



University of  
Stavanger

**NORSK HOTELLHØGSKOLE  
BACHELOROPPGAVE**

STUDIUM:

Reiselivsledelse

BRLBAO-1 21-H

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN

FØLGENDE

FAGOMRÅDE:

Opplevelsesproduksjon,  
pedagogikk som opplevelsesprodukt

TITTEL:

Lekende læring - Kan du leke deg smartere?

ENGELSK TITTEL:

Playful learning - Can you get smarter by playing?

FORFATTER:

Kandidatnummer:

5515

Studentnummer:

256073

Navn:

Mathilde Ugland  
Sjølyst

VEILEDER:

Dag Osmundsen

# Lekende læring

- Kan du leke deg smartere?



---

University of  
Stavanger

**Mathilde Ugland Sjølyst**

20 studiepoeng

Norsk Hotellhøgskole

Reiselivsledelse

Mai 2022

# Forord

Denne bacheloroppgaven markerer slutten på tre lærerike år her på Norsk Hotellhøgskole. Det er vemodig å tenke på at jeg snart er utekaminert fra studielinja reiselivsledelse i Norsk Hotellhøgskole ved Universitetet i Stavanger. Det har vært tre lange og tidkrevende, men også spennende og lærerike år, til tross for pandemien og nettstudie. Alt i alt har det vært en minnerik prosess som jeg vil ta med videre i livet.

Inspirasjonen for denne oppgaven kom etter et besøk i Kongeparken med lekemester Håkon Lund. Han snakket om hvor mye barna hadde lært og interessert seg for brannsikkerhet etter et besøk i Kongeparkens brannstasjonen-attraksjon. Prosessen med å skrive denne bacheloren har vært interessant men tung. Med lite forskning på dette temaet fra før av har det vært litt vanskelig til tider, men samtidig gøy.

Jeg vil takke min veileder Dag Osmundsen for gode tips, råd og konstruktiv kritikk som har styrt oppgaven i riktig retning. Det har vært mange veileders møter med mye smil og latter, noe som har gjort oppgaveskrivingen ekstra motiverende.

Jeg vil også takke min studiegjeng som jeg har vært med siden dag en. Vi møttes i fadderuka og vært som erteris siden. Det har gjort både nettstudie, eksamener og bacheloren så mye kjekkere! Flere sene kvelder på biblioteket, hytteturer, byturer og mye mer. Hadde ikke klart det uten dere!

# Sammendrag

I denne bacheloroppgaven ville jeg se på læring i fornøylesparker i Europa. Hvordan blir læring inkludert i parkenes produkter? Hva tar barna med seg hjem av læring? Skiller noen parker seg ut? Problemstillingen min er dermed “Hvordan vektlegger fornøylesparker læring i produktene sine?”

Jeg undersøkte og sammenlignet en rekke parker i Europa får å se hvor mange lærerike produkter parkene hadde, og om det var noen fellestrekk. Ved å bruke parkens egen informasjon om produktet fra sine nettsider får man tydelig frem hva parken selv fremhever og dermed vektlegger som viktigst.

Resultatene fra denne undersøkelsen viste flere like produktkategorier som gikk igjen i flere av parkene. Med å undersøke både hvordan parkene markedsfører seg og hva de har av produkter, fikk jeg frem et helhetlig bilde over hvordan hver av parkene vektlegger læring.

For å vise hvilke produkter som vektlegger læring mest ble resultatene presentert i en læringskurve. Parkene vektlegger læring i flere deler og nivåer av besøket og blir prioritert både i form av praktisk læring, gi erfaring til hverdagen, sikkerhet og underholdning. De mest lærerike produktene er de som kan være med å redde liv som Traffikskole og Brannmenn.

