa kävijä. Tärkeää oli, että kysymykset vastaisivat mahdollisimman hyvin tutkimusasetelmaani ja että kyselyyn olisi myös helppoa vastata. Kyselylomakkeessa kysyttiin laajasti tutkimuksen teemoihin liittyvistä asioista. Tavoitteena oli tuottaa perustietoa vähän tutkitusta asiasta. Lomakkeen ja sitä kautta teemojen ulkopuolisia havaintoja oli mahdollista saada avointen kysymysten kautta.

Tutkimusmetodin haasteena oli se, ettei kyselytutkimuksella voida tutkia kovin syvällisesti vastaajien kokemuksia. Tällaiseen syvempään kokemukselliseen tarkasteluun voisi sopia paremmin esimerkiksi laadullinen haastattelututkimus. Tutkimuksen tarkoituksena olikin saada laajempi kuva perheiden museokäynneistä, ja perustietoa siitä miten lapsiperheet kokevat museokäynnit, mitkä seikat lisäävät käyntejä ja mitkä taas vähentävät tai jopa estävät niitä. Koska kysely julkaistiin museokortin asiakaskirjeessä, voidaan vastaajajoukkoa pitää jossain määrin homogeenisenä. Suurimmalla osalla Museokortin asiakaskirjeen tilanneista on Museokortti tai on joskus ollut Museokortti, eli he ovat useimmiten tottuneita museokävijöitä. Tässä tutkimuksessa ei tavoiteta museoiden ei-kävijöitä.

Tutkimuksessa on tutkittu museokävijöiden ja potentiaalisten museokävijöiden näkemyksiä museokäynneistä perheen kanssa.

3.2 Aineiston analyysi

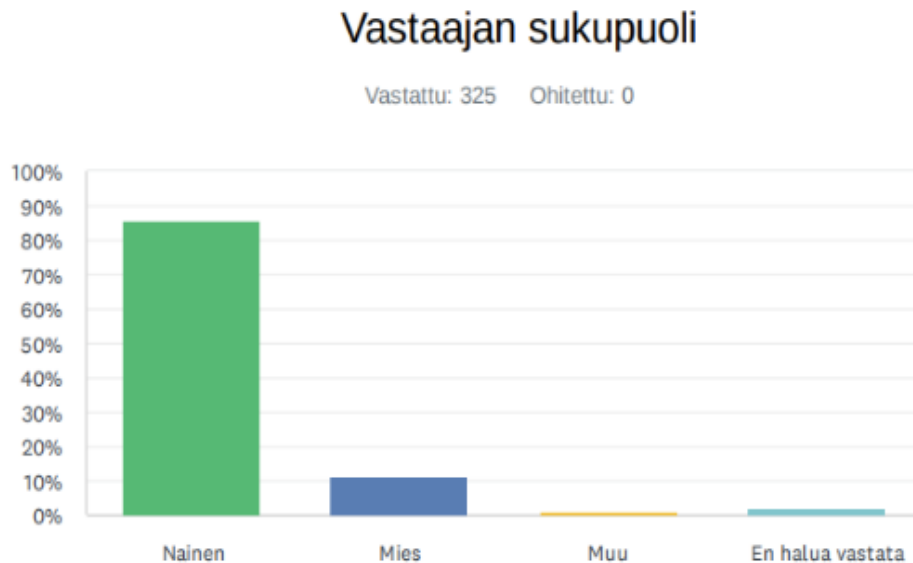
Olen valinnut analyysimenetelmäksi aineistolähtöisen sisällönanalyysin. Tuomen & Sarajärven (2002) mukaan aineiston analyysiä voidaan tehdä joko aineistolähtöisesti tai teorialähtöisesti. Analyysin avulla tutkittavasta ilmiöstä pyritään luomaan selkeä ja tiivistetty kuvaus ja tuomaan aineistosta esille olennaiset seikat (Tuomi & Sarajärvi 2002, s. 110). Tuomen & Sarajärven (2002) mukaan aineistolähtöinen sisällönanalyysi koostuu kolmesta eri vaiheesta. Ensimmäinen vaihe on pelkistäminen. Tässä vaiheessa aineistosta kaivetaan esiin olennaiset seikat ja epäolennainen aines karsitaan pois. Toisessa vaiheessa aineistoa ryhmitellään ja aineistosta voidaan esimerkiksi etsiä samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Kolmannessa vaiheessa aineistosta erotetaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja tästä tiedosta pyritään muodostamaan uusia teoreettisia käsitteitä. Tässä vaiheessa muodostetaan yleiskuvaus tutkittavasta asiasta. (Tuomi & Sarajärvi, 2002.) Mielestäni aineistolähtöinen sisällönanalyysi sopii myös tähän tutkimukseen. Aion analysoida laadullisesti aineistoa ja tärkeintä on tuoda esiin tutkimusasetelman kannalta olennaiset seikat. Aiempaa tutkimusta aiheesta on hyvin vähän, joten sen vuoksi aineistolähtöinen analyysi on sopiva analysointimalli tutkimukseeni. Analysoin tutkimuksen tuloksia tutkimuksen teemojen kautta. Aineiston teemat valikoin tutkimukseen niin, että ne vastaavat mahdollisimman kattavasti tutkimuskysymyksiini. Tutkimuksen tuloksia analysoin vuoropuheluna tutkimuksen teemojen ja teorian kanssa. Jätän myös tilaa teemojen ulkopuolisille asioille, mitä voi nousta vastaajien avoimista vastauksista.

4 Kyselyn tulokset

4.1 Taustatiedot

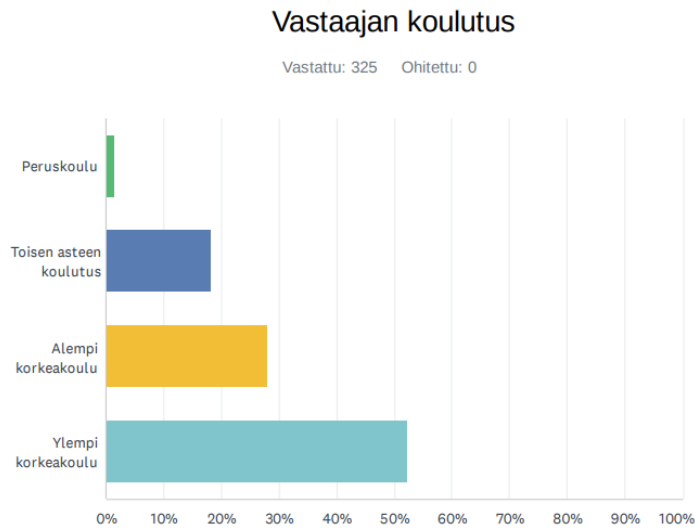
Otoksen kokoa suhteessa koko potentiaalisten vastaajien joukkoon on vaikeaa arvioida, sillä tiedossa ei ole kuinka paljon Museokortin haltijoista on lapsiperheellisiä ja minkä ikäisiä lapsia heillä on. Kyselyyn pyydettiin vastauksia perheiltä, joilla on alle 10-vuotiaita lapsia. Odotin itse pienempää vastaajamäärää, mutta kyselyyn vastasi 325 henkilöä. Kuviossa 2 esitetään vastaajien sukupuolten jakauma. Vastaajista 86 prosenttia oli naisia, 11 prosenttia miehiä ja muita 1 prosenttia. Sukupuolensa jätti kertomatta 2 prosenttia vastaajista. Kyselyssä oli mahdollista jättää avoin vastaus kuuteen eri kysymykseen. Yhteensä avoimia vastauksia jätettiin 120 kappaletta. Käyn seuraavaksi yksityiskohtaisemmin tuloksia läpi.

Kuvio 2. Vastaajan sukupuoli



Vastaajien koulutustaso oli korkea. Kuvion 3 mukaisesti ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita vastanneista oli 52 prosenttia, alemman korkeakoulututkinnon suorittaneita 28 prosenttia, toisen asteen koulutuksen käyneitä 18 prosenttia ja peruskoulun 2 prosenttia. Korkeakoulututkinnon suorittaneita oli siis yhteensä 80 prosenttia.

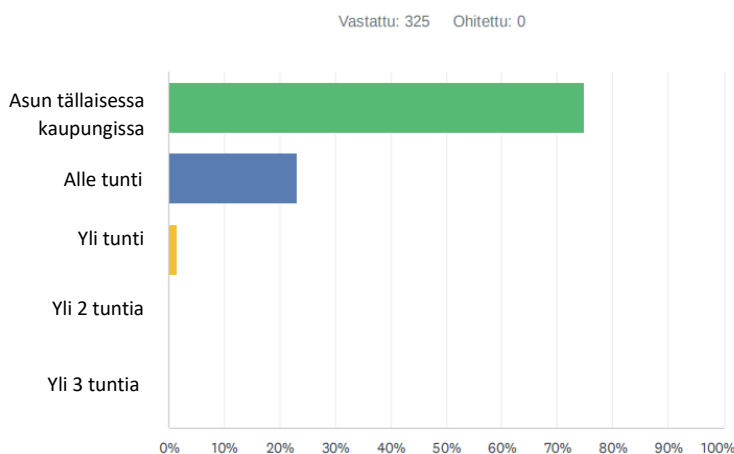
Kuvio 3. Vastaajan koulutustaso



Kuvio 4 esittää, että vastanneista suurin osa, noin 75 prosenttia, asuu kaupungissa, jossa on useimpia Museokortti-kohteita. Alle tunnin päässä kaupungista, jossa on useampia Museokortti-kohteita, asui 23 prosenttia. Yli tunnin päässä Museokortti-kohteista asui 1,5 prosenttia, yli 2 tunnin päässä 0,3 prosenttia ja yli kolmen tunnin päässä 0,3 prosenttia vastaajista. Matkustusaika pyydettiin arvioimaan vastaajan useimmiten käyttämällä matkustustavalla.

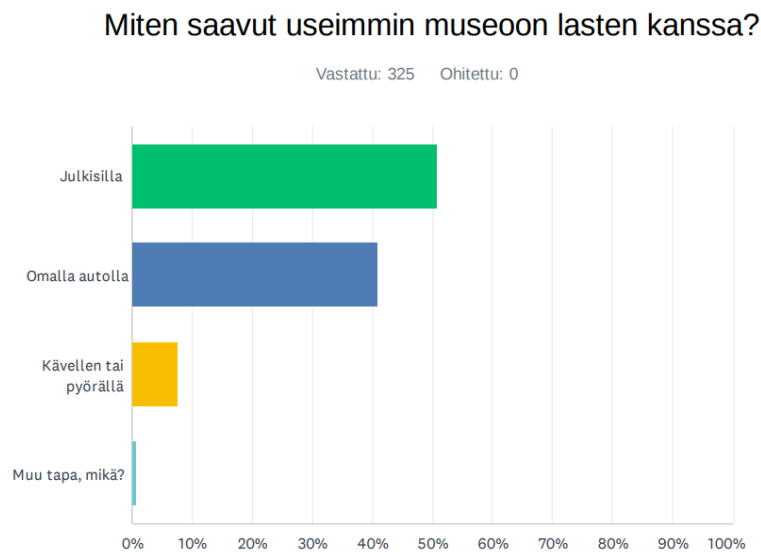
Kuvio 4. Matkustusaika Museokorttikohteeseen

Matkustusaika lähimpään kaupunkiin, jossa on useampia Museokortti-kohteita. Arvioi matkustusaika useimmin käyttämälläsi matkustustavalla.



Kuvion 5 mukaan yli puolet eli 51 prosenttia vastanneista ilmoitti saapuvansa julkisilla kulkuvälineillä museoon lasten kanssa. Omalla autolla lasten kanssa museoon saapui 41 prosenttia ja kävellen tai pyörällä 8 prosenttia sekä muulla tavalla 0,6 prosenttia. Tähän kohtaan oli mahdollista jättää myös avoin vastaus ja niitä tuli 2 kappaletta. Avoimien vastauksien perusteella museoon saavuttiin omalla autolla, henkilöauton kyydillä ja julkisilla.

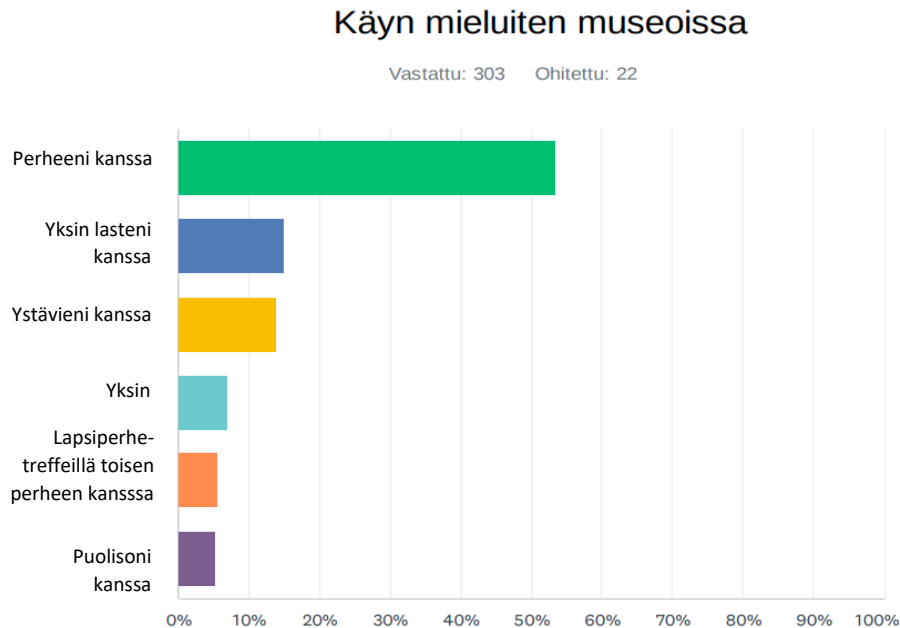
Kuvio 5. Saapuminen museoon lasten kanssa



4.2 Museokäynnit

Kuvio 6 esittää kenen kanssa vastaajat kävivät museoissa. Yli puolet (53 prosenttia) vastaajista kävi museoissa eniten oman perheen kanssa. Yksin lasten kanssa museoissa kävi 15 prosenttia, eli huomattavasti pienempi määrä kuin koko perheen kanssa. Ystävien kanssa museoissa kävi 14 prosenttia vastaajista. Yksin museoissa kävijöitä oli 7 prosenttia ja yhdessä puolison kanssa vain 5 prosenttia kyselyyn vastanneista. Lapsiperhetreffeillä toisen perheen kanssa vastaajista kävi 6 prosenttia.

Kuvio 6. Kenen kanssa museoissa käydään

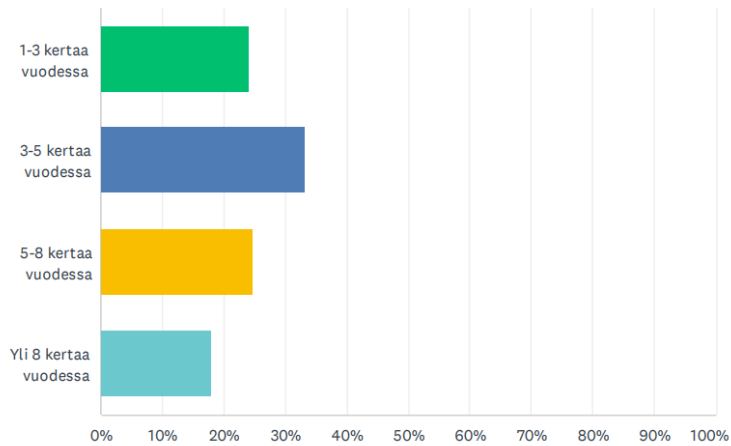


Kuvion 7 mukaan kyselyyn vastanneista 24 prosenttia käy lasten kanssa museoissa vuodessa 1-3 kertaa, 33 prosenttia käy 3-5 kertaa, 25 prosenttia käy 5-8 kertaa ja yli 8 kertaa vuodessa lasten kanssa museoissa käy 18 prosenttia. Yleisin museoissa käyntimäärä lasten kanssa kyselyyn vastanneista on siis 3-5 kertaa vuodessa. Tämän lisäksi kyselyssä selvitettiin kuinka usein museoissa käydään ilman lapsia (Kuvio 8). Yleisin vastausmäärä oli 1-3 kertaa vuodessa, kun 57 prosenttia vastaajista oli valinnut tämän vastausvaihtoehdon. Toiseksi eniten eli 23 prosenttia vastauksia saanut museokäyntien määrä ilman lapsia oli 3-5 kertaa vuodessa. Selkeästi pienempi osuus vastaajista eli 10 prosenttia kävi museoissa ilman lapsia 5-8 kertaa ja 9 prosenttia kävi museoissa ilman lapsia yli 8 kertaa vuodessa.

Kuvio 7. Museokäyntien lukumäärä

Kuinka usein käyt (alle 10 vuotiaiden) lastesi kanssa museossa?

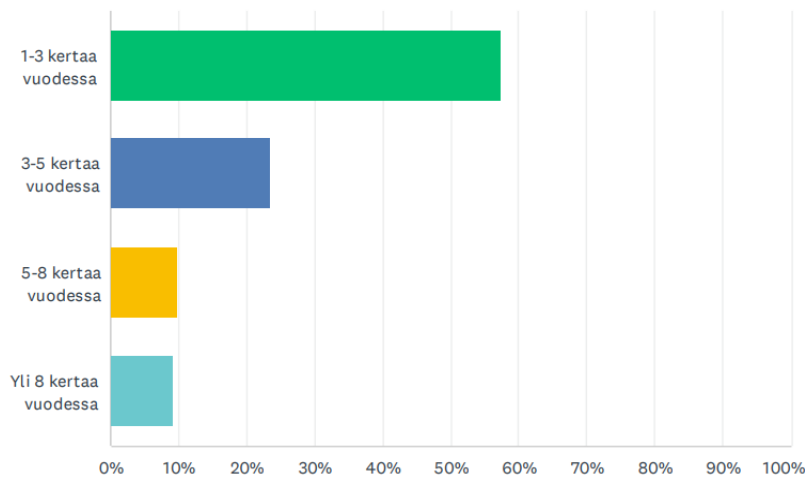
Vastattu: 303 Ohitettu: 22



Kuvio 8. Museokäynnit ilman lapsia

Kuinka usein käyt museossa ilman lapsia?

Vastattu: 303 Ohitettu: 22

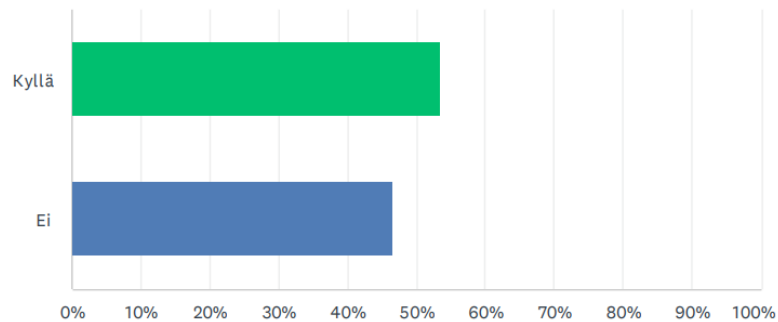


Kuvio 9:n mukaan vastaajista 53 prosenttia hankki museokortin nimenomaan siksi, että haluaa käydä lasten kanssa museossa. Loput 47 prosenttia vastanneista ovat hankkineet museokortin muista syistä. Kuten edellä on huomattu, kyselyyn vastanneet kävivät myös museoissa ilman lapsia, vähemmän kuitenkin kuin lasten kanssa.

Kuvio 9. Museokortin hankinnan motivaatio ja lapset

Hankin Museokorttini nimenomaan siksi, että haluan käydä museossa lasteni kanssa.