# Disposisjon

<b>Innledning</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrunn for valg av tema	1
1.2 Formål	2
1.3 Problemstilling	2
1.4 Avgrensninger	2
<b>2. Teori</b>	<b>3</b>
2.1 Begreper og teorier	3
2.1.1 Pine and Gilmore's four dimensions of experience	4
2.1.2 Edutainment	4
2.1.3 Value gap	5
2.1.4 Learning by doing	5
2.1.5 Forskjellen på fornøylesparker og temaparker	5
2.1.6 Sterk hjerne med aktiv kropp	5
2.2 Den individuelle lærings sirkelen	6
2.2.1 Konkret erfaring	7
2.2.2 Refleksjon	8
2.2.3 Abstrahering	8
2.2.4 Eksperimentering	8
2.3 Markedsføring	9
2.3.1 Digitale fotavtrykk	9
2.3.2 Pay it forward og Word of mouth	9
2.4 Richard Normann service management system	11
2.4.1 Markedssegmentet	11
2.4.2 Servicekonseptet	11
2.4.3 Serviceleveransesystemet	12
2.4.4 Image	12
2.4.5 Bedriftskultur og filosofi	12
2.5 Promoterer læring	13
2.5.1 Futuroscope	13
2.5.2 Europa-Park	13
2.5.3 Legoland	13
2.5.4 Alton Towers	14
2.5.5 Kongeparken	14
<b>3. Metode</b>	<b>15</b>
3.1 Forstudiet	15
3.1.1 Referansegrunnlag	16
3.2 Valg av metode	17
3.3 Utvalg av produkter	17
3.4 Kildekritikk	17

3.4.1 Validitet	18
3.4.2 Reliabilitet	18
<b>4. Resultater</b>	<b>19</b>
4.1 Trafikkskole	19
4.1.1 Servicekonseptet	19
4.1.2 Markedssegment	19
4.1.3 Utvalg	20
4.1.4 Læringskurve	21
4.1.5 Serviceleveransesystemet	21
4.2 Sikt og skyt	22
4.2.1 Servicekonseptet	22
4.2.2 Markedssegment	22
4.2.3 Utvalg	22
4.2.4 Læringskurve	23
4.2.5 Serviceleveransesystemet	24
4.3 Labyrint	25
4.3.1 Servicekonseptet	25
4.3.2 Markedssegment	25
4.3.3 Utvalg	25
4.3.4 Læringskurve	26
4.3.5 Serviceleveransesystemet	27
4.4 Dyreliv	27
4.4.1 Servicekonseptet	27
4.4.2 Markedssegment	28
4.4.3 Utvalg	28
4.4.4 Læringskurve	29
4.4.5 Serviceleveransesystemet	30
4.5 Skolebenken	31
4.5.1 Servicekonseptet	31
4.5.2 Markedssegment	31
4.5.3 Utvalg	31
4.5.4 Læringskurve	32
4.5.5 Serviceleveransesystemet	33
<b>5. Diskusjon</b>	<b>34</b>
5.1 Læring i produktene	34
5.2 Læring i parkene	36
5.3 Diskutere promotering av læring i parkene	37
<b>6. Konklusjon</b>	<b>39</b>
6.1 Forsknings spørsmål 1	39
6.2 Forsknings spørsmål 2	40
6.3 Forslag til videre forskning	40

# Figurliste

Figur 1: Pine and Gilmore (1999) view about experience.	s. 4
Figur 2: Den individuelle lærings sirkelen	s. 7
Figur 3: Pay it forward, Dictionary, 2018	s. 10
Figur 4: Serviceledelsesystemet	s. 11
Figur 4 Illustrasjon over parker med “Trafikkskole”-produkt.	s. 20
Figur 6: Læringskurve “Trafikkskole”	s. 21
Figur 7: Illustrasjon over parker med “Sikt og Skyt”-produkt.	s. 23
Figur 8: Læringskurve “Sikt og skyt”	s. 24
Figur 9: Illustrasjon over parker med “Labyrint”-produkt.	s. 26
Figur 10: Læringskurve “Labyrint”	s. 27
Figur 11: Illustrasjon over parker med “Dyreliv”-produkt.	s. 29
Figur 12: Læringskurve “Dyreliv”	s. 30
Figur 13: Illustrasjon over parker med “Skolebenken”-produkt.	s. 32
Figur 14: Læringskurve “Skolebenken”	s. 33
Figur 15: Samlet læringskurve av alle aktivitetene.	s. 35
Figur 16: Illustrasjon over alle de utvalgte parkene	s. 36
Vedlegg 1 side	s. 48

# 1. Innledning

Denne bacheloroppgaven handler om læring, hvor inkludert læring er i fornøyelsesparker og parkens produkter. Jeg skal finne ut hvordan og hvor mye utvalgte parker vektlegger læring i deres produkter, og hvor stor læringskurve produktene har.

## 1.1 Bakgrunn for valg av tema

Bakgrunnen for temaet på denne bacheloroppgaven er min nysgjerrighet for fornøyelsesparker og hvordan underholdningsprodukt kan gi læring. Det hele begynte da jeg høsten 2021 var på foredrag i fornøyelsesparken Kongeparken med lekemester og direktør Lund. Han pratet om de forskjellige produktene, hvor mye barna elsket det, og ikke minst hvor mye de hadde lært av attraksjonene. Det ene eksemplet var en brannstasjon der barna hadde lært om brannsikkerhet og fått med seg et skriv hjem med sjekkpunkter. Etter hvert kom tilbakemelding fra foreldre at barna sjekket husets røykvarsler daglig, og hadde brannøvelse hjemme ukentlig.

Det er i grunnen bare en skjønn historie, men den vekket noe i meg. Er det slik at alle parker har produkter og attraksjoner som man kan lære av? Hvor mye vektlegger egentlig fornøyelsesparker læring i underholdningen? Ingenting i en park er nok tilfeldig. Hverken valg av produkter, produktets utseende, plassering eller det faktum at man kan lære noe.



## 1.2 Formål

Formålet med denne bacheloroppgaven er å finne ut av hvordan parker vektlegger læring. Hva vektlegges ved valg av produkter og underholdning? Hva tar barna med seg hjem av læring? Skiller noen parker seg ut?

## 1.3 Problemstilling

På bakgrunn av interesse, nysgjerrighet, veileder og forstudie har jeg kommet frem til denne problemstillingen:

“Hvordan vektlegger fornøylesparker læring i produktene sine? “

For å best mulig belyse temaet og svare på problemstillingen ønsker jeg å dele problemet inn i to underliggende spørsmål. Disse har jeg gitt navnet forskningsspørsmål og de vil være gjennomgående for hele oppgaven.

Forskningsspørsmål 1: Hvilke type produkter kan man lære mest av?

Forskningsspørsmål 2: Hvilke parker vektlegger læring mest?

## 1.4 Avgrensninger

Det er forskjellige typer fornøylesparker og temaparker i verden. Hva de vektlegger varierer. Jeg er interessert i å se hvor mye fornøylesparkene vektlegger læring i produktene sine. Hva en familie ser på som læring varierer gjerne etter hvilke verdier og livssyn de har. Jeg valgte derfor å begrense meg til nordvestre del av Europa.

## 2. Teori

Under teorikapittelet skal jeg gå gjennom og forklare begrepene jeg kommer til å bruke, og hvilke teorier oppgaven er bygget på. Det har vært lite forskning på dette temaet tidligere, noe som har gjort det ekstra interessant å se nærmere på.

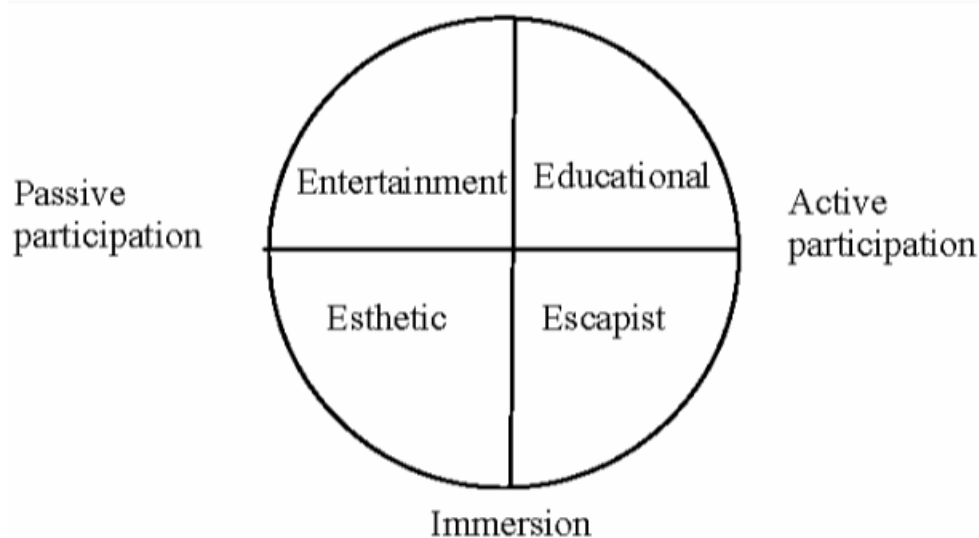
### 2.1 Begreper og teorier

Her kommer de forskjellige begrepene og teoriene jeg har brukt gjennom oppgaven. Å ha kontroll på fagbegrepene gir bedre forståelse og flyt i teksten.