Vastattu: 303 Ohitettu: 22



4.3 Museokäyntien vetovoimatekijät

4.3.1 Museoiden houkuttelevuus

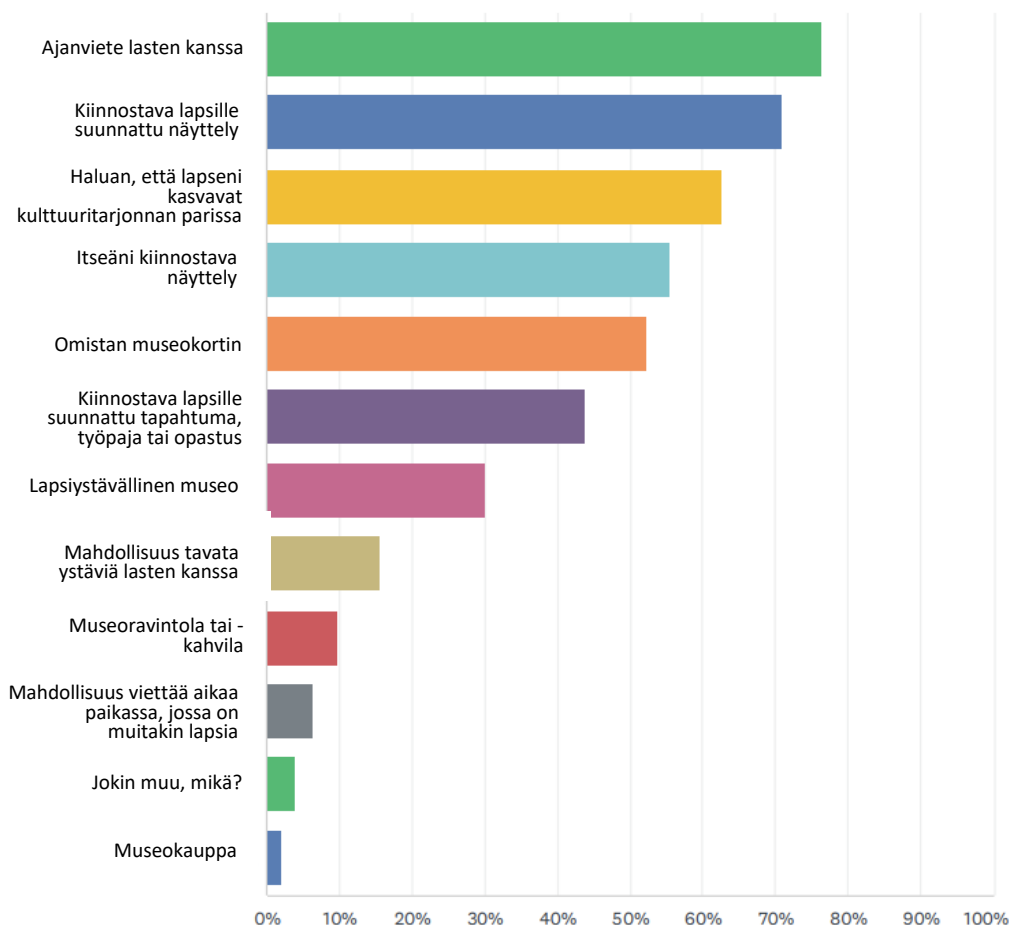
Kuvio 10 kuvaa museon houkuttelevuutta lisääviä tekijöitä lapsiperhekohteryhmässä. Vastajia pyydettiin valitsemaan listasta 3-5 tärkeintä tekijää, jotka houkuttelevat käymään museossa lasten kanssa. Vastausvaihtoehdoista suosituin oli ajanviete lasten kanssa, jonka valitsi 76 prosenttia vastaajista. Kiinnostava lapsille suunnattu näyttely sai toiseksi eniten vastauksia eli 71 prosenttia ja kolmanneksi eniten valintoja sai *“haluan, että lapseni kasvavat kulttuuritarjonnan parissa”*, kun 63 prosenttia vastaajista valitsi tämän taidekasvatusnäkökulman. Yli puolet eli 55 prosenttia vastaajista valitsivat menevänsä museoon lasten kanssa itseään kiinnostavan näyttelyn vuoksi. Museokortin omistajuus houkutteli 52 prosenttia vastaajista lasten kanssa museoon. Kiinnostavan lapsille suunnatun tapahtuman, työpajan tai opastuksen valitsi vastaajista 44 prosenttia. Museon lapsiystävällisyys eli hyvät lastenhoitotilat, mahdollisuus ruoan lämmitykseen ja paikka omien eväiden syömiseen oli vaihtoehdoista seitsemänneksi yleisin (30 prosenttia vastaajista). Mahdollisuus tavata ystäviä museossa sai vastauksia 16 prosenttia ja mahdollisuus viettää aikaa paikassa, jossa on muitakin lapsia vain 6 prosenttia. Näin ollen näyttelyn sisällölliset asiat olivat korkeammalla sijalla kuin

sosiaaliset tapaamiset. Museoravintolan osuus lasten kanssa museoon menemisen houkuttelevuudesta oli 10 prosenttia ja museokaupan vain 2 prosenttia.

Kuvio 10. Houkuttelevat tekijät

Valitse 3-5 tärkeintä tekijää, jotka houkuttelevat museoon lasten kanssa:

Vastattu: 316 Ohitettu: 9



Avoimia vastauksia oli jätetty tähän joku muu mikä kohtaan noin 4% eli 12 kappaletta. Avoimista vastauksista toivottiin muun muassa lapsiystävällisiä tiloja museoon. Lapsiystävällisyydellä tarkoitettiin asioita, joita lapset voivat kosketella ja kokeilla ja ettei tarvitsisi olla koko ajan kieltämässä lapsia. Tähän liittyviä vastauksia oli seuraavia:

“Lapsiystävällinen näyttelytila, ei tarvitse koko ajan olla kieltämässä, on asioita joita saa koskea ja muut ei heti saatavilla”.

“Lapsiystävällisyyteen lisään lapsille tekemistä ja mahdollisimman vähän kieltämistä.”

“Museo, jossa lapset voivat kosketella paljon museossa esineitä esim. Heureka”.

Näiden edellä mainittujen lisäksi toivottiin näyttelyiden sisältöihin lapsia kiinnostavia asioita ja aiheita:

“Museon näyttely joka sopii myös lapsille / kiinnostaa lapsia.”

“Ei tarvitse olla erikseen lapsille suunnattu näyttely, vaan lapsia kiinnostava aihe. Ei pidä aliarvioida lapsia, heitä kiinnostaa kyllä ihan normaalitkin näyttelyt.”

4.3.2 Museokäyntejä lisäävät tekijät

Kyselyssä pyydettiin valitsemaan myös 3-5 asiaa, jotka lisäävät halukkuutta käydä museossa lasten kanssa (Kuvio 11). Korkeimman vastausprosentin sai lapsia kiinnostava näyttely 70 prosentin osuudella. Toiseksi eniten vastauksia sai tunne siitä, että lapset ovat tervetulleita museoon 52 prosentin osuudella. Ajanviete lasten kanssa (47 prosenttia) nähtiin olevan kolmanneksi tärkein asia lisäämään halukkuutta käydä lasten kanssa museossa. Neljännellä sijalla (47 prosenttia) vastaajat vastasivat itseään kiinnostavan näyttelyn lisäävän kiinnostusta käydä museoissa lasten kanssa. Museoissa lapsille jaettavat puuhatehtävät lisäsivät merkittävästi (40 prosenttia) lapsiperheiden kiinnostusta museoita kohtaan ja museon tarjoama ohjattu tekeminen lapsille oli kyselyssä yhdeksännellä sijalla (25 prosenttia). Itsenäisesti lapsille suunnattu tekeminen oli siis korkeammalla sijalla (sijalla seitsemän) kuin lapsille suunnattu ohjattu tekeminen. Näyttelyn vuorovaikutteisuus lisäsi lapsiperheiden osalta museon kiinnostusta 34 prosentilla ja museon kasvatuksellinen näkökulma, eli se, että museo tarjoaa työkaluja lasten kulttuurikasvatukseen, oli 28 prosenttia vastanneista jättänyt vastauksen. Museoiden hyvien aukioloaikojen vaikutus kyselyssä oli 24 prosenttia. Usein museot aukeavat perheiden näkökulmasta myöhään, aikaisintaan klo: 10 ja menevät aikaisin kiinni. Lapsiperheille voi tuottaa haasteita, jos museo aukeaa liian myöhään, varsinkin jos perheessä on päiväunia nukkuvia lapsia. Avoimissa vastauksissa oli todettu, että museot voisivat avautua jo klo: 9.00 aamulla lapsiperheitä ajatellen. Mahdollisuus tavata ystäviä museossa lasten kanssa lisäsi

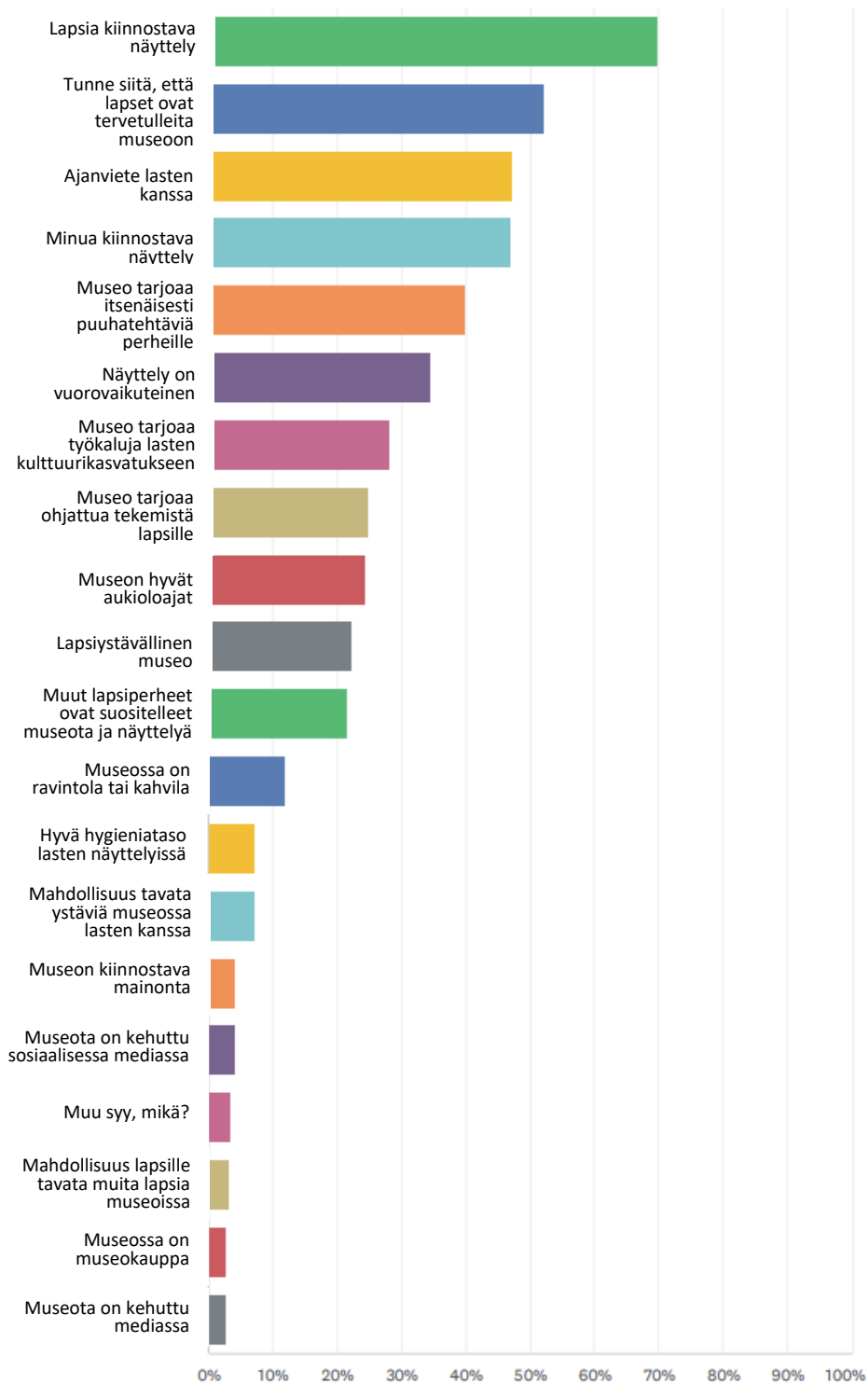
kiinnostusta 7 prosentin osalta vastaajissa ja mahdollisuus omille lapsille tavata muita lapsia museoissa lisäsi kiinnostusta vain 3 prosentin osalta.

Museon sisällölliset asiat ovat tässäkin kysymyksessä korkeammalla sijalla kuin esimerkiksi museon lapsiystävällisyys (22 prosenttia), museon ravintolan tai kahvilan olemassaolo (12 prosenttia) tai museokaupan olemassaolo (3 prosenttia). Museoiden kiinnostavuutta lisäsi se, että muut lapsiperheet olivat suositelleet museoita ja näyttelyä (22 prosenttia). Merkittävästi lapsiperheiden kiinnostukseen museoita kohtaan ei vaikuttanut se, että museota oli keuhuttu sosiaalisessa mediassa (4 prosenttia), kiinnostava mainonta (4 prosenttia) tai se, että museota on keuhuttu mediassa (3 prosenttia). Hyvän hygieniataso oli saanut vastauksia 7 prosenttia. Tästä huomaa, että koronaviruspandemia alkaa ihmisten mielissä väistyä.

Kuvio 11. Museokäyntien halukkuutta lasten kanssa lisäävät asiat

Mitkä ovat 3-5 keskeisintä asiaa, jotka lisäävät halukkuuttasi käydä museossa lasten kanssa?

Vastattu: 316 Ohitettu: 9



Avoimia vastauksia oli jätetty lapsiperheiden museokäyntien halukkuutta lisäävien tekijöiden osalta 11 kappaletta. Lapsiperheiden museokäyntejä lisäävänä tekijänä ehdotettiin avoimissa vastauksissa lapsille suunnattua Museokorttia. Yksi vastaaja vastasi seuraavasti:

“Jos museokortilla museoon pääsisi myös kortin omistajan alle 10-vuotias lapsi! Nyt tuntuu turhautavalta maksaa lastenlipusta ja Museokortista, jolloin hinta on periaatteessa kalliimpi kuin perhelippu”.

Lisäävänä tekijänä nähtiin myös avoimen vastauksen mukaan se, että vanhemmilla olisi etukäteen tieto näyttelyn soveltuvuudesta lapsille. Museoissa käynnin lisäävänä tekijänä nähtiin myös museoiden edullinen hinta.

4.4 Museokäyntejä vähentävät tekijät

Vastaajia pyydettiin valitsemaan 3-5 museokäyntejä lasten kanssa eniten vähentävää tekijää, jotka esitellään kuviossa 12. Suurimpana vähentävänä tekijänä nähtiin pääsylippujen hinta (41 prosenttia). Museokortin hinta on liian korkea, näki museokäyntejä vähentäväksi tekijäksi vain 9 prosenttia vastanneista.

Toiseksi merkittävimpänä museokäyntejä vähentävänä syynä 40 prosenttia vastanneista näki sen, ettei näyttely ole kiinnostava. Kolmantena museokäyntejä vähentävänä tekijänä 37 prosenttia vastanneista oli valinnut vastausvaihtoehdon: *tunne siitä, että lapset eivät ole tervetulleita museoon, että lapset häiritsevät muiden museokäyntiä.* Tämä on kiinnostavaa ja merkittävä asia. Jälkikäteen ajateltuna olisin jakanut tämän kahdeksi eri kohdaksi, sillä nyt jää epäselväksi, onko vastaajilla tunne, etteivät lapset ole tervetulleita museoon. Johtuuko tämä esimerkiksi museon henkilökunnasta tai siitä ettei lapsiperheitä ole tarpeeksi huomioitu museossa vai ovatko vastaajat vastanneet tähän kysymykseen näin, koska heillä on tunne, että muut museokävijät häiriintyvät lapsiperheistä museokäynnillään. Taustakysymyksissä suurin osa vastaajista asui kaupungissa, jossa oli useita museoita ja yli puolet kulkivat julkisilla kulkuvälineillä museoon. Vastanneista 32 prosenttia oli kuitenkin vastannut,

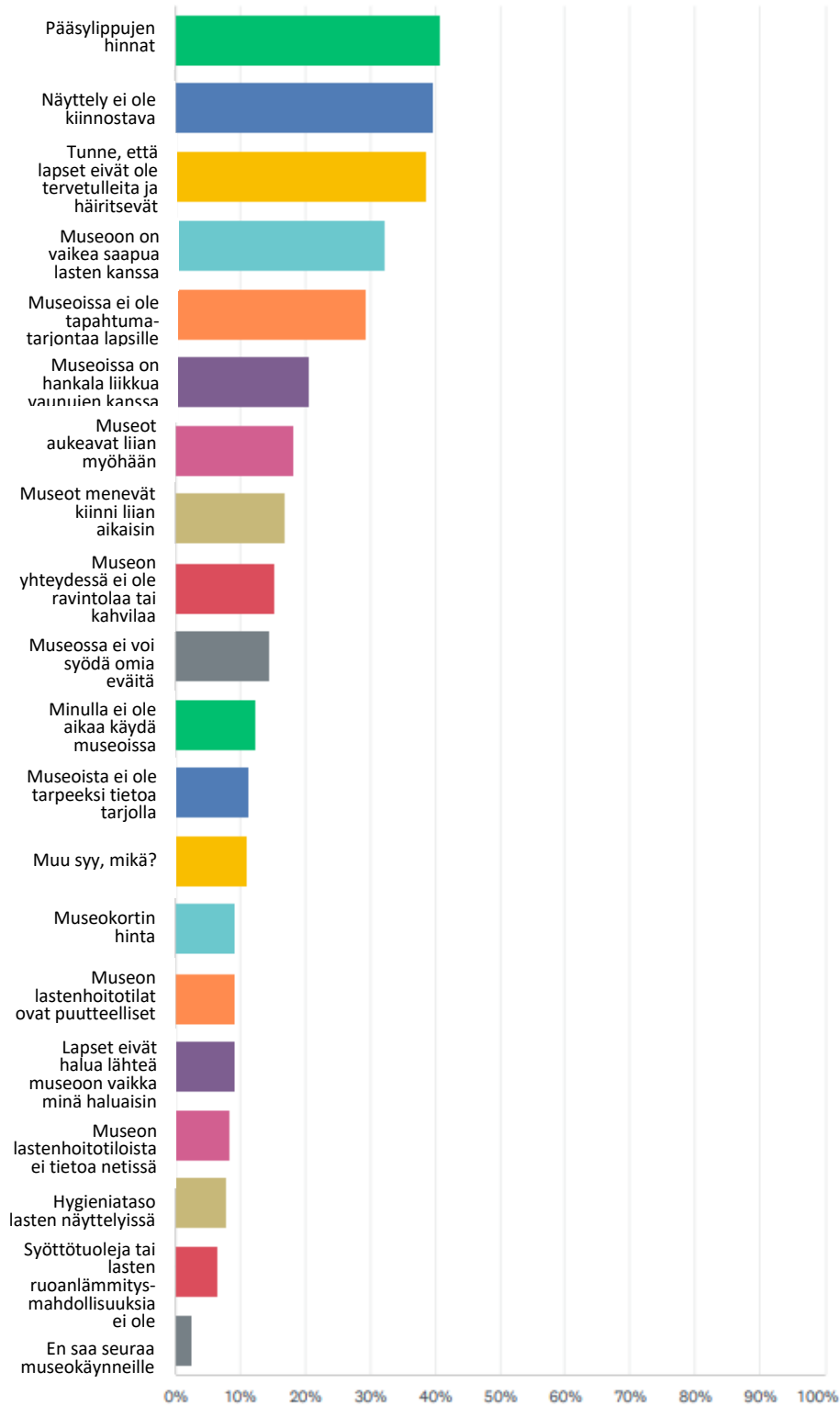
että museoon on vaikeaa saapua lasten kanssa. Museoissa käyntiä vähentävänä tekijänä 29 prosenttia vastanneista näki myös sen ettei museoissa ole tapahtumatarjontaa lapsille. Museoissa myös koettiin olevan vaikeaa liikkua vaunujen kanssa (21 prosenttia). Myös aukioloajat mainittiin tässä kysymyksessä. Museot aukeavat liian myöhään 18 prosenttia vastanneiden mielestä ja menevät kiinni liian aikaisin 17 prosenttia vastanneiden mukaan. Myös avoimissa vastuksissa nähtiin hankalana museoiden aukioloajat ja se, että museot ovat suljettuna maanantaisin.