- Pine and Gilmore's four dimensions of experience
- Edutainment
- Value Gap
- Learning by doing
- Forskjellen på fornøylesparker og temaparker
- Sterk hjerne med aktiv kropp
- Den individuelle læringssirkelen
- Digitale fotavtrykk
- Pay it forward
- Word of mouth
- Richard Normann Serviceledelsesystemet

### 2.1.1 Pine and Gilmore's four dimensions of experience

Flere av fornøylesparkerne sine aktiviteter kan man både lære av, i tillegg til at de er underholdende. Disse aktivitetene klassifiseres da både som underholdning (entertainment) og læring (education) i Pine and Gilmore's four dimensions of experience. Hvilken kategori som passer best kommer an på om den besøkende deltar passivt eller aktivt. En passiv deltakelse kan være å sitte i et fastmontert sete eller karusellvogn, mens en aktiv deltakelse defineres av at man selv helt eller delvis utfører aktiviteten (Khan, Metri, 2011).



Figur 1: Pine and Gilmore (1999) view about experience

### 2.1.2 Edutainment

Edutainment er et begrep satt sammen av educational (utdannelse) og entertainment (underholdning) og er den prosessen hvor man blir underholdt samtidig som man lærer noe (Ordnett, u.å.). Fornøylesparker som tilbyr underholdning og læring vil nok være populært både for foreldre og barn.

### 2.1.3 Value gap

Value gap, eller verdigapet, er gapet mellom hva en kunde mottar i forhold til hva den ofrer. I praksis kan dette være gapet mellom hva en kunde betaler for et produkt i forhold til hvor bra produktet er (Thielemann, Ottenbacher, Harrington, 2018). Det er alltid lurt å prøve å dekke eller minske dette gapet. Ved å inkludere læring i underholdningen vil nok betalende foreldre føle at inngangsbilletten er verd sin pris, noe som kan minske verdigapet.

### 2.1.4 Learning by doing

Learning by doing, eller “Learn to know by doing, and to do by knowing” som Dewey egentlig kalte det (Tranøy, 2021), handler om at man lærer ved å gjøre noe. I praksis vil dette si at barna får en instruksjon og selv må lære å utføre aktiviteten.

### 2.1.5 Forskjellen på fornøyelsesparker og temaparker

Fornøyelsesparker blir brukt som et samlebegrep. En fornøyelsespark blir definert som en park som kan tilby “ulike attraksjoner som karuseller, spill, show eller andre former for underholdning” til de besøkende (Jenkins, u.å.). En temapark vil, som navnet tilsier, knytte disse aktivitetene til et gitt tema. Dermed er alle temaparker en fornøyelsespark, men ikke alle fornøyelsesparker er en temapark (Jenkins, u.å.).

### 2.1.6 Sterk hjerne med aktiv kropp

Hjerneforsker og fastlege Ole Petter Hjelle har sett på sammenhengen mellom hjernen, fysisk aktivitet, og læring. Forskningen viser hvordan hjernen ved fysisk aktivitet gir både varig og umiddelbar effekt på hukommelsen (Hjelle, 2018, s. 43). Etter bare tjue minutter med fysisk aktivitet kunne de se en forbedring i konsentrasjon og oppmerksomhet. Selv bare fire

minutter aktivitet ga en umiddelbar forbedring med virkning i over en time (Hjelle, 2018, s. 67). Både hukommelse og læring styrkes under fysisk aktivitet (Hjelle, 2018, s. 46).

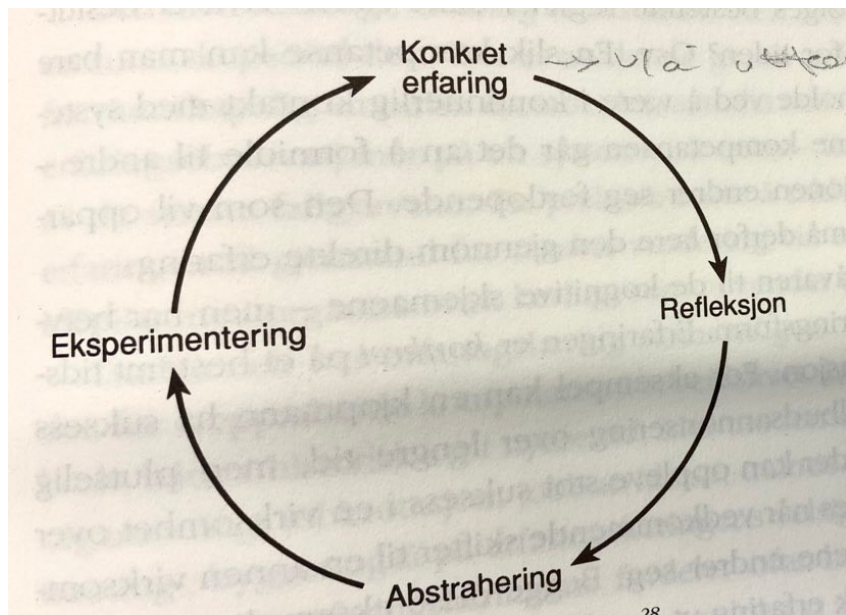
En studie i Sverige med 220 første- og andreklassinger viste tydelig at barna som hadde ekstra kroppsøving i løpet av skoledagen fikk bedre karakterer i matte, engelsk og svensk. Selv flere år etter studien hadde denne gruppen høyere karaktersnitt (Hjelle, 2018, s. 62.-63). Om hjernetrening gjennom oppgaveløsning i spill og apper gjør spilleren smartere har lenge vært et omdiskutert tema. Flere forskere har i flere år studert folk sine kognitive evner, hukommelse, konsentrasjon i forbindelse med slike spill. Det ble konkludert med at hjernetreningsspill og -apper kun gjør deg smartere i det aktuelle temaet. Det førte ikke til bedre kognitive evner (Hjelle, 2018, s. 55-56). Grunnen til dette er at kjemiske forandringer i hjernen kun oppstår når man er i fysisk aktivitet. Kjemiske stoffer som dopamin og adrenalin skilles ut og fører til bedre oppmerksomhet og økt konsentrasjon. Fysisk aktivitet legger altså til rette for læring (Hjelle, 2018, s. 70).

## 2.2 Den individuelle læringssirkelen

Diskusjonen om hvordan mennesker lærer best har vært omdiskutert i tusener av år. Mens noen holder seg til Epistemologien (teorien om kunnskap og erkjennelse) har Kolb, Rubin og McIntyre (1986) sett på den individuelle læringen. Kan oppnå erkjennelse og læring fra erfaring, å reflektere, å abstrahere og å eksperimentere?

Det er viktig å ha en forståelse av individuell læring. Ikke bare en beskrivelse av hvordan læring oppstår, men også hvorfor læring aktiviseres og blir sett på som nyttig og meningsfull. En modell som inneholder disse elementene er den helhetlige læringssirkelen (Figur 2).

Figuren viser hvordan læring kan skje på fire forskjellige måter. Både gjennom erfaring, refleksjon, abstraksjon og eksperimentering. Det grunnleggende for denne modellen er å la de ulike måtene å lære på utfyller hverandre. Når kompetanse inneholder deler av både tenking (refleksjon og abstraksjon), og handling (eksperimentering og konkret erfaring) vil en helhetlig læring oppstå (Marnburg, 2001, s 76-77).



Figur 2: Den individuelle læringssirkelen (Marnburg, 2001, s. 77).

Modellen har ingen start eller slutt. Dette er fordi individuell læring både kan starte og slutte i en og alle måtene å lære (Marnburg, 2001, s. 76-77). Læringssirkelen illustrerer helheten i læringsprosessen. I prinsippet bør alle fasene gjennomføres selv om man kan starte hvor man vil. Tanke og handling blir koblet sammen til en helhet og tilfredsstillende grunnlaget i kognitiv læringsteori (Marnburg, 2001, s. 84).

### 2.2.1 Konkret erfaring

Konkret erfaring tar utgangspunkt i den læringen som oppstår ved utførelse av spesifikke handlinger. Erfaring er konkret og går ut på selve opplevelsen en person får. Siden hva en

person opplever er individuelt kan det ofte være vanskelig å peke på noen konkret å forklare det med ord. Erfaringen er læringen som kommer ut av handlingene (Marnburg, 2001, s.77-79).

### 2.2.2 Refleksjon

Det er med refleksjonsprosessen man kan begynne å forstå det man har erfart. Dette er også individuelt og man forholder seg til egen erfaring og egne tanker og forestillinger om hva man opplevde. For å prøve å gi en mening med at ting skjer kan man spørre seg selv hva, hvorfor og hvordan noe har skjedd. På den måten får man reflektert over egen erfaring men samtidig prøve å få en annen oppfattelse av erfaringen. Ved å reflektere egen erfaring kan det gi større mulighet til å lære noe neste gang man er i lignende situasjoner (Marnburg, 2001, s.79-80). Dette er mer typisk i de attraksjonene der besøkende selv aktivt deltar i aktiviteten.