Museoiden ravintolapalveluiden puuttuminen (15 prosenttia), omien eväiden syöntipaikan puuttuminen, (15 prosenttia), lastenhoitotilojen puutteellisuus (9 prosenttia), syöttötuolien ja ruoanlämmitysmahdollisuuksien puuttuminen (6 prosenttia) vaikuttivat myös vähentävästi lapsiperheiden museokäynteihin. Ajanpuute vaikutti 12 prosentin osalta tähän asiaan. Vastanneista 11 prosenttia oli sitä mieltä, että museosta ei ole tarpeeksi tietoa tarjolla eikä 8 prosentin mielestä museoiden lastenhoitotiloista löydy tietoa netistä. Vastanneista 9 prosentin mukaan lapset eivät halua lähteä museoon, vaikka he itse haluaisivat. Hygieniataso lasten näyttelyissä vaikutti vähentävästi museokäynteihin 8 prosentin vastanneista mielestä. Ainoastaan 3 prosenttia vastasi lasten museokäyntejä vähentäväksi tekijäksi sen, ettei saa seurata museokäynneille lasten kanssa.

Kuvio 12. Museokäyntejä lasten kanssa vähentävät tekijät

Valitse 3-5 sinun mielestäsi tärkeintä tekijää, jotka kohdallasi vähentävät museokäyntejä lasten kanssa.

Vastattu: 316 Ohitettu: 9



Kohtaan *muu syy, mikä* oli 35 vastaajaa jättänyt avoimen vastauksen. Museon matala lapsiystävällisyys nousi esiin avoimissa vastauksissa. Vastaajat kokivat, että jos lapsille ei ole museoissa tilaa tai näyttelyä, jossa voivat kosketella asioita niin tämä vähentää heidän halukkuuttaan käydä lasten kanssa museoissa. Vastauksista voi tulkita, sen että asiat mitkä lisäävät vanhempien stressiä vähentävät lasten kanssa museokäyntejä. Vanhemmat toivovat saavansa museokäynneistä rentoa yhdessäoloa lasten kanssa, eikä kiireisen lapsiperhearjen lisärasitusta. Vastaajat kertoivat muun muassa näin:

“Ei ole lapsille toiminnallista tilaa eli on hyvä olla pieniä puuhapaikkoja lapsille tai jotain mihin saa luvalla koskea. Esim. Joissakin on erillinen leikki-tila tai jossain huoneessa pieni teemaan sopiva lelu/puuhapiste. Tällöin lapset jaksavat myös katsella niitä osia joihin ei saa koskea.”

Avoimissa vastauksissa tuli ilmi se, että museokäyntejä vähentää, jos museoissa joutuu koko ajan kieltämään lasta eikä lapsille ole museoissa tekemistä eikä mihinkään saa koskea:

“Jos pientä lasta ei voi päästää ryömimään/konttaamaan/kävelemään vapaasti koska esineet voivat mennä rikki.”

“Täytyy pelätä että lapset rikkovat jotain. Parasta on jos asiat, joihin ei saa koskea, on hyvin suojattu.”

Avoimissa vastauksissa nousi myös esiin näyttelyiden soveltuvuus lapsille:

“Näyttelyissä olisi hyvä olla ikäsuositukset (ei ikärajoja mutta museoammattilaisen arvio sopivasta ikähaitarista / varoitus mahdollisesti ei lapsille sopivista teoksista). Miksei myös tukea tällaisten pohtimiseen yhdessä lapsen kanssa. Käymme lapsen kanssa paljon museoissa ja joskus jotkut teokset ovat olleet pelottavia.”

“Näyttely ei ole sovelias lapsille. Kovat äänet, ahdistavat ja pelottavat teokset.”

Avoimissa vastauksissa toivottiin siis ikäsuosituksia lapsille museoiden näyttelyistä. Näyttelyt voivat joskus olla järkyttäviä ja niissä voi olla erilaisia pelottavia tekijöitä lapsille kuten esimerkiksi kovia ääniä tai välkkyviä valoja. Vastauksissa todettiin myös, että museoissa on mahdotonta estää lapsia näkemästä teoksia, jotka eivät ole heille soveltuvia.

Hinnan vaikutus museokäyntejä vähentävästi lapsiperheille kävi ilmi myös avoimissa vastauksissa. Museokäyntejä vähentävänä tekijänä nähtiin myös lastenlipun maksullisuus. Lapsille toivottiin omaa Museokorttia, sillä museokortin hinta koettiin liian korkeaksi lapsille.

“lapsille ei ole saatavilla lasten Museokorttia ja kertaliput esim. Heurekaan ovat kalliita.”

“Lapsille (7 v ja yli) ei ole olemassa omaa museokorttia”

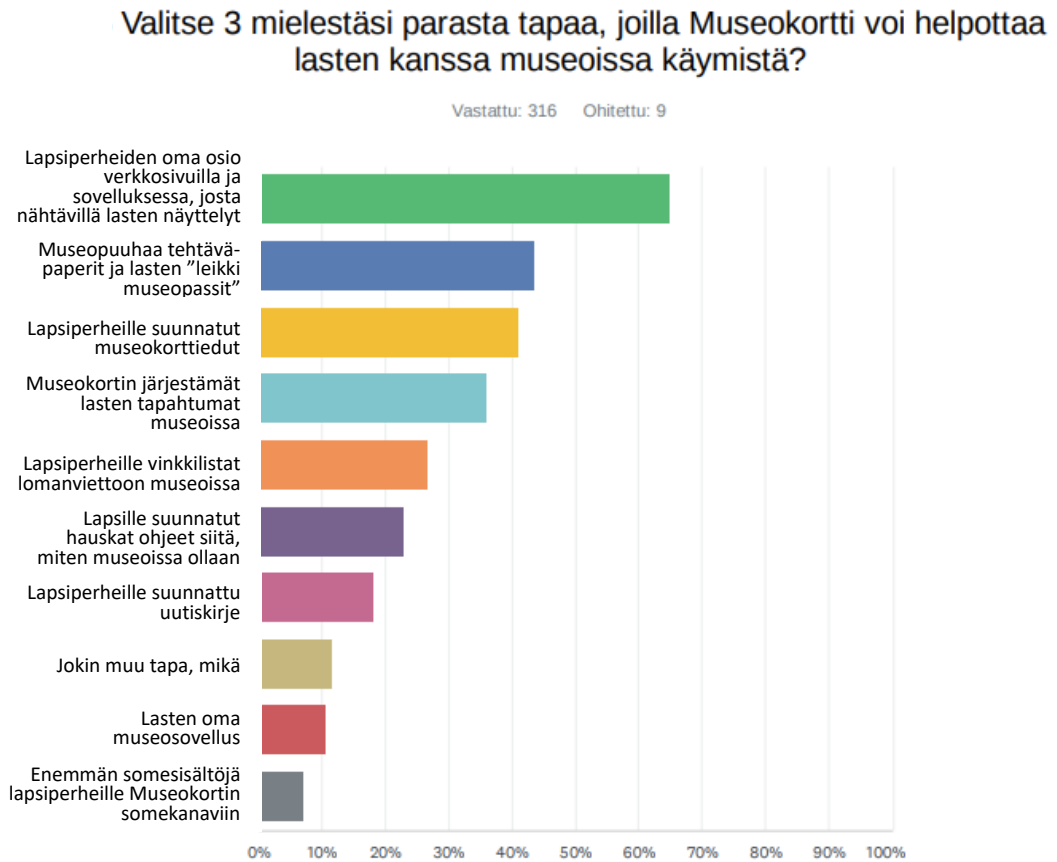
Avoimissa vastauksissa nousi myös esiin lastenvaunut ja museon esteettömyys lapsiperheitä ajatellen. Vastauksissa tuli esiin, että museokäyntejä vähentää lasten kanssa, jos lastenvaunuja tai rattaita ei saa turvalliseen paikkaan museokäynnin ajaksi. Museokäyntejä vähentää, jos museon sisäänkäynti ei ole esteetön vaunujen kanssa liikkuesssa. Lisäksi mainittiin kotikunnan huono museotarjonta ja pitkä matka kaupunkiin, jossa tarjontaa olisi paremmin. Aukioloaikoihin liittyen museoiden toivottiin olevan myös maanantaisin auki

4.5 Museokortin rooli

Kyselyssä tiedusteltiin miten, Museokortti voi helpottaa lasten kanssa museoissa käyntiä (kuvio 13). Suurin osa vastanneista (65 prosenttia) vastasi, että paras tapa olisi, jos Museokortilla olisi lapsiperheille oma osio verkkosivuilla ja sovelluksessa, josta olisi helposti nähtävissä lapsille sopivat näyttelyt ja tapahtumat. Museokortilla on jo osio lapsiperheille mutta osiota kannattaisi laajentaa ja päivittää sitä aktiivisesti. Toiseksi eniten kannatusta eli 44 prosenttia, sai museopuuhaa-tehtäväpaperit ja lasten

museopassit, joita jaetaan perheille Museokortti-kohteissa. Lapsi saa pieneen pahviseen museopassiin merkinnän museokäynnillä ja kivoja tehtäviä museossa. Lapsiperheille suunnatut Museokortti-edut sai kolmanneksi eniten vastauksia (41 prosenttia). Myös museokortin järjestämät lasten tapahtumat mainittiin 36 prosentissa vastauksia. Lapsiperheille suunnatut vinkkilistat lomanviettoon museoissa mainittiin 27 prosentissa vastauksia. Museokortti-kohteita on ympäri Suomen ja loma-aikaan on paremmin aikaa käydä lasten kanssa museoissa. Koronapandemian jälkeen myös kotimaanmatkailu on yleistynyt ja tätä myötä myös museovierailut kotimaassa. Lapsiperheitä voi myös jännittää osaavatko lapset olla museossa ja jos museokäyntejä ei ole aiemmin ollut lapset eivät välttämättä tiedä, mitä museossa saa tehdä ja mitä ei. Kyselyyn vastanneista 23 prosenttia oli sitä mieltä, että Museokortti voisi helpottaa lasten kanssa museoissa käyntiä laatimalla lapsille hauskat ohjeet siihen, miten museoissa ollaan. Vastanneista 18 prosenttia valitsi kyselyssä perheille suunnatun uutiskirjeen ja enemmän somesisältöjä lapsiperheille ainoastaan 7 prosenttia vastanneista. Vastaajista 11 prosenttia valitsi lasten oman museosovelluksen, jossa olisi tehtäviä ja museokasvatusta vastaukseksi, eli huomattavasti vähemmän kuin esimerkiksi tapahtumavinkit ja näyttelyt, lastentapahtumat ja museopuuhaa tehtäväpaperit ja museopassi.

Kuvio 13. Miten Museokortti voisi tukea lapsiperheiden museokäyntiä



Jokin muu tapa mikä? kohta kyselyssä sai eniten avoimia vastauksia 37kpl, kun koko vastaajien joukko oli 325 eli noin 12 prosenttia vastaajista jätti avoimen vastauksen tähän kohtaan. Suurimmassa osassa avoimista vastauksista toivottiin lapsille omaa Museokorttia ja sitä on toivottu myös muiden kysymysten osalta avoimissa vastauksissa. Muitakin vastauksia tähän aihepiiriin liittyen tuli runsaasti. Avoimissa vastauksissa ehdotettiin muun muassa perhekorttia, jolla pääsisi edullisemmin lasten kanssa esimerkiksi Heurekaan. Lisäksi ehdotettiin, että alle 10-vuotiaat lapset pääsisivät ilmaiseksi museoon Museokortin omistavan aikuisen kanssa. Lisäksi toivottiin Museokortin haltijoiden lapsille alennuksia esimerkiksi eläinmuseoon ja Heurekaan.

Avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että Museokortilta toivottaisiin nettisivuille tai sovellukseen tietoa museon ja näyttelyiden lapsiystävällisyydestä. Lisäksi toivottiin tietoa museon esteettömyyteen ja palveluihin liittyen. Saako näyttelyyn mennä

vaunuilla ja sisäänkäyntitiedot vaunujen kanssa, onko mahdollista syödä ja lämmittää omia eväitä, löytyykö vauvanhoitotilat ja onko vaunuille järjestetty säilytystilaa. Lisäksi toivottiin mahdollisuutta hakea museota sovelluksesta lapsiystävällisyys hakusanalla sekä tapahtumia alueen mukaan.

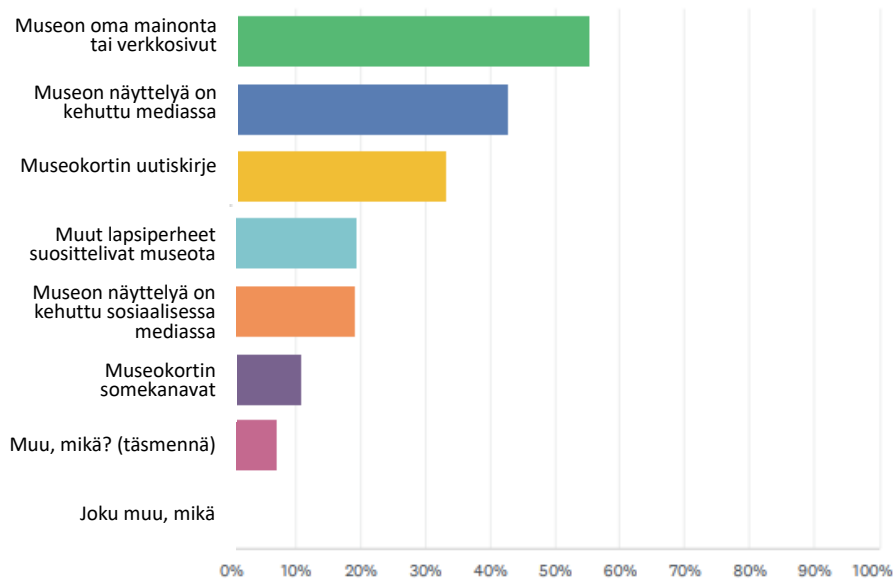
4.6 Tiedonsaanti museoista

Kyselyssä selvitettiin myös, mistä lapsiperheet useimmin saavat tietonsa museoista. Kuvion 14 perusteella eniten tietoa saatiin kyselyn perusteella museoiden omilta verkkosivuilta tai mainonnasta (55 prosenttia). Toiseksi eniten vastauksia sai vaihtoehto, jossa museon näyttelyä on keuhettu mediassa (43 prosenttia). Kolmanneksi eniten tietoa saatiin Museokortin uutiskirjeestä (33 prosenttia). Muiden lapsiperheiden suositukset olivat neljännellä sijalla (19 prosenttia) ja melkein saman verran vastauksia sai (19 prosenttia) se, että museon näyttelyä on keuhettu sosiaalisessa mediassa. Avoimia vastauksia oli jätetty 23 kappaletta (7 prosenttia) ja edellä mainittujen vastausvaihtoehtojen lisäksi niissä mainittiin *Museokortin sovellus, ystävien kautta, museoiden somekanavat sekä lomapaikan museotarjonnan googlettaminen*. Myös Museokortin verkkosivustojen karttahaku ja sanomalehti oli mainittu.

Kuvio 14. Mistä lapsiperheet saavat tietoa museoista

Mistä useimmin saat tietosi museoista? Voit valita enintään 2 vaihtoehtoa.

Vastattu: 303 Ohitettu: 22



Kokonaiskuva lapsiperheiden museokäynneistä

Aineistoni oli kattava ja sain myös laajasti tutkimuskysymysten kannalta kiinnostavia vastauksia avoimiin kysymyksiin. Kiinnostava lapsille suunnattu näyttely lisäsi museoiden houkuttelevuutta ja myös halukkuutta museokäynteihin lasten kanssa. Museokäynnit nähtiin perheiden yhteisenä ajanviettotapana ja tunne, siitä että perhe on tervetullut museoon, vaikutti myönteisesti museokäynteihin lasten kanssa. Museokäyntien houkuttelevuutta lisäsi myös kasvatusnäkökulma eli se, että lapset kasvavat kulttuuritarjonnan parissa. Museokäyntejä vähentävänä tekijänä nähtiin museolippujen hinta ja erityisesti lastenlippujen maksullisuus. Lisäksi, jos näyttely ei ole lapsista kiinnostava, vähentää perheiden museokäyntihalukkuutta. Museokäyntejä vähensi myös tunne siitä, ettei perhe ole tervetullut museoon tai häiritsee muiden museokäyntejä. Museokortilta toivottiin lapsiperheille omaa osiota verkkosivustolla ja sovelluksessa, mistä näkisi kootusti lapsiperheille suunnatut näyttelyt ja tapahtumat. Lapsille toivottiin omaa edullisempaa Museokorttia useissa avoimissa vastauksissa. Lisäksi itsenäisesti täytettävät museopuuhaa-tehtävölmakkeet

kiinnostivat lapsiperheitä. Avoimista vastauksista nousi myös asioita, joita en ollut kyselylomakkeeseen huomannut ottaa mukaan esimerkiksi näyttelyn soveltuvuus lapsiperheille ja lapsille toiminnallisen tilan merkitys, jossa esineisiin saa koskea esimerkiksi leikkipaikan muodossa. Myös saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyvät asiat olivat merkityksellisiä lapsiperheiden museokäyntejä ajatellen. Vastausten perusteella tutkimuksen teemat ja valittu teoreettinen viitekehys soveltuvat hyvin tämän aineiston analyysiin. Seuraavassa kappaleessa analysoin kyselyn tuloksia tarkemmin vuoropuheluna tutkimuksen teemojen ja teorian kanssa.

5 Aineiston tulkinta

Tulkitsen aineistosta saamiani vastauksia tutkimuksen teemojen ja teorian kanssa vuoropuheluna. Kävin luvussa kaksi tutkimuksen teemoja läpi yleisluontoisesti ja avasin niiden keskeisiä periaatteita, jotta aineiston tulkintani olisi lukijoille helpommin luettavissa. Aineiston tulkinnassa nostan esiin ne asiat, mitkä vastaavat parhaiten tutkimuskysymyksiini ja tavoitteisiini ja rajaan muut aineistosta nousevat seikat aineiston tulkinnan ulkopuolelle. Kyselytutkimuksestani nousi esiin tuloksia yleisötyön, saavutettavuuden ja museossa oppimisen teoreettisista teemoista. Museokortti toimii kuvion 1 (ks. s.8) mukaisesti nämä edellä mainitut teoreettiset teemat läpileikkaavana teemana myös aineiston tulkinnassa. Museokorttiin liittyvät tulokset ja niiden analyysin olen jaotellut aineiston tulkinnassa näiden kolmen teoreettisen teeman alle.