### 2.2.3 Abstrahering

Videre kommer abstrahering eller danningen av begreper. Ved å lage egne begreper for å behandle mye informasjon og erfaring, både egen og andres. Abstrahering er en vanskelig læringsform siden den ikke nødvendigvis har noe hold i virkeligheten. Den kan often fremstå som ren overføring av andres erfaring (Marnburg, 2001, s. 81-82).

### 2.2.4 Eksperimentering

Den siste måten å lære noe på er med å faktisk gjøre en handling. Dette kan gjøres dersom man er usikker på virkningen av bestemte handlinger og hvilke resultater de vil gi. Til tross for at man kan starte og slutte sirkelen hvor som helst, kan det være en fordel å ha reflektert

litt før eksperimenteringen. Dette er for å ha et utgangspunkt å basere hypotesen på. Men slik er det altså ikke alltid. Ved for eksempel en brannøvelse skal eksperimentet vise om beredskapsplanene, altså teorien virker og fungerer i praksis. Eksperimentering skal være spennende og motiverende. Den kan også være med å finne nye og bedre løsninger på eksisterende kompetanse (Marnburg, 2001, s. 83-84).

## 2.3 Markedsføring

God omtale fra fornøyde kunder er svært viktig for alle bedrifter og organisasjoner, inkludert fornøylesparker. Fornøyde kunder som føler behovene sine tilfredsstillt kommer oftere tilbake. Det kan skape en økt gjenkjøpsgrad og et mindre kundefrafall (Apeland, u.å.).

### 2.3.1 Digitale fotavtrykk

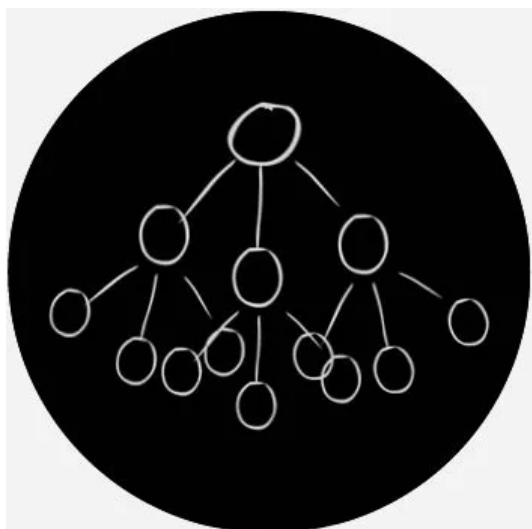
En persons digitale aktiviteter etterlater seg spor. Disse digitale sporene man kan følge for å skaffe informasjon om en attraksjon, produkt eller lignende. Dette kan være bevisste og ubevisste delinger på internett og sosiale medier. Folk som tagger en attraksjon eller et produkt og/eller legger igjen en kommentar eller anmeldelse kan være eksempler på dette. Publiserte bilder av kjennemerker, kjente skulpturer eller logoer etterlater også tydelige digitale fotavtrykk (Thommessen, Sverdvik, 2019). Disneyland og Legoland er steder som er lette å kjenne igjen på sosiale medier.

### 2.3.2 Pay it forward og Word of mouth

Begrepene Pay It Forward og Word Of Mouth (WOM) er en uformell kommunikasjonsmåte der informasjon blir spredt ut via folk (Pihl, 2020). Dette kan fungere mer effektivt enn tradisjonell markedsføring.



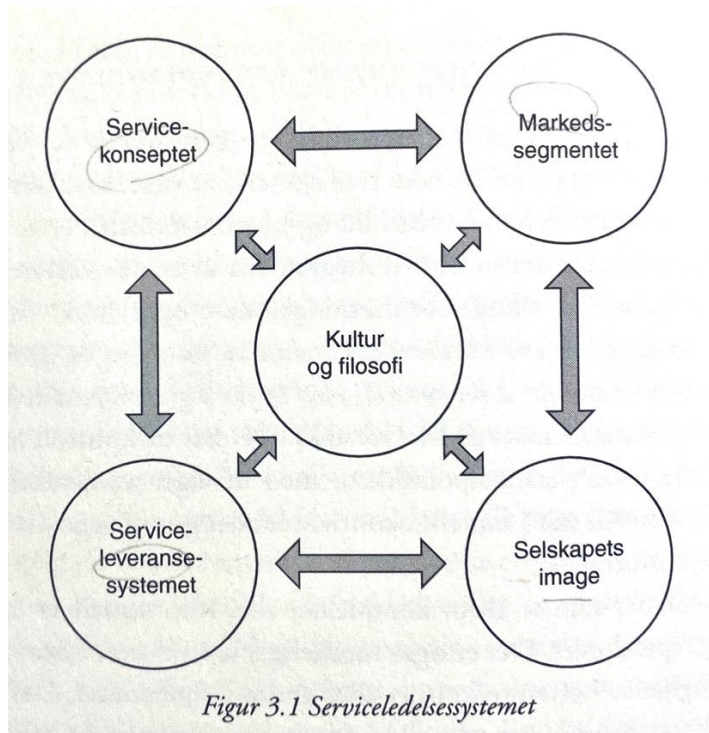
Pay it forward er svært effektiv når for eksempel en person forteller om den ene parken eller aktiviteten til tre av sine venner. Videre forteller de tre det videre til tre andre venner som igjen forteller videre. Ganske raskt har informasjonen spredt seg vidt (Dictionary, 2018). Word of mouth, også kalt munn-til-munn-metoden eller jungeltelegrafan på norsk, er ikke like effektiv, men går mer inn på selve spredningen. Selv om det i teorien er fra munn til munn informasjon går, er det nå til dags mer digitalt det foregår og har fått kallenavnet “word of mouse” grunnet datamus (Pihl, 2020).



Figur 3: Pay it forward, Dictionary, 2018

## 2.4 Richard Normann service management system

Richard Normann service management system er delt inn i 5 segmenter: Markedssegmentet, Servicekonseptet, Serviceleveransesystemet, Image og Kultur og filosofi (Normann, 2000, s. 68).



Figur 4: Serviceledelsessystemet (Normann, 2000, s.68)

### 2.4.1 Markedssegmentet

Markedssegmentet handler om de spesielle kundekategoriene systemet er utformet for (Normann, 2000, s. 68). Markedssegmentet kan også kalles målgruppe eller de besøkende.

### 2.4.2 Servicekonseptet

Servicekonseptet (tjenesteideen) handler om de fordeler kundene tilbys. Dette kan være konkrete fysiske fordeler eller psykologiske og følelsesmessige fordeler. Det er vanskelig å

måle de ulike fordelene opp mot hverandre. Noen fordeler kan bety mer enn andre uten at man kan klare å spesifikt måle dem (Normann, 2000, s. 68).

#### 2.4.3 Serviceleveransesystemet

Serviceleveransesystemet kan man dele opp i Personalet, Kunde og Teknologi og Fysiske hjelpemidler. Fornøylesparker er serviceorganisasjoner og de er personlighets intensive. De som har utmerket seg har utviklet kreative og presise metoder for å fokusere på menneskelige ressurser. Kunder har også en viktig del i serviceorganisasjoner og organisasjoner velger ut sine kunder og styrer dem på samme måte som de gjør med ansatte. Teknologien og de fysiske hjelpemidler vil alltid være i utvikling, og blir stadig større del av hverdagen og servicenæringen (Normann, 2000, s. 68-69).

#### 2.4.4 Image

Image i er i denne forbindelsen hvordan organisasjoner velger å fremstille seg for å påvirke ansatte, kunder og andre om oppfatningen og omdømme av bedriften. Et godt omdømme kan gi gode økonomiske konsekvenser og er bra for bedriften. Man kan skille mellom omdømme på lang- og kort sikt. På kort sikt viser hvordan ledelsen ønsker at andre skal oppfatte bedriften som, mens på lang sikt er hvordan bedriften faktisk er ut fra presentasjoner og kunder (Normann, 2000, s. 69).

#### 2.4.5 Bedriftskultur og filosofi

Bedriftskultur og filosofi er den mest avgjørende komponenten av en vellykket drift på lang sikt, etter at et velfungerende servicesystem og servicekonsept er på plass. Bedriftskultur og filosofi er de som gir bedriften fremgang ved å skape og fornye verdiholdninger og etiske normer (Normann, 2000, s. 69).

## 2.5 Promoterer læring

Fornøyelsesparker har flere typer karuseller og aktiviteter i parken. Noen av aktivitetene kan de besøkende lære noe av i tillegg til at de er underholdende. Noen parker promoterer læring mer enn andre.

### 2.5.1 Futuroscope

Midt i Futuroscope ligger mini-byen Futuropolis, en fremtidsby hvor barn kan leke at de er voksne. Med 21 lærerike attraksjoner og spill kan de blant annet prøve seg som sjåfører, brannmenn, gartnere, sportshelter, badevakter, arkeologer og oppfinnere (Mitchell, 2019).