5.1 Yleisötyö ja näyttelyn merkitys museon vetovoimatekijänä ja museokäynnit

Perheiden museokäynneillä on tärkeää, että lasten tarpeet tulee täytettyä ja että lapset viihtyvät museossa. Tällöin myös aikuisten on mahdollista viihtyä ja nauttia museokokemuksesta (Hooper-Greenhill, 1994, s.101). Kyselytutkimuksessani kävi ilmi, että suurin osa vastanneista (55 prosenttia) käy mieluiten museossa oman perheensä kanssa. Toiseksi eniten vastaajien mukaan museossa käydään yksin lasten kanssa. Näin vastanneiden osuus oli huomattavasti pienempi (15 prosenttia) kuin yhdessä perheen kanssa museossa käyminen. Kolmanneksi eniten museoissa käytiin ystävien kanssa (14 prosenttia). Kaikista vastaajista yli puolet (53 prosenttia) hankkivat Museokortin nimenomaan sen vuoksi, että haluavat käydä lastensa kanssa museossa. Kyselyni perusteella tulkitsen, että perheet, joissa on pieniä lapsia käyvät mielellään museossa koko perheen kanssa ja se koetaan mielekkääksi koko perheen yhdessäolon muodoksi. Vasta kolmantena vaihtoehtona ja huomattavasti pienemmällä vastausmäärällä museoissa käytiin ystävien kanssa. Tähän voi vaikuttaa myös se, että pienten lasten vanhemmilla on vaikeaa päästä ilman lapsia käymään museossa ja sen vuoksi lapset otetaan mukaan museoon. Kyselyssäni 162 vastaajaa 325 vastaajasta oli kuitenkin valinnut vaihtoehdoksi käyvänsä perheen kanssa yhdessä museossa ja tästä voi päätellä, että se on mielekäs tapa koko perheelle viettää aikaa

yhdessä. Myös museokortin hankinnan motiiviksi yli puolet vastaajista kertoivat sen, että hankkivat museokortin nimenomaan sen vuoksi, että voivat käydä yhdessä lastensa kanssa museoissa. Tämä oli mielestäni yllättävä tulos ja kertoo siitä, että perheet ovat museoille hyvin tärkeä yleisöryhmä ja lasten kanssa museoissa käyminen on tärkeää perheille. Lasten kanssa käytiin museoissa vuoden aikana useammin kyselyni perusteella kuin ilman lapsia. Yleisin vastausvaihtoehto asiaa koskevissa kysymyksissä oli lasten kanssa museokäynnit oli 3-5 kertaa vuodessa (33 prosenttia) ja ilman lapsia museokäynnit 1-3 kertaa vuodessa (57 prosenttia).

Hooper-Greenhillin (1994, s. 101) mukaan Yhdysvalloissa Bostonin lastenmuseossa ovat lasten tarpeet olleet etusijalla jo pitkään ja myös aikuiset ovat viihtyneet kyseisessä museossa. Britanniassa taas museoiden yleisötyö lapsia ja perheitä ajatellen on kehittynyt hitaammin, mutta muutamia näyttelyitä on perustettu lapsia ja perheitä ajatellen. Suurimmassa osassa museoiden näyttelyistä on kuitenkin ajateltu pelkästään aikuisyleisöä. Aikuiset liikkuvat mielellään lastensa kanssa ja haluavat myös lastensa kokevan museoelämyksiä ja etsivät mielellään museon, jossa kaikkien tarpeet huomioidaan mahdollisimman hyvin ja näyttely kiinnostaa myös lapsia ja perheitä. (Hooper-Greenhill, 1994, s. 15.) Britanniassa perheet ovat museoiden nopeimmin kasvava yleisöryhmä. Tämä johtuu tietyn ikäryhmän kasvusta mutta myös siitä, että museot tarjoavat nykyään lapsiperheille näyttelyitä ja palveluita, jotka kiinnostavat perheitä eri tavalla kuin aikaisemmin. Perheet yleisönä ovat hyvin tärkeä ryhmä ja samalla perheet miettivät tarkkaan mihin museoon menevät ja täyttääkö museon näyttelyt ja palvelut heidän tarpeensa. (Hooper-Greenhill, 1994, s. 101.)

Kun mietitään museoiden vetovoimatekijöitä lapsiperheille, lapsia kiinnostava näyttely lisäsi eniten perheiden halukkuutta käydä lasten kanssa museoissa (70 prosenttia). Kysyin myös kyselyssä seikkoja, jotka houkuttelevat käymään museossa lasten kanssa. Näistä eniten vastauksia sai ajanviete lasten kanssa (76 prosenttia) ja toisena kiinnostava lapsille suunnattu näyttely (71 prosenttia). Näin ollen myös tutkimustulosten perusteella on tärkeää ottaa lapset huomioon näyttelyitä suunniteltaessa ja panostaa perheisiin yleisötyössä. Perheiden museokäyntejä vähentävänä tekijänä toiseksi eniten (40 prosenttia) oli saanut vastauksia, se ettei

näyttely ole kiinnostava. Neljänneksi eniten vastauksia museoiden houkuttelevuuteen (55 prosenttia) ja myös museokäyntejä lisäävänä tekijänä (47 prosenttia) nähtiin itseä kiinnostava näyttely. Museokäyntejä vähentävänä nähtiin myös se, jos museoissa ei ole tapahtumatarjontaa lapsille (29 prosenttia). Tulkintani näistä tuloksista on se, että tärkeimpinä vetovoimatekijöinä lapsiperheille on se, että lapset ja aikuiset viihtyvät museoissa, museoissa on lapsille kiinnostavaa nähtävää, tekemistä, lapsille suunnattuja tapahtumia ja museossa on mukavaa viettää aikaa lasten kanssa. Näin ollen lapsille ja perheille suunnatussa yleisötyössä olisi näkemykseni mukaan merkityksellistä panostaa lapsiperheiden tarpeisiin ja tehdä museoista mahdollisimman lapsiystävällisiä ja kiinnostavia koko perheelle. Hooper-Greenhillin (1994) mukaan vanhemmat arvostavat museokäynneissä sitä, että museo on perheystävällinen ja lapset viihtyvät siellä eikä museokäynnistä tule liian stressaavaa vanhemmille. Aineistoni tukee myös tätä Hooper-Greenhillin (1994) tulosta. Tulkintani mukaan vanhemmat toivovat saavansa rentouttavia kokemuksia museokäynneistä koko perheen kesken ja vanhempien stressiä lisäävät tekijät vähentävät museokäyntejä lasten kanssa.

Museoissa vanhemmat arvostavat myös viihtymisen lisäksi sitä, että lapset voivat oppia uusia asioita. Lontoon kansallismuseossa tutkittiin perheiden kokemuksia museokäynneistä ja perheet toivoivat lapsille museokäynneille enemmän tekemistä, asioita joihin voi koskea ja vuorovaikutteisuutta. Lisäksi toivottiin saavutettavuuteen liittyviä asioita erityisesti pienten lasten perheiden osalta. (Hooper-Greenhill, 1994, s. 101-102.) Yhtenä merkittävänä tekijänä Hooper-Greenhill (2014) mainitsee tutkimustuloksen, jonka mukaan museoiden avulla vanhemmat saavat museokäynneillä yhteisiä kokemuksia ja voivat jutella yhdessä näyttelyistä ja asioista mitä näkevät näyttelyissä. Vanhempi ja lapsi voivat näin museoissa yhdessä kokea asioista ja oppia uutta, keskustella oppimastaan ja olla yhdessä ja nauttia olostaan (Hooper-Greenhill, 1994, s. 103).

5.2 Yleisötyö ja osallistuvuus

Omassa kyselytutkimuksessani aineisto koostui museokortin asiakaskirjeen saavista henkilöistä, joista valtaosa oli korkeakoulutettuja naisia. Vastaajista korkeakoulututkinnon suorittaneita oli yhteensä 80 prosenttia ja toisen asteen koulutuksen käyneitä 18 prosenttia. Pelkän perusasteen koulutuksen saaneita oli aineistossa 2 prosenttia. Tutkimukseen osallistui varsin homogeeninen joukko. Asiakaskirjeen tilanneista henkilöistä valtaosalla on tai on joskus ollut Museokortti. Tämän aineiston perusteella tulkintani on se, että tyypillisesti museossa käyvät ihmiset ovat hyvin koulutettuja ja suurella osalla on korkeakoulututkinto. Lindholmin (2015) mukaan koulutus on merkityksellinen tekijä kulttuurilaitosten kävijämäärien selvityksissä. Lindholm esittelee Humakin tekemiä taidelaitosten yleisötutkimuksia kokonaisuutena artikkelissaan. Hänen mukaansa noin 70 prosenttia korkeakoulutetuista vastaajista oli käynyt taidemuseoissa viimeisen vuoden aikana ja perusasteen tai ammattikoulun käyneistä prosenttiosuus oli vain 30. Lindholmin mukaan heidän tutkimuksensa osoittivat, että tyypillisesti kulttuuritapahtumissa ja laitoksissa käyvä henkilö on korkeakoulutettu nainen. Lisäksi tutkimuksista kävi ilmi, että ei-kävijät viettävät enemmän aikaa lastensa kanssa kotona kuin kulttuuritapahtumissa ja taidelaitoksissa säännöllisesti käyvät ihmiset. Kulttuurin suurkävijöiden elämäntyyli ei ole muilta osin kovin aktiivista kuin kulttuurin harrastamisen ja lukemisen osalta. Satunnaiset kulttuurin harrastajat ovat taas muilta osin elämässä hyvinkin aktiivisia. He harrastavat erilaisia asioita, matkustelevat ja käyvät ravintoloissa, he ovat myös kaikista näistä ryhmistä vaativimpia asiakkaita. (Lindholm, 2015, s. 66-67.) Hooper-Greenhillin (1994, s.85) mukaan museoyleisöstä todennäköisemmin naiset käyvät enemmän taidemuseoissa ja miehet tiedemuseoissa.

Heikkilä (2016, s 10-11) on tutkinut kulttuuriosallistumista Suomessa ja siihen liittyvää eriarvoisuutta. Tutkimuksen aineisto koostuu Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa -hankkeen piirissä kerätystä aineistosta. Tutkimus toteutettiin lomakekyselynä ja haastattelemalla. Tutkimuksessa selvitettiin laajasti kulttuuriin ja vapaa-aikaan liittyviä asioita ja selvitettiin perustietoja kuten ikä, ammatti, sukupuoli koulutustaso ja niin edelleen. Tutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien identifioitumista esimerkiksi tiettyyn

yhteiskuntaluokkaan. Tutkimuksesta käy ilmi, että koulutus vaikuttaa erityisesti museoiden ja elokuvien osalta käynteihin. Museo- ja elokuvakäyntien kohdalla passiivisuus korostui niiden joukossa, joilla oli vain perusasteen koulutus. Museoiden ja elokuvissa ei-kävijöillä yli 70 prosentilla oli perusasteen tai keskiasteen koulutus, kun taas vastaava prosenttiosuus koko aineiston osalta oli alle 50 prosenttia. (Heikkilä, 2016, s. 10-11.) Kirjoittaja pohtii johtopäätöksissään sitä, että kulttuurin kuluttamisen passiivisuus koski erityisesti korkeakulttuuria esimerkiksi museoita, oopperaa, teatteria ja niin edelleen. Passiivisuus ei tarkoittanut sitä, että kyseisellä ryhmällä ei olisi ollut aikaa tai mahdollisuutta kuluttaa korkeakulttuuria vaan sitä, ettei korkeakulttuuri tuonut heille mitään kiinnostavaa heidän kokemusmaailmassaan eikä kyseinen korkeakulttuuri kuulunut heidän elämänpiiriinsä. (Heikkilä, 2016, s.17.) Heikkilä (2016) viittaa tutkimuksessaan Bourdieun (1979) tutkimukseen, jonka mukaan kouluilla olisi tärkeä rooli korkeakulttuurin tuomisessa ihmisten elämään. Tämä vaatisi resurssointia koulutusjärjestelmään kulttuurin osalta ja Heikkilän mukaan tämä tuntuu nyky-yhteiskunnassamme haastavalta. (Heikkilä, 2016, s.17.)

Nämä edellä mainitut Heikkilän (2016) ja Lindholmin (2015) tutkimukset tukevat oman kyselytutkimukseni tuloksia. Tulkintani ja vastausten mukaan tyypillisesti museoista ovat kiinnostuneita ja niissä käyvät korkeakoulutetut naiset. Kyselyyni oli pyydetty vastaamaan Museokortin asiakaskirjeen tilanneet henkilöt, joilla on alle 10-vuotiaita lapsia, joten vastaajien joukko oli jo valmiiksi rajattu. Museokortin asiakaskirjeen tilaajat ovat jo ennako-oletukselta kiinnostuneita museoista ja näin ollen potentiaalisia museokävijöitä. Aineistoni ei siten ylety museon ei-kävijöihin. Museokortti on kokonaisuudessaan nostanut museokäyntejä merkittävästi ja ennen Museokortin kehittämistä museoissa käyminen oli vähäisempää. Museokortti kehitettiin vuonna 2015 ja sen kehittämisen jälkeen museoiden yhteenlasketut pääsylipputulot olivat kasvaneet STT:n (2019) uutisen mukaan neljässä vuodessa 71 prosenttia. (STT, 2019.)

5.3 Museoiden saavutettavuus ja esteettömyys

Hyvin monessa kohdassa kyselytutkimuksessani nousi esiin saavutettavuuden ja esteettömyyden teemojen alle meneviä seikkoja. Perheiden museokäynteihin liittyy moni saavutettavuuden osa-alueista. Sen vuoksi käsittelen nyt tarkemmin teorian kanssa vuoropuheluna kyselytutkimuksestani esiin nousevia seikkoja saavutettavuuden ja esteettömyyden osalta.

Museon sosiaalinen saavutettavuus

Kyselyyn vastanneiden osalta useassa kohdassa kävi ilmi, että museon ilmapiirillä ja sillä miten lapsiperheet otetaan vastaan museoissa, on iso merkitys museon vetovoimatekijänä ja myös museokäyntejä estävänä seikkana. Museoissa käytiin kyselyn perusteella selvästi eniten koko perheen kanssa ja moni oli hankkinut museokortin sen vuoksi, että haluaa käydä lastensa kanssa museoissa. Toiseksi eniten koettiin merkitsevän lapsia kiinnostavan näyttelyn jälkeen tunne siitä, että lapset ovat tervetulleita museoon (52 prosenttia). Vastaajista 39 prosenttia oli valinnut museokäyntejä kolmanneksi eniten vähentäväksi tekijäksi tunteen siitä, etteivät lapset ole tervetulleita museoon ja että lapset häiritsevät muiden museokäyntejä. Yksi vastaaja kertoi avoimessa vastauksessa seuraavasti: *“En ole varma halutaanko museoihin ääntä, joka lähtee lapsistani”* Avoimissa vastauksissa kävi myös ilmi, että museokäyntejä vähentää, jos museoissa joutuu koko ajan kieltämään lasta esimerkiksi koskemasta esineisiin ja että museoissa olisi hyvä olla joku toiminnallinen tila lapsille. Tällöin lapset jaksaisivat katsoa myös niitä näyttelyitä, joissa esineisiin ei saa koskea. Vastauksissa toivottiin lisää tekemistä lapsille ja myös sellaisia alueita, joissa he saavat koskea ja leikkiä; *“Ei ole lapsia kiinnostavaa toiminnallista sisältöä / koskettavaa / kokeiltavaa.”* Salovaaran (2004) mukaan museoiden yhtenä tarkoituksena on tiedonvälitys ja se, että jokaisella on mahdollisuus nähdä ja kokea museoissa olevaa kulttuuri- ja taideperintöön liittyvää aineistoa ja esineitä. Se miten ihmiset museoissa kohdataan ja otetaan vastaan, liittyy hyvin vahvasti saavutettavuuteen ja yleisösuhteisiin (Salovaara, 2004, s. 66). Oma tulkintani on, että olisi hyvin tärkeää viestiä lapsiystävällisyydestä jo ennen museokäyntiä museon verkkosivustolla. Näin perheet voisivat tarkistaa etukäteen minkälaisia palveluita museoissa on heille saatavilla, ja toteutuuko esteettömyys lapsiperheitä ajatellen

kyseisessä museossa. Jos tietoa ei ole etukäteen saatavilla, tämä voi vähentää lapsiperheiden museokäyntejä. Tervetulleeksi kokeminen on kyselyn perusteella tärkeää perheille ja, että ilmapiiri on salliva lasten kanssa olemiseen. Ilmapiiriin ja museon lapsiystävällisyyteen voidaan tulkintani mukaan vaikuttaa asiakaspalvelua kehittämällä lapsiystävällisemmäksi ja viestimällä tästä.

Kulttuuria kaikille palvelun mukaan sosiaalinen saavutettavuus on osa saavutettavuutta. Siihen liittyy tunne siitä, että on tervetullut museoon, museon asiakaspalvelu on asiakaslähtöistä ja monimuotoisuus otetaan huomioon. Syrjintää ei tulisi missään tilanteessa sallia, vaan kävijöiden tulisi tuntea olonsa tervetulleeksi. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry, 2023c.) Vastausvaihtoehdoissa tuli ilmi se, että lapsiperheiden käyntejä estää tunne siitä, etteivät he ole tervetulleita museoon ja että lapset häiritsevät muiden museokäyntejä. Kulttuuria kaikille palvelun mukaan henkilökunta voisi kertoa noudattavansa turvallisemman tilan politiikkaa ja saatavilla on myös syrjinnästä vapaa-alue merkkejä, joita voisi hyödyntää myös museoissa (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. 2023c). Henkilökunta voi vaikuttaa merkittävästi siihen, että myös lapsiperheet tuntevat olonsa turvallisiksi ja tervetulleeksi museoon. Kulttuuria kaikille palvelun mukaan henkilökuntaa tulisi kouluttaa sosiaalisen saavutettavuuden näkökulmasta erityisesti siihen, että jokaista asiakasta kohdellaan yhdenvertaisesti ja kunnioittavasti ja sanoittamaan asiakkaille sitä, että jokainen on tervetullut museoon ja museon toiminta on suunnattu kaikille. Henkilökuntaa tulisi olla riittävästi paikalla, jotta jokainen saa kokemuksen siitä, että hän saa palvelua ja henkilökunnalla on aikaa vastata kysymyksiin ja neuvoa käytännön asioissa. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. 2023c.) Kyselyn perusteella lapsiperheitä kiinnostaa esimerkiksi esteettömyyteen ja lapsiystävällisyyteen liittyvät asiat, kuten mihin lastenvaunut voi jättää, mistä löytyy lastenhoitotilat ja missä voi lämmitellä ruokaa. Tärkeässä roolissa museoiden ilmapiiriin ja avoimuuden osalta ovat siis asiakaspalvelussa työskentelevät henkilöt.

Olen käynyt useassa hyvin erityyillisessä museossa pääkaupunkiseudulla lasten kanssa viime aikoina ja olen ollut positiivisesti yllättynyt. Suurimmassa osassa museoita asiakaspalveluhenkilökunta on ottanut lapset huomioon museoon saapuessa ja

kertonut museon lapsille suunnatusta toiminnasta ja palveluista. Jokaisessa museossa on annettu lapsille tehtäviä, ja he ovat viihtyneet hyvin näiden tehtävien parissa. Usein oli myös tiedossa joku pieni palkinto, jos tehtävät suoritettiin. Olemme kokeneet olevamme tervetulleita ja kuuluvamme museoon. Lisäksi olisin toivonut museoon lapsille suunnattua opastusta tai ohjelmaa. Tällaista ei ollut kesällä tarjolla museoissa, joissa kävimme. Lapset kohdattiin omana itsenään ja heille kerrottiin tarkasti tehtävien sisältö. Hyvin tyypillisesti kyse oli tiettyjen esineiden tai taideteosten etsimisestä. Tämä oli lapsista todella hauskaa mutta sitten, kun kaikki oli etsitty, mielenkiinto museoon hyvin nopeasti lopahti. Olen kuitenkin sitä mieltä, että nämä tehtävät olivat mielekkäitä lapsille ja lisäksi osassa museoita oli lapsille oma leikkipaikka tai jopa näyttelyn osio. Esimerkiksi Espoossa Emma museossa on lapsille suunnattu Mauri Kunnaksen toiminnallinen näyttely. Lapset nauttivat tästä kovasti ja jaksavat myös katsoa muita osioita museosta Mauri Kunnaksen näyttelyn ohella. Olen myös kokenut, että jos museo on järjestänyt lapsille ohjelmaa, missä on ennakoilmoittautuminen, nämä ohjelmat ovat täyttyneet nopeasti ja ovat olleet hyvin suosittuja. Koen, että pienten lasten kanssa erityisesti vanhempain- ja hoitovapaalla kotona olevalla vanhemmalla on aikaa käydä museoissa eri tavalla kuin töissä ollessa ja tällöin museoiden kannattaisi järjestää ohjelmaa pienten lasten perheelle. Tämä voisi lisätä myöhemminkin perheiden museokäyntejä, kun museosta on tullut tuttu paikka ja siellä on totuttu käymään lasten kanssa.

Kyselytutkimuksessani selvitin Museokortin roolia lapsiperheiden museokäynteihin liittyen. Museokortti on laatinut museopuhua-tehtäväpaperit, joissa on kivoja tehtäviä lapsille museokäynnin ajaksi. Lisäksi lapset saavat Museokortti-kohteissa pahvisen lasten museopassin. Kysyin miten Museokortti voi helpottaa lasten kanssa museoissa käyntiä ja toiseksi eniten vastauksia (44 prosenttia) sai juuri nämä museopuhua- tehtäväpaperit ja lasten museopassit. Lapset nauttivat siitä, kun heitä huomioidaan ja heille on räätälöity omaa mielekästä tekemistä museossa. Tällöin myös vanhemmilla on mahdollisuus nauttia museon antimista, kun lapsilla on omaa puuhaa. Lisäksi erilaisten tehtävien avulla on mahdollista keskustella siitä mitä asioita museosta löytyy ja minkälaisia ajatuksia ja tunteita ne herättävät lapsissa ja vanhemmissa. Oman kokemukseni on, että näitä mainittuja Museokortin museopuhua ja lasten omia museopasseja ei jaettu lapsille museoissa, joissa

kävimme viime aikoina pääkaupunkiseudulla. Museoissa jaettiin museoiden omia tehtäväpapereita ja lapset saivat näiden avulla etsiä museosta esineitä. Kyselyn perusteella museopuuhaa-tehtäväpaperit ja lasten museopassit ovat perheille mielekkäitä ja suosittuja, joten niiden olisi hyvä olla paremmin saatavilla Museokortti-museoissa ja henkilökunta voisi museoon tullessa kertoa niistä lapsiperheille. Näistä voisi myös kertoa ennakkoon museoiden verkkosivustoilla.

Viime aikoina on puhuttu julkisuudessa paljon Suomessa ilmaantuneesta lapsivihamielisyydestä julkisissa paikoissa ja tiloissa. Heinäkuussa 2023 Yle kirjoitti Katja Särkän tarinan “*minun lapsi ei mahdu mihinkään*” liittyen siihen, miten hän joutuu kohtaamaan 4-vuotiaan lapsensa kanssa Suomessa julkisilla paikoilla lapsivihamielisyyttä viikoittain. Samassa artikkelissa lapsiasiavaltutettu Elina Pekkarinen kertoo, että Suomessa lapsivihamielisyys on yleinen ilmiö ja jokainen vanhempi on varmasti sitä joutunut lapsien kanssa julkisilla paikoilla liikkeessä kokemaan. Pekkarinen kertoo Ylen artikkelissa, ettei asiaa ole Suomessa tutkittu mutta Lastensuojelun Keskusliiton julkaisun (2021) mukaan Suomessa on aikaisempaan verrattuna sallivampi ilmapiiri lapsiin kohdistuvaan henkiseen tai fyysiseen väkivaltaan. Artikkelissa Pekkarinen kertoo vielä yhdeksi syyksi lapsivihamielisyteen sen, että Suomessa on verrattain ankara kasvatuskulttuuri ja lasten odotetaan käyttäytyvän hyvin ja hiljaisesti, melkein näkymättömästi. (Kröger, Ylen verkkojulkaisu, 2023.) Tällainen yleinen lapsivihamielisyys saattaa vaikuttaa myös museokäynteihin. Museoista saattaa olla lapsiperheillä mielikuva korkeakulttuurisena ja arvokkaana paikkana ja kuten vastauksista kävi ilmi, että lasten vanhemmat pelkäävät, että lapset häiritsevät muiden museokäyntejä ja myös, että lasta joudutaan kieltämään koko ajan. Kieltäminen voi liittyä museossa olevien esineiden ja asioiden koskemisen lisäksi esimerkiksi lasten käyttäytymiseen. Ei saa ryömiä, kontata, pelleillä, leikkiä tai pitää ääntä, vaan kuten lapsiasiavaltutettu Elina Pekkarinen Ylen edellä mainitussa artikkelissa totesi, lasten tulisi olla ikään kuin näkymättömiä. Mahdollista on, että tunne siitä, etteivät lapset kuulu museoon johtuu osittain myös tästä yleisestä ilmapiiristä, mikä Suomessa vallitsee ja siitä, että itsestä tuntuu siltä, että muut ajattelevat ikävästi, jos lapsi esimerkiksi pitää kovaa ääntä museossa tai muuten “häiritsee”.

Kyselytutkimuksessani oli kysymys: “lapset eivät ole tervetulleita museoon, lapset häiritsevät muiden museokäyntiä.” Tämä kysymys olisi jälkikäteen ajateltuna ollut hyvä jakaa kahteen eri kysymykseen. Kysymyksestä ei nyt käy tarkasti ilmi onko kyse siitä, että museossa ei suhtauduta ystävällisesti lapsiasiakkaisiin vai siitä mitä muut museovieraat ajattelevat ja mikä ehkä on yleinen ilmapiiri Suomessa julkisilla paikoilla lapsiin kohdistuen ja mikä mielikuva museoista ja siellä hyväksytystä tavasta käyttäytyä vanhemmilla on. Olen omien lasteni kanssa käynyt paljon museoissa ja oma kokemukseni on ollut se, että meidät on otettu hyvin museossa vastaan ja monessa museossa on ollut tervetullut olo. Lapset on huomioitu erikseen, ja heille on annettu omaa materiaalia tai puuhatehtäviä ja kerrottu minkälaisia lapsia kiinnostavia näyttelyitä tai asioita museossa on. Toki poikkeuksiakin löytyy. Oma kokemukseni on siis ollut se, että museoissa pääosin on otettu lapset hyvin vastaan, mutta muut museokävijät saattavat häiriintyä lasten pitämistä äänistä ja käyttäytymisestä. Harvoin lapset katsovat hiljaa teoksia, vaan heillä on paljon kysymyksiä ja ihmeteltävää. Museot ovat yhdeltä perustehtävältään oppimisen paikkoja, joten tämän pitäisi kuulua museoon. Perinteisesti on ajateltu, että museoissa ollaan hiljaa eikä häiritä muita museokävijöitä. Lapset kuitenkin kuuluvat museoihin eikä heiltä voi odottaa samanlaista käyttäytymistä kuin aikuisilta. Lasten uteliaisuus ja kysymykset ovat nimenomaan oppimisen edellytys ja se, että he saavat kysymyksiinsä vastauksia herättää useimmissa lapsissa mielenkiintoa päästä museoon uudelleenkin. Kyselytutkimuksessanikin tuli ilmi se, että lapsiperheiden museokäyntejä vähentää se, että joutuu jatkuvasti kieltämään lapsia. Yksi vastaaja kertoi museokäyntejä vähentävän: *“jos museossa on esillä lasten saatavilla asioita, joihin ei saa koskea ja pitää kieltää koko ajan.”* Liikasen (2009) mukaan lapsilla leikki on osa kehitystä ja taiteella ja leikillä on paljon yhteistä. Leikkiä voidaan käyttää hyväksi myös kulttuurikasvatuksessa, sillä leikki on luovaa ja siihen voidaan sisällyttää oppimista tukevaa tietoa mukaan ja lapsen omia ajatuksia. (Liikanen, 2009, s. 92-93). Lasten uteliaisuus ja mielenkiinto uusiin asioihin tulisi museoissa nähdä rikkautena myös muiden kävijöiden osalta. Museosta löytyy varmasti myös tiloja, missä voi hiljentyä ja olla rauhassa.

Hinnoittelu osana saavutettavuutta

Tämän tutkimuksen aineistossa museokäyntejä eniten vähentävänä tekijänä nähtiin museolippujen hinta. Avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että erityisesti lastenlippujen maksullisuus koettiin museokäyntejä vähentävänä tekijänä lapsiperheille. Suuressa osassa museoita lapset pääsevät maksuttomasti sisään. Heureka lastenlippujen hinta mainittiin useissa avoimissa vastauksissa ja lapsille toivottiin omaa Museokorttia. Langinauerin ym. (2021) tarkistuslistassa on käsitelty myös hinnoittelua. Tämän tutkimuksen kannalta merkityksellinen kohta museoiden tarkistuslistalla on se, että perheille olisi saatavilla perhelippu, jolla esimerkiksi 2 aikuista (sukupuolesta riippumatta) ja lapset pääsisivät museoon. Lasten lukumäärää ei myöskään olisi tällaisessa perhelipussa rajoitettu. Kulttuuria kaikille -palvelun mukaan perhelipuissa tulisi huomioida myös suurilukuiset perheet ja yksinhuoltajat.

Lisäksi Museoiden moninaisuuden ja saavutettavuuden tarkistuslistalla (Langinauer, 2021) on kohta, jossa mainitaan, että museoiden tulisi tarjota asiakkailleen säännöllisin väliajoin päiviä, jolloin museo olisi kaikille maksuton. Lisäksi tarkistuslistalla on käyty läpi pienituloisten mahdollisuus hankkia maksuttomia pääsylippuja ja miten sosiaalipalveluiden kautta museo voisi tarjota ilmaisia vapaalippuja pienituloisille henkilöille ja perheille. (Langinauer ym, 2021). Kulttuuria kaikille-palvelun hinnoitteluohjeen mukaisesti, erilaisista tapahtumista jäljelle jääneitä lippuja kannattaisi tarjota kaikkein pienituloisimmille esimerkiksi sosiaali- ja terveydenhuoltoalan kautta jaettavaksi. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry 2023b).

Kulttuuria kaikille palvelun mukaan pienituloisimpien henkilöiden kulttuuripalveluihin osallistumista parantamaan on luotu Kaikukortti. Kaikukortti edistää kulttuurista saavutettavuutta ja yhdenvertaisuutta. Kaikukortilla tiukassa taloudellisessa tilanteessa olevat nuoret, aikuiset, perheet ja vanhukset voivat saada maksuttomasti esimerkiksi lippuja tapahtumiin, kulttuuriharrastuksiin tai vaikka teatteriin. Kaikukortin haltija voi hankkia lippuja tapahtumaan mihin on itse osallistumassa myös omille lapsilleen tai lapsenlapsilleen. Kaikukortin saamisen edellytyksenä on 16-vuoden ikä, heikko taloudellinen tilanne ja asiakkuus

Kaikukortissa mukana olevassa sosiaali- ja terveystalouden toimijalla. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry, 2023b.)

Poimin muutaman merkityksellisen kohdan tutkimustani ajatellen kulttuuria kaikille -palvelun kulttuuripalveluiden hinnoittelun muistilistalta, mitkä voisivat olla hyödyllisiä uusien lapsiperheasiakkaiden hankinnassa. Näistä esimerkkinä museoiden maksuttomat päivät ja tapahtumat, jolloin voi maksaa mitä haluaa museokäynnistä, lapsille aina ilmainen sisäänpääsy museoon, perheille ja pienituloisille alennuksia museoiden sisäänpääsystä ja palveluista, maksuttomia lastenrattaita, ilmaiset opastukset ja museokahvilassa ilmaiset kahvit. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry, 2023b.)

Tutkimuksen mukaan hinnoittelu on merkittävässä roolissa, kun lapsiperhe tekee päätöstä museoon lähtemisestä. Erityisesti museon maksullisuus lapsille voi toimia jopa estävänä tekijänä. Lapsiperheille onkin toivottu aineistoni avoimissa vastauksissa Museokorttia. Hollannissa on otettu käyttöön Museokortti lapsiperheille. Se on tarkoitettu alle 12-vuotiaille lapsille ja se maksaa noin puolet aikuisen museokortin hinnasta. (The Netherlands Museum Association, 2023). Useat museot pääkaupunkiseudulla tarjoavat lapsille ilmaisen sisäänpääsyn mutta monissa lapsiperheiden suosikkimuseoissa on sisäänpääsymaksut. Seuraavassa esimerkkejä hinnoittelusta lapsille (hinnat on koottu kyseisten museoiden internet-sivuilta 30.7.2023):

- Heureka 5-17-vuotiaat lapset 17 euroa, alle 5-vuotiaat ilmaiseksi sisään
- Luonnontieteellinen museo 7-17-vuotiaat lapset 8 euroa, alle 7-vuotiaat ilmaiseksi sisään
- Tekniikan museo 7-17-vuotiaat 6 euroa, alle 7-vuotiaat ilmaiseksi sisään
- Ilmailumuseo 7-17-vuotiaat lapset 6 euroa, alle 7-vuotiaat ilmaiseksi sisään
- Musiikkimuseo Fame 7-17-vuotiaat lapset 12,50 euroa, alle 7-vuotiaat ilmaiseksi sisään.

Museokortti on saatavilla Suomessa vain aikuisille ja sitä on vain yhtä hintaryhmää. (FMA Crations, 2023a). Hintaa ei siis ole porrastettu. Kuten edellä on todettu useissa avoimissa vastauksissa, lapsille on toivottu omaa Museokorttia; *“Lapselle oma museokortti. Nyt minä pääsen kätevästi kortilla museoon mutta maksan erikseen lapsesta.”* Näyttää siltä, että useassa pääkaupunkiseudun lapsiperheiden suosiossa olevassa museossa on pääsymaksu ainakin yli 7-vuotiaille lapsille. Tulkintani mukaan edullisemmasta museokortista lapsille voisi olla hyötyä perheille, jotka käyvät paljon museoissa pääkaupunkiseudulla ja joilla on yli 6-vuotiaita lapsia. Kyselyni avoimissa vastauksissa toivottiin myös vaihtoehtoisesti perhekorttia tai alennuksia Heurekaan ja Luonnontieteelliseen museoon, jos lapset vierailevat näissä museoissa museokortin omistavan aikuisen kanssa. Lisäksi ehdotettiin, että kaikki museot olisivat ilmaisia alle 10-vuotiaille lapsille, jos he käyvät museossa aikuisen kanssa, jolla on Museokortti.

Viestinnän saavutettavuus

Salon (2013, s.2) kokoaman viestinnän saavutettavuuteen kulttuuritoimijoille oppaan mukaisesti saavutettavuuteen liittyvistä seikoista on tärkeää viestiä. Tiedon tulisi olla helposti löydettävissä, ymmärrettävää ja helppolukuista. Saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyvistä asioista tulisi selkeästi viestiä asiakkaille. Tietoa tulisi pystyä katselemaan apuvälineiden avulla ja myös aistimaan eri aisteilla, ei pelkästään näköaistilla. Saavutettavan viestinnän tulisi huomioida eri käviryhmät ja myös eikävijät ja vähemmistöt. Saavutettavuudesta ja esteettömyydestä viestimisen avulla on mahdollista saavuttaa kilpailuetuja muihin toimijoihin nähden ja se edistää yhdenvertaisuutta ja monimuotoisuutta. (Salo, 2013, s.2.) Myös Salovaaran (2004, s. 68) mukaan, saavutettavuudesta viestiminen on hyvin tärkeää ja iso osa kulttuuriorganisaation tiedottamista. Kulttuuriorganisaatiossa vieraileville ihmisille saavutettavuudesta viestiminen on hyvin tärkeää ja näiden tietojen avulla he pystyvät arvioimaan onko heidän mahdollista esimerkiksi vierailla kyseisen organisaation tiloissa (Salo, 2013, s. 5). Kyselystäni kävi ilmi, ettei museoista eikä niiden saavutettavuudesta ole eräiden vastaajista mielestä tarpeeksi tietoa tarjolla ennakoon. Saavutettavuudesta viestiminen on siis erityisen tärkeässä asemassa. Moni lapsiperhe voi jättää väliin käynnin museossa lasten kanssa, jos ei voi olla varma pääseekö

esimerkiksi vaunuilla sisään ja näyttelyyn tai onko museossa saatavilla lastenhoitotiloja ja vaikka omien eväiden syömissämahdollisuutta.

Kyselytutkimuksessani avoimissa vastauksissa toivottiin myös Museokortin osalta verkkosivuille tai Museokortin omaan sovellukseen tietoa saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyvistä asioista. Erityisesti tietoa toivottiin näyttelyiden lapsiystävällisyydestä, saako näyttelyyn mennä vaunuilla ja onko sisäänkäynti esteetön. Lisäksi toivottiin tietoa omien eväiden syötimahdollisuudesta, vauvanhoitotiloista ja vaunujen säilytystiloista. Avoimissa vastauksissa oli myös ehdotettu Museokortin sovellukseen sellaista toimintoa, että museota olisi mahdollista hakea lapsiystävällinen museo hakusanalla sekä tapahtumia alueen mukaan. Museokortin sivustolle tai sovellukseen näiden edellä mainittujen tietojen saaminen helpottaisi lapsiperheiden museovierailun suunnittelua, kun tiedot kaikkien Museokorttiin kuuluvien museoiden lapsiystävällisyydestä olisivat kootusti ja helposti saatavilla.

Saavutettavuuden viestintään kuuluu myös näyttelyn soveltuvuudesta lapsiperheille viestiminen. Saavutettavuuden viestinnässä tulisi Salon (2013, s.9) mukaan ottaa huomioon onko näyttelyn sisältö sopivaa lapsille, onko näyttelyssä välkkyviä tai kirkkaita värejä tai voimakasta musiikkia. Tämä asia nousi myös esille kyselytutkimuksessani. Avoimissa vastauksissa pohdittiin museoiden näyttelyiden soveltuvuutta lapsille ja ehdotettiin, että näyttelyissä olisi hyvä olla ikäsuositukset. Tähän liittyen ei toivottu ikärajoja mutta museoammattilaisten arvio sopivasta ikähaitarista ja varoitus jos näyttely sisältää lapsille sopimattomia teoksia. Avoimissa vastauksissa tuotiin esille, että näyttelyt ja teokset voivat joskus olla pelottavia ja ahdistavia lapsille ja niissä voi olla kovia ääniä. Museoissa on hankalaa estää avointen vastausten mukaan lasta näkemästä teoksia, jotka eivät heille sovellu. Tämän vuoksi tulkitsen, että olisi tärkeää viestiä ikäsuosituksista ja mahdollisesti lapsiperheille epäsovivista näyttelyistä jo etukäteen ennen näyttelyyn tulemistä esimerkiksi museoiden verkkosivustoilla ja jos lapsiperhe kuitenkin saapuu tällaiseen näyttelyyn niin viimeistään museoon tullessa.

Museoista saatiin kyselytutkimukseni mukaan eniten tietoa museoiden omilta verkkosivustoilta tai mainonnasta (55 prosenttia). Toiseksi eniten museosta tietoa saatiin mediasta, eli valittiin vastausvaihtoehto *museon näyttelyä on keuhutu mediassa*. Kolmanneksi eniten vastauksia sai museokortin uutiskirje. Näiden vastausten perusteella suurin osa vastanneista on jo tietoisia museoista, joissa mahdollisesti suunnittelevat käyvänsä, kun hakevat tiedon museon verkkosivustolta. Median kautta saattaa löytää keuhuttuja museoita ja näyttelyitä, jotka eivät olisi heti tulleet itselle mieleen. Museokortin verkkosivustolta taas löytää valtaosan museoista ja tietoa niiden näyttelyistä. Sieltä löytyy myös osio lapsiperheille. Museoissa käymistä lasten kanssa ei näyttänyt merkittävästi lisäävän se, että museota on keuhutu mediassa tai sosiaalisessa mediassa. Markkinoinnin vaikutus tuntui olevan vähäinen lapsiperheiden museokäynteihin vaikuttava tekijä. Tähän voi tulkintani mukaan olla syynä myös se, ettei lapsiperheille kohdennettua markkinointia ole saatavilla vaan museoiden markkinointi on pääasiallisesti suunnattu toisenlaisille yleisöille. Yksi vastaaja kertoi avoimessa vastauksessaan seuraavasti: *“Kiinnostavia näyttelyitä olisi varmasti paljon enemmän, mutta niistä ei oikein kunnolla tiedoteta/mainosteta.”*

Lapsiperheitä voi lisäksi jännittää osaavatko lapset käyttäytyä museoissa ja miten lasten kanssa museoissa ollaan, mitä saa tehdä ja mitä taas ei. Onko lapsille saatavilla toiminnallista tilaa, esimerkiksi leikkipaikkaa. Kyselyssäni 23 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että olisi hyödyllistä, jos Museokortti laatisi hauskat ohjeet siihen, miten museoissa ollaan. Voi olla, että perhe ei ole aiemmin käynyt museossa ja uusi tilanne saattaa jännittää sekä lapsia että vanhempia. Museokortin ohjeet saattavat helpottaa museossa käyntiä lasten kanssa. Kaitavuoren (2007, s.288) mukaan museoissa on paljon sisäänrakennettuja sääntöjä siitä, miten museoissa tulisi toimia ja käyttäytyä ja erityisesti siihen liittyen, mitä museoissa ei pitäisi tehdä. Näitä museon käyttäytymissääntöjä ei varsinaisesti opeteta missään vaan ne opitaan museossa käymällä jo varhaisessa iässä. Museot olettavat kävijöiltään tietynlaista museoetikettiä. (Kaitavuori, 2007, s. 288.) Tämän vuoksi olisi hyvä tehdä “ohjeet museon käyttöön” lapsia ja muitakin ensimmäisiä kertoja museoissa kävijöitä ajatellen.

Alueellinen saavutettavuus

Kulttuuria kaikille -palvelun mukaan alueellisella saatavuudella tarkoitetaan kulttuuripalveluiden sijoittautumista valtakunnallisesti ja minkälaisia palveluita on saatavilla eri paikkakunnilla (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. 2023d). Kyselytutkimukseeni osallistui museokortin asiakaskirjeen tilanneita henkilöitä, joista suurin osa (75 prosenttia) asui kaupungissa, joissa on useampia Museokortti kohteita. Alle tunnin päässä kaupungista, jossa on useampia Museokortti-kohteita asui 23 prosenttia vastanneista ja yli tunnin päässä tällaisesta kaupungista asui enää 1,5 prosenttia vastanneista. Yli puolet vastanneista saapuivat julkisilla kulkuvälineillä museoon. Omalla autolla museoon saapui 41 prosenttia vastanneista. Kulttuuria kaikille -palvelun mukaan pääkaupunkiseudulla ja tiheästi asutuilla alueilla on enemmän mahdollisuuksia kulttuurin harrastamiseen kuin harvaan asutuilla alueilla ja julkisilla kulkuvälineillä matkustaminen on yleistä. Harvaan asutuilla alueilla lähin tarjolla oleva kulttuuripalvelu voi olla jopa satojen kilometrien päässä eikä julkisilla kulkuvälineillä kulkeminen ole vaihtoehto. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. 2023d.) Myös kyselyni avoimissa vastauksissa mainittiin museokäyntejä vähentävänä tekijänä oman kotikunnan huono museotarjonta ja pitkä matka sellaiseen kaupunkiin, missä tarjontaa olisi enemmän: *“Pitkä matka (yli 3h/suunta) isompiin kaupunkiin, joissa tarjonta on laajempi.”*

Esteettömyys

Kyselytutkimuksen avoimissa vastauksissa nousi esiin esteettömyys museokäyntejä vähentävänä tekijänä. Museokäyntejä vähentää avointen vastausten mukaan se, jos lastenvaunuja ja rattaita ei saa turvalliseen säilytyspaikkaan museokäynnin ajaksi eikä museon sisäänkäynti ole esteetön museoon vaunujen kanssa tullessa. Rakennusten esteettömyydestä säädetään Valtioneuvoston asetuksessa rakennusten esteettömyydestä ja myös Ympäristöministeriö on antanut ohjeen rakennusten esteettömyydestä. En kuitenkaan käy näiden sisältöä tarkemmin tutkimuksessani läpi. Saavutettavalla ja esteettömästi rakennetulla ympäristöllä kulttuurilaitoksissa tarkoitetaan Opetus- ja kulttuuriministeriön (2014) taiteen ja kulttuurin saavutettavuuden loppuraportin mukaan sitä, että liikkuminen rakennuksessa on turvallista ja mahdollista esimerkiksi lastenvaunujen ja muiden apuvälineiden kanssa.

Tähän liittyy myös se, että esteettömyys on otettu huomioon parkkipaikoissa, wc-tiloissa, valaistuksessa, kulkuväylissä ja muissa mahdollisissa tiloissa. Esteettömässä rakennuksessa kulkemisen tulisi olla miellyttävää kaikille. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014, s.54.) Taiteen ja kulttuurin saavutettavuuden loppuraportin mukaan esteettömyys toteutuu uusissa julkisissa tiloissa Invalidiliitto ry:n mukaan pääosin hyvin mutta vanhojen rakennusten osalta on vielä puutteita esimerkiksi sisäänkäynnin ja opastusten kanssa (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014, s. 54).

Kun mietitään esteettömyyttä museoissa lapsiperheiden kannalta, kyselytutkimuksessa mainittiin liikkuminen lastenvaunujen ja rattaiden kanssa, erilaiset lapsiystävälliset tilat ja palvelut, kuten omien eväiden syöntipaikka, leikkipaikka, toiminnalliset tilat, vaipanvaihtomahdollisuudet ja rattaiden turvallinen säilytyspaikka. Tärkeää on viestiä näistä edellä mainituista esteettömyyteen liittyvistä palveluista mahdollisimman avoimesti esimerkiksi museon verkkosivuilla ja lasten kanssa julkisessa tilassa olisi hyödyllistä käyttää hyödyksi kuvia opastuksessa ja muissa museon toiminnoissa (Hopea & Mäkinen, 2020, s. 17).

Vastaajista 24 prosenttia oli sitä mieltä, että museokäynteihin vaikuttaa positiivisesti se, että museossa on hyvät aukioloajat, mikä lisää museoiden houkuttelevuutta. Museokäyntejä vähentävänä tekijänä nähtiin vastaajista 18 prosentin mielestä se, että museot aukeavat liian myöhään ja 17 prosentin mielestä vastaajista museot menevät kiinni liian aikaisin. Suurin osa pienistä lapsista nukkuu päiväunet, ja ne usein asettuvat puolen päivän aikoihin. Jos museot aukeavat liian myöhään lapsiperhe ei ehdi museoon ennen päiväunia. Päiväunien jälkeen voi olla jo liian myöhäistä lähteä museoon varsinkin arkena. Olen itse kokenut hankalaksi lasten kanssa, jos se aukeaa vasta aamupäivällä esimerkiksi kello 11:00. Lasten kanssa olisi luontevaa lähteä heti aamupalan jälkeen, koska lapset tyypillisesti heräävät hyvin aikaisin ja ovat pirteimmillään. Jos museo aukeaa kello 11.00 se on jo monella lounasaika ja sitten tulee seuraavaksi vastaan väsymys ja mahdollisesti päiväunet. Lapsiperheitä ajatellen kannattaisi ainakin jonakin päivänä viikossa miettiä museon avaamista esimerkiksi jo kello 9:00 kuten kyselyn avoimissa vastauksissa oli mainittu. Avoimissa vastauksissa

oli myös toivottu museoiden olevan auki myös maanantaisin: *“Museot eivät ole maanantaisin auki, jolloin itselläni vapaapäivä.”*

Ymmärtämisen tukeminen osana saavutettavuutta

Kulttuuria kaikille-palvelussa puhutaan yhtenä saavutettavuuden osa-alueena ymmärtämisen tukemisesta. Oppimisessa merkityksellistä on ymmärtäminen. Ihmisillä on erilaisia oppimisen tapoja ja erilaisia tapoja ymmärtää asioita. Museossa voisi olla mahdollisuus oppia esimerkiksi katsomalla, kuuntelemalla tai koskettelemalla. Erilaiset työpajat, ohjelmat, käytännön tekeminen laajentavat perinteisiä oppimistapoja ja museoissa näitä on helppo toteuttaa. Erilaiset oppimiskäsitykset olisi saavutettavuudenkin näkökulmasta tärkeää ottaa huomioon. Lisäksi museossa tulisi ottaa huomioon moninaisuus ja tietoa olisi hyvä olla saatavilla myös selkokielellä. Perheitä ajatellen museossa voitaisiin ajatella käytettävän esimerkiksi kuvia tiedon lähteenä. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta 2023d.) Pienet lapset eivät osaa lukea, joten kuvien käyttäminen voisi havainnollistaa hyvin heille miten museossa toimitaan, mitä saa ja ei saa tehdä ja myös toimia oppimisen välineinä lapsiperheille.

5.4 Oppiminen museoissa

Kyselytutkimuksessani selvitin museoiden vetovoimatekijöitä lapsiperheille. Museoiden houkuttelevuus kohdassa kolmanneksi eniten (63 prosenttia) vastauksia oli saanut vastausvaihtoehto: *“Haluan, että lapseni kasvavat kulttuuritarjonnan parissa”*. Kyselyyn vastanneet selvästi arvostavat museossa oppimisen mahdollisuutta ja pitävät sitä hyvin merkittävänä asiana museoiden houkuttelevuuteen liittyen. Museokäyntien halukkuutta lasten kanssa nähtiin vastaajien mielestä lisäävän myös vuorovaikutteisen näyttelyn (34 prosenttia) ja se, että museo tarjoaa työkaluja lasten kulttuurikasvatukseen (28 prosenttia). Liikasen mukaan (2009, s. 95) taide tukee lasten ja nuorten hyvinvointia ja terveyttä ja parhaiten taide vaikuttaa ihmiseen tekemisen ja harrastusten kautta. Uskon, että tällä seikalla on merkitystä myös perheiden museokäynneillä. Tavoitteena museolla oppimisympäristönä on kasvattaa

yleisöä erilaisten museoesineiden, näyttelyiden ja taiteen avulla sekä lisätä yleisön arvostusta museon sisällöntuotantoon liittyen (Heinonen & Lahti, 2001, s. 190). Museon tulee Heinosen ja Lahden (2001, s. 190) mukaan oppimiseen liittyvässä perustehtävässään miettiä opetusta kohdeyleisön ikärakenteen ja erityispiirteiden mukaan. Lasten kanssa oppiminen liittyy tiedon kartuttamiseen tulevaisuutta varten. (Lahti, 2001, s.190.)

Museoon liittyvässä oppimisessa tulisi ottaa huomioon lasten erityispiirteet oppijoina. Lapset ovat hyvin toiminnallisia ja oppivat esimerkiksi leikin avulla, koskettamalla, eri aistien avulla ja ylipäättään lapset nauttivat, kun saavat tutkia asioita omaehtoisesti. Lapset ovat perusominaisuuksiltaan uteliaita ja heitä kiinnostaa monet asiat, lapset ovat avoimia uusille asioille ja heidän on vaikeaa pysyä paikoillaan. Näin ollen toiminnalliset oppimisen tavat soveltuvat lapsille parhaiten. Museo oppimisessa on myös tärkeää saada koskettaa joitakin esineitä ja hyvät selkeät ja sopivat lyhyet tekstit näyttelyssä. (Heinonen & Lahti, 2001, s. 184-191.)

Hooper-Greenhillin (1994, s. 104) mukaan museoiden vetovoimatekijöitä lapsiperheille olisi erityisesti se, että museot tarjoaisivat perheille mahdollisuuksia oppia yhdessä, ratkaista ongelmia ja herättää keskustelua perheille museossa olevista asioista ja ilmiöistä. Museo oppimisympäristönä ja museon kasvatuksellinen rooli voidaan nähdä hyvin laaja-alaisesti. Museoiden kasvatuksellinen tehtävä voi toteutua joko museossa tai museon ulkopuolella näyttelyissä tai erilaisissa tapahtumissa. Museossa oppimista voidaan tehdä suunnitellusti tai suunnittelematta hyvin monella tavalla. Näitä tapoja voivat olla esimerkiksi erilaiset työpajat, elokuvat, luennot, näyttelyt, videot, teatterit ja julkaisut. Museoiden vahvuutena oppimisenäkökulmasta onkin monipuolisuus. Museon yleisöön voi kuulua ihmisiä hyvin erilaisilla taustoilla, pieniä lapsia, perheitä, ihmisiä eri kulttuureista. Museoilla on käytettävissä hyvin erilaisia keinoja toteuttaa museoiden kasvatuksellista tehtävää, erilaiset yleisöt huomioiden. (Hooper-Greenhill, 1994, s. 139-140.)

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimuksessani keskiössä olivat perheet ja museot. Päädyin kyselytutkimukseen, sillä aiheesta ei ollut juurikaan perustietoa saatavilla. Tavoitteenani oli saada kyselytutkimuksellani mahdollisimman laajasti vastauksia tutkimuskysymyksiini ja konkreettisia ehdotuksia lapsiperheiden museoissa viihtymisestä. Tuon yhteenvedossa esiin aineistoni pohjalta nousseet tärkeimmät tulokset ja keskustelen niistä. Käyn keskeisimpiä tuloksia läpi vastaamalla tutkimuskysymyksiini. Lisäksi esitän konkreettisia kehitysajatuksia museoille ja museokortille lapsiperheiden näkökulmasta. Lopuksi pohdin mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

6.1 Vastauksia tutkimuskysymyksiini

Käyn läpi keskeisimpiä tuloksiani vastaamalla tutkimuskysymyksiini. Sain kattavaa aineistoa ja arvokkaita avoimia vastauksia hyödyntämällä vastattua tutkimuskysymyksiini.

Lapsiperheiden museokäynneistä on niukasti perustietoa, mitkä ovat lapsiperheiden museokäyntejä luonnehtivat peruspiirteet?

Kyselyyni vastasi 325 vastaajaa. Olin positiivisesti yllättynyt vastaajamäärästä, odotin pienempää määrää vastauksia. Kyselytutkimus lähetettiin Museokortin asiakaskirjeessä. Vastaajat olivat tilanneet asiakaskirjeen, eli he olivat tyypillisesti Museokortin haltijoita tai sitten heillä oli joskus ollut Museokortti. Tällä tutkimuksella ei pyritty tavoittamaan museon ei-kävijöitä. Vastanneista suurin osa oli korkeakoulutettuja naisia ja he asuivat kaupungeissa, joissa oli useampia museokorttikohhteita. Museoissa käytiin selvästi eniten oman perheen kanssa. Vastaajista enemmistö oli hankkinut Museokortin nimenomaan sen takia, että haluaa käydä museossa lasten kanssa. Näin ollen aineiston pohjalta tulkitseen, että perheissä, joissa on alle 10-vuotiaita lapsia, käydään museossa mielellään koko perheen kanssa ja museoissa käyminen nähdään mukavaksi koko perheen ajanviettotavaksi. Suosituin käyntimäärä lasten kanssa museoissa vuodessa oli 3-5 kertaa vuodessa. Ilman lapsia

museoissa käydään tutkimuksen mukaan vähemmän. Museoista saatiin eniten tietoa museon omilta verkkosivuilta.

Miten tukea lapsiperheiden museokäyntejä?

Kyselyssä kysyin suoraan vastaajilta, mitkä asiat lisäävät heidän halukkuuttaan museokäynneille lasten kanssa ja houkuttelevat heitä käymään lasten kanssa museossa. Tässä yhteenvedossa pohdin myös, minkälaisia asioita museo ja museon henkilökunta voisi tehdä tukeakseen perheiden museokäyntejä. Käsittelen seuraavassa kappaleessa konkreettisia keinoja vielä tarkemmin perheiden museossa viihtymisen tukitoimiin liittyen. Museon näyttelyiden sisällölliset seikat nousivat aineistosta kärkeen, mutta aineistosta tuli esiin myös useita saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyviä asioita.

Vastausten perusteella eniten lasten kanssa museokäyntejä lisäävä tekijä oli lapsia kiinnostava näyttely. Näyttelyn kiinnostavuutta lapsille tärkeänä tekijänä korosti myös se, että toiseksi eniten museokäyntejä lasten kanssa vähentävä tekijä oli se, ettei näyttely ollut lasten kannalta kiinnostava. Lapsiperheitä houkutteli museoon ajanviete lasten kanssa ja toiseksi eniten vastauksia sai lapsia kiinnostava näyttely. Tulkitsen näitä tuloksia niin, että aikuisille on tärkeää, että aikuiset ja lapset viihtyvät museossa, museoissa on kiinnostavaa nähtävää lapsille ja museoissa on mukavaa viettää aikaa koko perheen kesken. Kyselyn avoimissa vastauksissa toivottiin lapsille toiminnallisia tiloja, joissa saisi koskea esineisiin ja leikkiä.

Saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyviä asioita tuli useamman saavutettavuuden osa-alueen osalta ilmi. Museon lapsiystävällisyyteen liittyvät seikat nousivat aineistosta esiin. Museon ilmapiirillä ja sillä miten lapsiperheet kohdataan ja otetaan vastaan museoissa, on iso merkitys. Tunne siitä, että lapset ovat tervetulleita museoon sai toiseksi eniten vastauksia, kun kysyin vastaajilta, mitkä tekijät lisäävät museokäyntejä lasten kanssa. Museon henkilökunnalla on mahdollista vaikuttaa siihen, että lapsiperheellä on turvallinen ja tervetullut olo museokäynnillä. Lapsiperheitä kiinnostaa myös monet muut saavutettavuuteen ja esteettömyyteen

liittyvät asiat, kuten missä lastenvaunuja voi säilyttää vai voiko ne ottaa mukaan näyttelyyn, mistä löytyvät lastenhoitotilat ja onko paikkaa missä voi syödä omia eväitä. Näiden asioiden opastamisessa museon henkilöstöllä on iso rooli. Museon verkkosivustoilla tai museokortin sivuilla olisi hyvä viestiä lapsiperheille saavutettavuuteen liittyvistä asioista, sillä avoimista vastauksista kävi ilmi, ettei museoista ole tarpeeksi tietoa saatavilla eikä esimerkiksi etukäteen ole löydettävissä tietoa, onko museossa lastenhoitotilat, pääseekö vaunuilla museoon sisään ja onko paikkaa, missä voi turvallisesti säilyttää vaunuja. Yllättävää oli, että museoravintolan tai kahvilan ja museokaupan olemassaolo sai kyselyssä hyvin vähän vastauksia. Omien eväiden syöntiin mahdollisuus ja muut lapsiystävällisyyteen liittyvät asiat näyttävät olevan museossa vieraileville perheille tärkeämpiä. Myös museon hyvät aukioloajat koettiin museon houkuttelevuutta lisääväksi seikaksi.

Museo oppimisympäristönä oli myös tärkeä tekijä, mikä houkutteli käymään lasten kanssa museossa. Vastausvaihtoehto *“haluan, että lapseni kasvavat kulttuuritarjonnan parissa”* sai kolmanneksi eniten vastauksia museon houkuttelevuuteen liittyen. Museolla on kasvatuksellinen perustehtävä ja tämä myös heijastuu vastauksissa. Kyselyyn vastanneet arvostavat mahdollisuutta oppimiseen museossa ja pitävät sitä merkityksellisenä seikkana, kun suunnittelevat museokäyntejä lasten kanssa. Museon tulisi myös ottaa huomioon erilaiset oppimistavat, osallistujien ikä ja moninaisuus, jotta jokaisen ihmisen oppimista voitaisiin tukea mahdollisimman hyvin. Esimerkiksi pienten lasten kanssa kuvien käyttäminen, käytännön tekeminen ja työpajat voisivat olla hyviä työkaluja oppimisen tueksi.

Minkälaisia haasteita lapsiperheet kokevat museokäynneillä?

Selvitin kyselytutkimuksessani, minkälaiset asiat vähentävät lapsiperheiden museokäyntejä. Tässä kappaleessa käyn tärkeimmät museokäyntejä vähentävät tekijät läpi ja pohdin, miten museo voisi vaikuttaa näihin museokäyntejä vähentäviin tekijöihin. Seuraavassa luvussa käyn konkreettisin esimerkein läpi, miten museo voisi kiinnittää huomiota lapsiystävällisyyteen museoissa.

Museokäyntejä lasten kanssa tärkeimpänä vähentävänä tekijänä nähtiin pääsylippujen hinta. Avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että lastenlippujen maksullisuus vähensi lapsiperheiden museokäyntejä. Lapsille ei ole saatavilla Museokorttia ja aikuisten Museokortin hinta on lapsille liian korkea. Monissa museoissa alle 18-vuotiaat pääsevät ilmaiseksi sisään museoon mutta ainakin pääkaupunkiseudulta löytyy museoita, joissa alle 10-vuotiaat joutuvat maksamaan pääsylipun. Näistä museoista erityisesti avoimissa vastauksissa mainittiin Heureka.

Tunne siitä, että lapset eivät ole tervetulleita museoon, että lapset häiritsevät muiden museokäyntiä koettiin lasten kanssa museokäyntejä vähentäväksi tekijäksi. Tämä kysymys olisi ollut hyvä jakaa kahteen eri kysymykseen. Tästä kysymyksestä ei voi päätellä, johtuuko tämä museon henkilökunnasta vai muista asiakkaista. Kävin tulosten analyysiosiossa läpi Ylen artikkelia, jossa puhutaan lapsivihamielisyydestä Suomessa. Tämä voi vaikuttaa myös museoissa. Lasten tulisi osata käyttäytyä kuin aikuiset tai kuten kyseisessä artikkelissa mainittiin, olla lähes näkymättömiä. Avoimista vastauksista kävi ilmi, että vanhemmat kokevat museokäyntejä vähentävänä tekijänä, jos koko ajan pitää olla kieltämässä lasta eikä museossa ole lapsille tarpeeksi tekemistä eikä mihinkään saa koskea. Lapsille toivotaan siis toiminnallista tilaa tai ohjelmaa museoihin, jotta lapset viihtyisivät museoissa paremmin. Henkilökunnalla on tärkeä rooli siinä, että lapsiperheet kokevat olevansa tervetulleita ja jos huomaavat esimerkiksi syrjivää käytöstä siihen tulisi puuttua.

Vastausvaihtoehdoista toiseksi eniten vastauksia sai se, ettei näyttely ole kiinnostava. Museokäynneillä perheelle korostuu lasten viihtyminen museoissa, tämän myötä myös vanhemmilla on mahdollista nauttia museon antimista ja perheet tulevat museoon uudelleenkin. Myös se, jos lapsille ei ole tapahtumatarjontaa museoissa, nähtiin museokäyntejä vähentävänä tekijänä. Museon aukioloajat vaikuttavat myös vähentävästi museokäynteihin lasten kanssa, jos museot aukeavat liian myöhään tai sulkevat ovensa liian aikaisin. Oma kokemukseni on se, että moni museo avaa ovensa liian myöhään. Museot voisivat harkita ja kokeilla aikaisempia aukioloaikoja, vaikka jonakin aamuna viikossa. Mitä pienempiä lapset ovat sitä suurempi merkitys tällä on

päiväunien ja tarkkojen ruokailuaikojen vuoksi. Avoimissa vastauksissa oli toivottu museoiden aukeavan kello 9:00. Jos museot avaavat ovensa kello 10:00 tai myöhemmin, tulee nopeasti lounasaika tai päiväunet vastaan ja tällöin perheet, joilla on pieniä lapsia keksivät helposti jotain muuta tekemistä kuin museovierailun aamupäivälle. Avoimissa vastauksissa toivottiin myös, että museot olisivat avoinna myös maanantaisin.

Näyttelyiden soveltuvuus herätti avoimissa vastauksia huolia vanhemmille. Näyttelyistä ja niiden soveltuvuudesta lapsille olisi hyvä olla jo etukäteen tietoa museoiden verkkosivustoilla. Näyttelyissä olisi hyvä olla ikäsuositukset, sillä jotkut näyttelyt ja teokset voivat olla pelottavia pienille lapsille ja sisältää esimerkiksi kovia ääniä tai vilkkuvia valoja. Näistä tulisi etukäteen varoittaa ja viimeistään asiakaspalveluhenkilökunnan tulisi kertoa siinä vaiheessa, kun perhe saapuu näyttelyyn. Museoissa on avoimien vastausten mukaan mahdotonta estää pieniä lapsia näkemästä teoksia, jotka eivät heille sovellu.

Esteettömyyteen liittyviä asioita nousi aineistosta useampia, mutta ne eivät kyselyn perusteella ole määrällisesti niin tärkeitä kuin näyttelyn sisällölliset tekijät ja perheiden yhteisen ajan viettäminen ja viihtyminen museoissa. Huolenaiheena perheillä kuitenkin oli se, että museoon on hankalaa saapua lasten kanssa ja että museoissa on hankalaa liikkua vaunujen kanssa. Myös omien eväiden syöntipaikan puuttuminen ja lastenhoitotilojen puuttuminen vaikutti museokäynteihin negatiivisella tavalla. Avoimissa vastauksissa nousi esille se, ettei lapsiystävällisyyteen ja esteettömyyteen liittyvistä asioista ole tietoa ennakolta. Museokäyntejä vähentää kyselyn mukaan myös se, jos museon sisäänkäynti ei ole esteetön eikä lastenvaunuja saa turvalliseen paikkaan säilytykseen.

Mikä rooli museokortilla on perheiden museokäynneissä?

Tämän tutkimuskysymyksen taustalla on selvittää voisiko Museokortti luoda lapsiperheille palveluita, jotka helpottaisivat ja tukisivat heidän museokäyntejään.

Lisäksi halusin selvittää voisiko Museokortti lisätä perheiden museokäyntejä ja millä tavoin.

Museokortin nähtiin parhaiten tukevan lapsiperheitä kortin verkkosivustolla ja sovelluksessa heille suunnatun osion avulla. Museoiden lapsiystävällisyydestä, lapsille suunnatuista näyttelyistä ja tapahtumista sekä museoiden esteettömyyteen liittyvistä asioista tuntuu olevan avoimien vastausten mukaan vähän tietoa museoiden verkkosivustoilla. Viestintä lapsiperheitä kiinnostavista asioista saavuttaa kyselytutkimuksen avointen vastausten mukaan huonosti lapsiperheet. Tähän tarpeeseen toivottaisiin Museokortilta lapsiperheille sivut, mihin olisi koottu kaikista museokorttimuseoista tarvittavat tiedot lapsiperheille. Museokortilla on jo tällaiset lapsiperheille tarkoitetut sivut mutta niihin voisi lisätä saavutettavuuteen, esteettömyyteen ja näyttelyn soveltuvuuteen liittyviä asioita. Näin ollen perheiden ei tarvitsisi tietoa edellä mainituista asioista saadakseen vierailta kuin Museokortin sivustoilla tai sovelluksessa. Avoimissa vastauksissa toivottiin myös mahdollisuutta hakea museoita lapsiystävällisyys sanalla.

Museokortin museopuuhaa tehtäväpaperit ja lasten museopassit, joita jaetaan museoissa, sai toiseksi eniten vastauksia. Näistä lapset saavat mukavaa tekemistä museokäynnin ajaksi. Museon henkilökunnan kannattaisi näistä perheille kertoa ja jakaa, sillä kyselyn perusteella nämä ovat olleet lapsiperheiden mieleen. Myös monessa museossa on oman kokemukseni mukaan omat tehtäväpaperinsa lapsille. Oman tehtäväpaperin ja Museokortin museopuuhaa tehtäväpaperin suhdetta kannattaisi miettiä. Voisiko näitä lapsille suunnattuja tehtäviä jotenkin yhdistää vai jaetaanko molemmat. Museokortin lapsiperheille suunnatut edut olivat kyselyn perusteella lapsiperheiden mieleen samoin kuin lapsille järjestetyt tapahtumat. Myös Museokortin laatimat vinkkilistat lomalle lasten kanssa koettiin tukevan lapsiperheiden museoissa käyntejä. Museokortti-kohteita on ympäri Suomen ja koronavuosien jälkeen myös kotimaanmatkailu on lisääntynyt.

Museokortti voisi kyselyn perusteella laatia lapsille hauskat ohjeet, miten museoissa ollaan. Perhettä voi jännittää osaavatko lapset käyttäytyä museoissa, mitä saa tehdä ja mitä ei, onko museoissa esineitä mihin saa koskea ja onko lapsille olemassa leikkipaikkaa tai muuta toiminnallista tilaa. Museoympäristö voi olla uusi koko perheelle. Kaitavuoren (2007) mukaan museoissa on paljon sääntöjä mitkä opitaan vain museoissa käymällä. Tämänkin vuoksi olisi hyvä idea tehdä “museon käyttöohjeet” lapsille ja miksei myös vähän museoissa käyneille aikuisille.

Koko kyselyssä eniten avoimia vastauksia tuli liittyen Museokorttiin ja siihen, miten Museokortti voisi tukea lapsiperheiden museokäyntejä kohdassa *joku muu mikä*. Suurin osa avoimista vastauksista koski lasten Museokorttia. Lapsille toivottiin omaa Museokorttia, sillä monessa lapsia kiinnostavassa museoissa lapsilla on pääsymaksu kuten esimerkiksi Heurekassa, Luonnontieteellisessä museoissa ja Tekniikan museoissa. Useissa museoissa lapset pääsevät ilmaiseksi sisään. Avoimissa vastauksissa oli myös lasten Museokortin lisäksi hyviä ideoita perheen museokäynnin hinnoitteluun. Toivottiin, että museokortin haltijan kanssa alle 10-vuotiaat lapset pääsisivät ilmaiseksi museoon. Toivottiin myös, että Museokortin haltijoiden lapset voisivat saada alennuksia esimerkiksi Heurekaan tai Luonnontieteelliseen museoon. Tämän lisäksi toivottiin perhekorttia, jolla pääsisi edullisemmin esimerkiksi Heurekaan. Museoiden pääsylippujen hinta koettiin eniten perheiden museokäyntejä vähentäväksi tekijäksi.

6.2 Toimenpide-ehdotuksia museoille ja Museokortille

Seuraavassa esitän tutkimustulosteni perusteella konkreettisia toimenpide-ehdotuksia museoille ja Museokortille tukemaan perheiden museokäyntejä.

1. Viestintä lapsiperheille yhteen paikkaan

Lapsiperheet kokivat kyselyn perusteella ettei tietoa museon saavutettavuudesta ja esteettömyydestä ole ainakaan helposti saatavilla. Lisäksi tapahtumista ja lapsille sopivista näyttelyistä toivottiin tietoa museokortin verkkosivustolle tai sovellukseen.

Näyttelyiden ikäsuosituksista olisi tärkeää viestiä etukäteen, ettei näyttelyn soveltumattomuus lapsiperheille tule yllätyksenä. Saavutettavuudesta viestiminen on tärkeää, sillä museovierailu saattaa jäädä kokonaan väliin, jos tarvittavaa tietoa ei löydy. Museoiden verkkosivuilla olisi hyvä olla tarvittavat tiedot ja osio lapsiperheille ja sen lisäksi tiedot voisi koota Museokortin verkkosivustolle. Museokortilla on jo osio lapsiperheille mutta olisi lapsiperheystävällistä, jos sinne saataisiin sisältöä museoiden saavutettavuudesta ja näyttelyiden soveltuvuudesta lapsille. Lisäksi kyselyni avoimissa vastauksissa ehdotettiin, että museota voisi hakea Museokortin verkkosivustolta “lapsiystävällinen” sanahauulla ja tällä tavoin löytäisi helposti kaikki lapsiystävälliset museot.

Ainakin seuraavat asiat olisi kyselyn perusteella hyvä löytyä yhdestä paikasta:

- Museon saavutettavuuteen ja esteettömyyteen liittyvät asiat
 - Pääseekö lastenvaunuilla sisään museoon
 - Onko museossa turvallista vaunuparkkia
 - Saako museossa liikkua lastenvaunujen kanssa
- Onko näyttely soveltuva lapsiperheille
- Onko museossa toiminnallista tilaa tai leikkipaikkaa lapsille
- Tapahtumat lapsiperheille
- Onko museossa omien eväiden syöntimahdollisuus ja lastenhoitotilat

2. Museon käyttöohjeet perheille

Kyselyssäni tiedusteltiin, miten Museokortti voisi helpottaa lasten kanssa museoissa käyntiä. Yhtenä vastausvaihtoehtona oli, että Museokortti voisi laatia lapsille hauskat ohjeet siitä, miten museoissa ollaan. Museoissa käyminen ensimmäistä kertaa koko perheen kanssa voi jännittää, joten ohjeet voisi suunnata koko perheelle, lapsille ja aikuisille. Perheen aikuiset voivat esimerkiksi pohtia, saako museossa koskea mihinkään, mitä jos lapset metelöivät museossa, miten museossa tulee käyttäytyä ja onko lapsille toiminnallista tilaa. Ohjeissa voitaisiin ottaa esille myös moninaisuus ja erilaisuus ja, että museo on tarkoitettu meille jokaiselle.

3. Perheen museohinnoittelu ja aukioloajat

Museoiden pääsylippujen hintojen koettiin vähentävän eniten perheiden museokäyntejä. Erityisesti lastenlipun maksullisuus koettiin avointen vastausten perusteella jopa estäväksi tekijäksi museokäynnille. Museoiden tulisi olla myös hinnoittelultaan saavutettavia ja vähävaraisille ja monilapsisille perheille olisi hyvä luoda hinnoittelumalleja, joiden avulla museoissa käyminen olisi mahdollista. Ylipäättään museoiden tulisi tarkkaan harkita, onko lastenlipun maksullisuus välttämätöntä vai pääsisivätkö lapset maksavan aikuisen kanssa ilmaiseksi sisään. Museot voisivat harkita, olisiko lapsilla ilmainen sisäänpääsy museoihin tiettyinä rajattuna kellonaikana. Yhtenä vaihtoehtona voisi olla perhelippu, jolla koko perhe pääsisi sisään edullisemmin ja lasten lukumäärästä riippumatta hinta olisi sama yhdelle perheelle. Maksuttomia päiviä ja maksa mitä haluat päiviä, on otettu museoissa käyttöön, jolloin kaikilla on mahdollisuus päästä museoihin. Perheiden museokäynneissä tulisi muistaa se, että jo matkat ja ruuat voivat tulla kalliiksi, varsinkin jos museossa ei ole paikkaa missä voi syödä omia eväitä. Koko paketista voi tulla niin kallista, että museokäynti jää perheeltä väliin.

Ehdotuksia museoille perheiden hinnoitteluun liittyen:

- Lapsille ilmainen sisäänpääsy museoon
- Lapsille ilmainen sisäänpääsy tiettyinä kellonaikoina
- Perhelippu (koko perhe edullisemmin museoon)
- Maksuttomat päivät perheille ja myös kaikille museovieraille
- Maksa mitä haluat päivät

Museokortin osalta tuli avoimissa vastauksissa paljon toiveita lasten museokortista, mikä olisi edullisempi kuin aikuisten Museokortti. Myös koko perheen Museokorttia ehdotettiin. Aikuiset pääsevät Museokortilla suurimpaan osaan museoista, mutta lapsille voi olla erillinen pääsymaksu. Lisäksi avoimissa vastauksissa toivottiin, että aikuisen Museokortilla voisi päästä Museokortin haltijan alle 10-vuotiaat lapset ilmaiseksi museoon ja että Museokortin haltijan lapset saisivat alennusta museolipuista.

Ehdotuksia Museokortille hinnoitteluun liittyen:

- Lapsille oma edullisempi Museokortti
- Perheelle yhteinen Museokortti
- Museokortin haltijan lapsille ilmainen sisäänpääsy museoon
- Alennuksia Museokortin haltijan lapsille museon pääsylipuista

Aukioloajat vaikuttavat perheiden museokäynteihin. Esimerkiksi pienten lasten kanssa lähdetään usein aikaisin liikkeelle, sillä lapset heräävät aikaisin. Olisi hyvä, jos museoissa olisi päiviä, jolloin museot aukeaisivat aikaisemmin ja lapsiperheiden olisi mahdollista vierailla museossa ennen lounasaikaa. Lapsiperheille sopivat aukioloajat riippuvat hyvin paljon lasten iästä. Pienet lapset nukkuvat ainakin yhden päiväunet. Pienen vauvan kanssa on helppoa mennä museoon lähes milloin vain, jos vaunuilla saa liikkua museotilassa ja vauva tykkää nukkua vaunuissa. Museot voisivat kysyä perheiltä, minkälaiset ajankohdat olisivat heille parhaita ja ottaa käyttöön ainakin välillä lapsiperheelle hyvin sopivia aukioloaikoja. Avoimissa vastauksissa toivottiin museoiden aukeavan kello 9:00. Museot voisivat esimerkiksi kokeilla “perhelauantai”-teemalla aikaisempaa aukioloaikaa. Museoiden toivottiin olevan avoinna myös maanantaisin. Osa museoista voisi kokeilla ovien avaamista myös maanantaisin.

4. Henkilöstön kouluttaminen lapsiystävällisyyteen

Kyselyssä merkitykselliseksi tekijäksi koettiin se, että lapsiperheellä on tervetullut olo museossa. Tämä on kulttuuria kaikille -palvelun mukaan osa sosiaalista saavutettavuutta ja henkilökunnalla on tähän merkittävä vaikutus. Näin ollen museoiden tulisi henkilöstön perehdytyksessä ja koulutuksessa ottaa huomioon myös lapsiperheiden asiakaspalveluun liittyvät erityispiirteet. Henkilöstön kouluttamisessa tulisi huomioida yhdenvertaisesti kaikki asiakkaat ja ottaa moninaisuus huomioon. Lapsiperheille olisi hyvä heti lipunmyynnissä kertoa, minkälaisia lapsiperheen palveluita museossa on saatavilla. Mistä löytyy lastenhoitotilat ja mahdollisuus omien eväiden syömiseen, jos tällaisia on saatavilla. Missä voi säilyttää vaunuja tai pääseekö

vaunujen kanssa näyttelyyn. Lisäksi on tärkeää kertoa, soveltuvatko kaikki näyttelyt lapsille. Lapsiperheelle suunnatusta mahdollisesta ohjelmasta tai opastuksesta olisi hyvä kertoa. Lisäksi museoissa on usein saatavilla lapsille suunnattuja tehtäväpapereita. Nämä olisi hyvä jakaa heti lipunmyynnissä ja myös Museokortin laatimat museopuuhaa tehtäväpaperit ja lasten museopassit, jos on kyse Museokortti-museosta.

Itse näyttelyssä olisi tärkeää, että lapsiperheille tulisi tunne, että he ovat tervetulleita museoon eivätkä häiritse muiden museokäyntejä. Helposti puututaan vain lasten "huonoon" käytökseen, jos lapsi esimerkiksi juoksee näyttelyssä tai koskee johonkin mihin ei saisi koskea. Näihin on tietenkin hyvä puuttua mutta tämän lisäksi olisi tarpeen huomioida lapset myös näyttelyssä mukavalla tavalla ja vaikka kertoa näyttelystä lapsiystävällisesti ja antaa vinkkejä, mitä voisi seuraavaksi käydä katsomassa ja mikä voisi kiinnostaa lapsiakin. Henkilökunta voisi myös kysyä oppimiskulmasta lapsilta kivoja kysymyksiä museon näyttelyihin liittyen, tai auttaa tehtävissä, jos sellaisia on lapsille lipunmyynnissä annettu. Lapsiperheille voi tulla tunne, etteivät he ole tervetulleita museoon ja häiritsevät museossa muiden museovieraiden mielestä, joten museohenkilökunta olisi hyvä myös perehdyttää tällaisten tilanteiden varalle, eikä museoissa tulisi hyväksyä syrjintää missään muodossa. Museohenkilökunta voi omalla esimerkillään tehdä museon ilmapiiristä lapsiystävällisemmän.

5. Perheiden osallistuminen näyttelyiden ja tapahtumien suunnitteluun

Kyselyssä pidettiin tärkeänä museokäyntejä lisäävänä seikkana sitä, että museon näyttely on kiinnostava lapsille. Museokäynnit ovat hyödyllistä ajanvietettä koko perheelle ja tämän vuoksi on tärkeää, että koko perhe viihtyy näyttelyissä. Jos näyttelyt on suunniteltu pelkästään aikuisia varten eikä museossa ole lapsille suunnattua ohjelmaa tai toiminnallisia tiloja, on mahdollista etteivät lapset enää halua uudestaan museoon, eikä perhe koe museokäyntiä mielekkäänä koko perheen ajanvietteenä. Perheitä voisi ottaa mukaan näyttelyyn ja mahdollisen ohjelman suunnitteluun. Olisi merkityksellistä, jos lapset saisivat osallistua ja ideoida ja sitten ainakin pieni osa ideoinneista toteutettaisiin. Tämän voisi toteuttaa esimerkiksi

työpajan muodossa, jossa lapset saisivat askarrella ja lasten tekemät työt päätyisivät näyttelyn osaksi. Tämän voisi toteuttaa hyvin monella tavalla mutta tärkeää olisi osallistaa perheitä mukaan ideointiin.

6.3 Tutkimuksen merkitys ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita

Tutkimukseni yksi tavoite oli tuottaa perustietoa lapsiperheiden museokäynneistä. Laajan otoksen ansiosta tämä tavoite täyttyi hyvin. Tutkimus osoittaa sen, että neljä valitsemaani teemaa: yleisötyö, saavutettavuus, oppiminen museoissa ja Museokortti soveltuivat hyvin lapsiperheiden museokäyntien tutkimiseen. Tutkimukseni merkitys taiteen johtamisen tutkimukselle voidaan jakaa kolmeen päätulokseen. Ensimmäisenä tutkimus on tuottanut perustietoa lapsiperheiden museokäynneistä, toisena tutkimus on osoittanut sen, että yleisötyön ja saavutettavuuden teoriat soveltuvat hyvin lapsiperheiden museokäyntien tutkimiseen ja kolmantena tästä tutkimuksesta nousee useita jatkotutkimusaiheita, joita käsittelen seuraavaksi.

Jatkossa olisi kiinnostavaa selvittää syvällisemmin lapsiperheiden tunnetta siitä, etteivät he kuulu museoon eivätkä tunne oloaan tervetulleeksi. Olisi kiinnostavaa tietää johtuuko tämä yleisestä ilmapiiristä museossa, henkilökunnan toimista vai muiden asiakkaiden reaktioista. Lisäksi voitaisiin tutkia, miten museoiden johto suhtautuu lapsiystävällisyyteen liittyviin asioihin. Tähän jatkotutkimusaiheeseen soveltuisi tutkimusmetodiksi mielestäni parhaiten syvähaastattelut.

Oppiminen museoissa on tärkeä osa museon perustehtävää. Kiinnostavia jatkotutkimusaiheita tämän tutkimuksen perusteella voisi olla esimerkiksi, miten oppiminen museoissa tapahtuu ja miten paljon kasvatustyötä museoissa tehdään. Lisäksi kiinnostavaa on, miten koulujen opetus suunnitelmissa on huomioitu lasten taidekasvatus ja museoiden kasvatuksellinen työ. Voitaisiin myös tutkia käytännössä, miten museoissa oppiminen jakaantuu perheiden museokäyntien ja koulujen museokäyntien osalta ja kuinka paljon koulut hyödyntävät museon palveluita.

Saavutettavuuteen liittyen kiinnostavia tutkimusaiheita voisi olla saavutettavuuden viestinnän toteutuminen perheiden osalta. Miten hyvin perheet saavat tietoa kunkin museon saavutettavuuteen liittyvistä asioista. Lisäksi olisi tärkeää tutkia miten esteettömyys on toteutettu museoissa lapsiperheitä ajatellen ja jos ei ole, niin onko se este perheen museokäynneille.

Perheiden museokäynneistä ei ole Suomessa tehty paljon tutkimuksia, joten olisi merkityksellistä tietää, minkä verran museokävijöistä on perheitä. Mikä vaikutus taloudellisesti perheiden museokäynneistä on museoille. Lisäksi hyvin mielenkiintoista olisi tutkia, miten perheiden yhteiset museokäynnit ovat vaikuttaneet siihen, että lapsista tulee tulevaisuudessa museokävijöitä ja museoissa käyminen ja muut kulttuuriharrastukset tuntuvat luonnollisilta. Minkälaiset asiat ovat vaikuttaneet siihen, jatkuuko museoharrastus aikuisuuteen asti ja laajeneeko se myös muiden kulttuuriharrastusten pariin.

Tavoitteena tutkimuksessa on ollut myös tuottaa konkreettista hyötyä museo- ja kulttuurialalle ja heidän asiakkailleen, erityisesti lapsiperheille. Tutkimuksen perusteella laatimani viisi konkreettista toimenpide-ehdotusta ovat huomattavassa osin suoraan sovellettavissa parempien kulttuurielämysten tuottamiseen lapsiperheille. Esimerkiksi henkilöstön kouluttamiseen ja lasten osallistumiseen liittyvät suositukset ovat suoraan sovellettavissa lapsiperheille suunnattavassa konsertti- ja teatterityössä. Yleisesti ottaen museo- ja kulttuurialalla olisi tärkeää tiedostaa, että lapsiperheet ovat suuri ja potentiaalinen yleisöryhmä asiakaskunnan kasvattamiseen ja sitä kautta kulttuurityön yhteiskunnallisen vaikuttavuuden nostamiseen. Lapset ovat tulevaisuuden kulttuuriharrastajia ja perheiden parempi palveleminen voi rohkaista nykyhetken lapsia aktiivisiksi kulttuurikävijöiksi myös aikuisena.

Lähteet

Elo, P., Järnefelt, H., Kallio, K., Laine, M., Pohjanvirta, M-L. Perintö, identitetit ja museo, museoiden ja koulujen yhteistyö. Teoksessa Kallio, Kalle (toim.), *Museo oppimisympäristönä*. Suomen museoliiton julkaisuja 54. Helsinki: Suomen museoliitto ja Suomen Tammi Plus –projekti, s. 16-21.

FMA Creations Oy/Museokortti. *Mikä on Museokortti?* 2023. Luettu 30.7.2023, <https://museot.fi/museokortti/>

Forssell, H., Kaukonen, M., Lamminen, M., Mattila, M. Mikä on museo? Teoksessa Kallio, Kalle (toim.), *Museo oppimisympäristönä*. Suomen museoliiton julkaisuja 54. Helsinki: Suomen museoliitto ja Suomen Tammi Plus –projekti, s. 23-29.

Heikkilä, R. 2016. *Suomalainen Kulttuuriosallistuminen ja eriarvoisuus Ei-osallistujien jäljillä*. Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja 2016. Luettu 08.07.2023. <https://journal.fi/kultpol/article/view/60095/25475>

Heikkilä, R. 2015. Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus. Teoksessa A. Lindholm (toim.), *Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Helsinki, 33–52.

Heinonen, J., Lahti, M. (2001) *Museologian perusteet*. Suomen museoliiton julkaisuja 49. Gummerrus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Helsingin sanomat. Vuori, S. (2023) Sivistyksen hinta. Luettu 18.9.2023. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000009846331.html>

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2003). *Tutki ja kirjoita* (11 painos.). Tammi.

Holm, Leskilä & Tyynilä (2017). *Miksi museoon? Suomalaisten kysely museoista*. Taloustutkimus. Luettu 27.11.2022. <https://www.museoliitto.fi/doc/tilastot/171212-taloustutkimus-miksi-museoon.pdf>.

Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and their visitors*. Taylor & Francis Group.

Hooper-Greenhill, E. (1994). Museum education: past, present and future. Teoksessa Miles, R., Zavala, L. *Towards the Museum of the Future*. (1994). Routledge London and New York.

Kawashima N. 2000. *Beyond the division of attenders vs non-attenders: a study into audience development in policy and practice*. Coventry: Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.

Kuitu, P. (2020) Esteettömyys ja saavutettavuus suunnittelussa. Teoksessa Hopea, S., Mäkinen, M. (toim.) *Saavutettavuusopas lastenkulttuurikeskuksille ja taiteen perusopetuksen oppilaitoksille*. Saavutettava taideharrastus 2- hanke. Luettu 19.9.2023. https://lastenkulttuuri.fi/wp-content/uploads/2020/03/sata2_opas_web1.pdf

Kuitu, P. (2020) Inklusio. Teoksessa Hopea, S., Mäkinen, M. (toim.) *Saavutettavuusopas lastenkulttuurikeskuksille ja taiteen perusopetuksen oppilaitoksille*. Saavutettava taideharrastus 2- hanke. Luettu 19.9.2023. https://lastenkulttuuri.fi/wp-content/uploads/2020/03/sata2_opas_web1.pdf

Kettunen, K. 2010. Oppia ikä kaikki! Lapset museossa. Teoksessa Koskinen, T., Mustonen, P. & Sariola, R. (toim.) *Taidekasvatuksen Helsinki: Lasten ja nuorten taide- ja kulttuurikasvatus*. Espoo: Multiprint Oy, 70–77

Langinauer, C., Linnapuomi, A., Marti, M., Salonlahti, O., Salovaara, S. (2021). *Museoiden saavutettavuuden ja moninaisuuden tarkistuslista*. Kulttuuria kaikille - palvelu / Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. Luettu 26.7.2023. http://kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/Museoiden_saavutettavuuden_ja_moninaisuuden_tarkistuslista.pdf

Levanto, M. (2004). Temppeleissä ja toreilla. Teoksessa Levanto, M., Pettersson, S. (2004) *Valistus / museopedagogiikka / oppiminen. Taidemuseo kohtaa yleisönsä*. Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys / Valtion taidemuseo 2004. S. 49-64.

Liikanen, H. (2009). Taide- ja taitoaineet oppilaiden hyvinvoinnin edistäjinä - hyvä pohja elämälle. Teoksessa Opetushallitus. (toim.) *Taide ja taito – kiinni elämässä!* (s.91-96). Luettu 5.9.2023. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/49220_taide_ja_taito.pdf

Lindholm, A. (2015). Ei-kävijät yleisötutkimuksen läpivalaisussa. (s. 64-73) Teoksessa Lindholm, A. (toim.) *Ei-kävijästä osalliseksi –Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Luettu 10.7.2023. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf>

Lindholm, A. (2011) Kulttuurin kulutus Suomessa Teoksessa Lindholm, A., Simovaara, J., Cantell, T., Mielonen, H. (2011). *Yleisötutkimus kulttuurialan oppinnäytetyönä*. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Luettu 4.9.2023. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/34195/978-952-456-115-0.pdf>

Matalalla kynnyksellä kulttuurielämyksiin – Museokortin myyntitulot jäävät museoalalle. Luettu 18.9.2023. <https://museot.fi/tietoa-museokortista>

Museokorttia käytetty tänä vuonna enemmän kuin koskaan aiemmin – katso alueesi suosituimmat kohteet. Luettu 17.5.2023. <https://museot.fi/medialle/>

Museokorttitutkimus (2019), Nordic Institute of Business and Society

Museolaki

Museumvereniging, 2023. For families (Museumpass for kids, Netherlands). Viitattu 30.7.2023. <https://www.museum.nl/en/families>

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2018. *Mahdollisuuksien museo*. Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:11. Luettu 2.9.2023. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160600/OKM_11_2018.pdf

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2014. *Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus – loppuraportti, Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2014:15*. Luettu 8.8.2023. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75254/tr15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Raunio, K. (1999). *Positivismi ja ihmistiede. Sosiaalitutkimuksen perustat ja käytännöt*. Gaudeamus.

Ronkainen, S. & Mertala, S. & Karjalainen, A. (2008). Kvalitatiivisuus, kvantitatiivisuus ja sähköinen kyselytutkimus. Teoksessa S. Ronkainen & A. Karjalainen (toim.), *Sähköä kyselyyn: Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa*. Lapin yliopisto. 17–30.

STTinfo. Museokortin vaikutukset: pääsylipputulot +71%, museokäynnit +32% — museoalan ansaintalogiikka muuttunut. Luettu 5.9.2023. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/museokortin-vaikutukset-paasylipputulot-71-museokaynnit-32-museoalan-ansaintalogiikka-muuttunut?publisherId=65177263&releaseId=69860854>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2002). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilka, H. (2005). *Tutki ja Kehitä*. Kustannusosakeyhtiö Tammi

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023a). Luettu 25.7.2023. *Tietoa meistä*. https://www.kulttuuriakaikille.fi/tietoa_meista

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023b). Luettu 30.7.2023. *Hinnoittelu*. https://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_hinnoittelu_saavutettavuus

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023c). Luettu 7.8.2023. *Sosiaalinen saavutettavuus*. https://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_sosiaalinen_saavutettavuus

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023d). Luettu 7.8.2023. *Alueellinen saatavuus*. https://www.kulttuuriakaikille.fi/mita_on_saavutettavuus-alueellinen_saatavuus

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023e). Luettu 2.9.2023. *Mitä on saavutettavuus?*
https://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus

Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. (2023d) Luettu 6.9.2023. *Ymmärtämisen tukeminen*.
https://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_ymmartamisen_tukeminen

YK:n lasten oikeuksien sopimus

Yle uutiset (24.7.2023). Kröger, T. ”Minun lapsi ei mahdu minnekään” – Katja Särkkää surettaa muiden käytös pientä tytärtä kohtaan julkisilla paikoilla. Luettu 7.8.2023. <https://yle.fi/a/74-20041357>

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake

1. Syntymävuosi

- Yyyy

2. Postinumero

- 00000

3. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

4. Koulutus

- Peruskoulu
- Toisen asteen koulutus
- Alempi korkeakoulu
- Ylempi korkeakoulu

5. Matkustusaika kaupunkiin, jossa on useampia Museokortti-kohteita (arvioi matkustusaika useimmin käyttämälläsi matkustustavalla)

- Asun tällaisessa kaupungissa
- Alle tunti
- Yli tunti
- Yli kaksi tuntia
- Yli kolme tuntia

6. Miten saavut useimmin museoon lasten kanssa?
 - Omalla autolla
 - Julkisilla
 - Kävellessä tai pyörällä
 - Muu tapa

7. Valitse seuraavasta valikoista alle 10-vuotiaiden lastesi syntymävuodet.
 - Alasvetovalikko, josta saa valita vuodet

8. Valitse 3-5 tärkeintä tekijää, jotka houkuttelevat museoon lasten kanssa:
 - Ajanviete lasten kanssa.
 - Kiinnostava lapsille suunnattu tapahtuma, työpaja tai opastus
 - Kiinnostava lapsille suunnattu näyttely
 - Itseäni kiinnostava näyttely
 - Haluan, että lapseni kasvavat kulttuuritarjonnan parissa.
 - Omistan Museokortin
 - Museoravintola tai -kahvila
 - Museokauppa
 - Mahdollisuus tavata ystäviä lasten kanssa
 - Mahdollisuus viettää aikaa paikassa, jossa on muitakin lapsia
 - Lapsiystävällinen museo (hyvät lastenhoitotilat, ruoan lämmitys, omien eväiden syöminen)
 - Jokin muu, mikä?

9. Valitse 3-5 sinun mielestäsi tärkeintä tekijää, jotka kohdallasi vähentävät museokäyntejä lasten kanssa
 - Museoon on vaikea saapua lasten kanssa.
 - Pääsylippujen hinnat
 - Museokortin hinta
 - Museot aukeavat liian myöhään.

- Museot menevät kiinni liian aikaisin.
- Museossa on hankala liikkua vaunujen kanssa.
- Museon lastenhoitotiloista ei löydy tietoa netistä.
- Museon lastenhoitotilat ovat puutteelliset
- Syöttötuoleja tai lasten ruoanlämmitysmahdollisuuksia ei ole
- Museossa ei voi syödä omia eväitä
- Museon yhteydessä ei ole ravintolaa tai kahvilaa
- Hygieniataso lasten näyttelyissä
- Näyttely ei ole kiinnostava.
- Museossa ei ole tapahtumatarjontaa lapsille.
- Museosta ei ole tarpeeksi tietoa tarjolla.
- Minulla ei ole aikaa käydä museoissa.
- Lapset eivät halua lähteä museoon vaikka minä haluaisin.
- En saa seuraa museokäynnille lasten kanssa.
- Tunne siitä, että lapset eivät ole tervetulleita museoon; tunne, että lapset häiritsevät muiden museokäyntiä.
- Joku muu mikä?

10. Mitkä ovat 3-5 keskeisintä asiaa, jotka lisäävät halukkuuttasi käydä museossa lasten kanssa?

- Ajanviete lasten kanssa
- Lapsia kiinnostava näyttely
- Minua kiinnostava näyttely
- Museo tarjoaa ohjattua tekemistä lapsille.
- Museo tarjoaa itsenäisesti tehtäviä puuhatehtäviä perheille.
- Museo tarjoaa työkaluja lasten kulttuurikasvatukseen.
- Näyttely on vuorovaikutteinen.
- Tunne siitä, että lapset ovat tervetulleita museoon.
- Hyvä hygieniataso lasten näyttelyissä.
- Museossa on ravintola tai kahvila
- Museossa on museokauppa
- Museon kiinnostava mainonta

- Museota on keuhettu mediassa
- Museota on keuhettu sosiaalisessa mediassa
- Muut lapsiperheet ovat suosittelleet museota ja näyttelyä.
- Mahdollisuus tavata ystäviä museossa lasten kanssa
- Mahdollisuus lapsille tavata muita lapsia museoissa
- Museon hyvät aukioloajat
- Lapsiystävällinen museo (hyvät lastenhoitotilat, ruoan lämmitys, omien eväiden syöminen)
- Muu syy, mikä? (täsmennä)

11. Valitse 3 mielestäsi parasta tapaa, joilla Museokortti voi helpottaa lasten kanssa museoissa käymistä?

- Lapsiperheiden oma osio verkkosivuilla ja sovelluksessa, josta on helposti nähtävissä lapsille sopivat näyttelyt ja tapahtumat.
- Museopuuhaa-tehtäväpaperit ja Lasten Museopassit, joita jaetaan perheille Museokortti-kohteissa. Lapsi saa pieneen pahviseen museopassiin merkinnän museokäynnillä.
- Lasten oma museosovellus, jossa tehtäviä ja museokasvatusta.
- Museokortin järjestämät lasten tapahtumat museoissa.
- Lapsille suunnatut hauskat ohjeet siihen miten museoissa ollaan; mitä siellä saa tehdä ja mitä ei.
- Lapsiperheille suunnattu uutiskirje.
- Enemmän somesisältöjä lapsiperheille Museokortin somekanaviin.
- Lapsiperheille vinkkilistat lomanviettoon museoissa.
- Lapsiperheille suunnatut Museokortti-edut (mm. kahvilat, kaupat, tapahtumat majoituspalvelut)
- Jokin muu tapa, mikä?

12. Mistä useimmin saat tietosi museoista? Voit valita enintään 2 vaihtoehtoa.

- Museon oma mainonta tai verkkosivut
- Museokortin uutiskirje

- Museokortin somekanavat
- Museon näyttelyä on keuhettu mediassa (lehdet, verkkolehdet, radio, tv, jne)
- Museon näyttelyä on keuhettu sosiaalisessa mediassa
- Muut lapsiperheet suosittelivat museota
- Joku muu mikä?

13. Käyn mieluiten museoissa

- Yksin
- Ystävien kanssa
- Puolisoni kanssa
- Perheeni kanssa
- Yksin lasteni kanssa
- Lapsiperhetreffeillä toisen perheen kanssa

14. Hankin Museokorttini nimenomaan siksi, että haluan käydä museossa lasteni kanssa.

- Kyllä
- Ei

15. Kuinka usein käyt (alle 10-vuotiaiden) lastesi kanssa museossa?

- 1-3 vuodessa
- 3-5 kertaa vuodessa
- 5-8 kertaa vuodessa
- Yli 8 kertaa vuodessa

16. Kuinka usein käyt museossa ilman lapsia?

- 1-3 vuodessa
- 3-5 kertaa vuodessa
- 5-8 kertaa vuodessa
- Yli 8 kertaa vuodessa