### 2.5.2 Europa-Park

Europa-park oppmuntrer til læring på en leken måte med Junior Club. På en nettplattform og fysisk i parken kan barn samle stjerner gjennom vanskelige spill, morsomme videoer, kreative oppgaver. Noen spill i nettplattformen, som Tyskland-Quiz og ordforrådspill hevdes å kunne øke konsentrasjon og kognitive evner hos barna. Dette kan også gi barna viktige kunnskaper og ferdigheter. Europa-park har et løfte om at barna i parken skal ha det gøy og lære på en og samme tid. Stjernene som tjenes kan byttes inn mot forskjellige opplevelser på nettplattformen. Med nok stjerner på Junior Club-medlemskortet kan barn også slippe forbi køen på merkede junior attraksjoner (Europapark, u.å-b).

### 2.5.3 Legoland

Thomas Kirk Kristiansen, fjerde generasjons representant av LEGO-familien mener de har i oppdrag å inspirere og utvikle morgendagens byggere gjennom kreativ lek og læring. Han føler også et stort ansvar for gjøre en forskjell for barna ved å lage kvalitetsprodukter og opplevelser som kan stimulere til moro og læring (The LEGO Group, u.å., s. 2).

Lego har inspirert til STEM-læring (Science, Technology, Engineering & Maths). Barn liker å bygge med klosser og ta ting fra hverandre for å se hvordan det fungerer. Å følge en bruksanvisning for å bygge en Lego-lekebil kan lære barna matematikk og logikk. Jo eldre barna blir, jo mer komplisert blir byggesettene og læringen. I temaparken Legoland får barn leke og lære i et mye større format. Med maskiner i naturlig størrelse får de prøve kjøreskole, flyskole, brannslukking (STEM school, u.å.). Etter fullført kjøreskole får barna også et eget Legoland Førerkort som viser at de kan noe mer om trafikk enn andre (Legoland, u.å.-a).

#### 2.5.4 Alton Towers

Alton Tower jobber med å gi læringsopplevelser som passer for alle interesser, skaper nysgjerrighet og lidenskap. Unge mennesker som er engasjert i læring er mer sannsynlige for å gjøre det bra på skolen og resten av livet (Alton Towers, u.å.-c). I 2022 lanserte de “Alton Towers Resort of Learning Hub” for skoleelever. Her gis elever muligheten til å lære om STEM, forretning og karriere som er nøkkelområdene i parken (Alton Towers (u.å.-d).

#### 2.5.5 Kongeparken

Kongeparken er opptatt av at barn skal leke og lære. I 2020 ville lekemester Håkon Lund lære barna mer om penger og sparing, og lanserte med det sin egen bank-attraksjon. Barna mottar et bankkort ved inngangen av parken og må gjennom besøket tjene inn verdi gjennom oppgaver og opplevelser. Opptjent verdi kan byttes inn i en premie (Langset, 2020).

For å lære barn mer om fysikkens lover kombinerer Kongeparken kjemi og realfag med karusell. Her får de teste ut bevegelsesbane, tyngdekraft og sentrifugalkraft ved hjelp av parkens attraksjoner (Skogedal, M. N., 2013).

## 3. Metode

Metode er fremgangsmåten og middelet for hvordan man løser en problemstilling, og hvordan man kommer frem til ny kunnskap. Uavhengig av hvilken fremgangsmåte eller middel som blir brukt for å løse oppgaven, hører det til i metodekapittelet (Aubert, 1985, s. 196).

### 3.1 Forstudiet

Jeg startet oppgaven med å gjøre en forstudie. Dette er fordi fornøylesparker og læring er et lite utforsket tema. I forstudiet fikk jeg en oversikt over hvilke parker som kan være aktuelle for forskningen min og hvilke aktiviteter de tilbyr. Med dette grunnlaget kunne jeg tydeligere se hvor jeg ville rette problemstillingen og oppgaven.

Jeg lagde et skjema der jeg skrev ned:

- navn på parkene
- destinasjon
- når de er bygget
- hvor store de er
- hvor mange attraksjoner de har

Deretter leste jeg om de forskjellige produktene parkene tilbyr, og noterte ned hvilke jeg mente man kunne lære noe av. Jeg valgte å ta med hvor de ligger for å se om det var en tydelig geografisk sammenheng der, som for eksempel om det var et land som ble nevnt flere ganger.

Jeg begynte med å søke på “Europe's best amusement parks and theme parks” og “Scandinavia's best amusement parks and theme parks”. Videre søkte jeg etter flere parker i Europa som ikke var med på de overnevnte listene. I tillegg gjorde jeg søk på “best amusement parks and theme parks” i Amerika, Asia og Afrika. Hva som oppfattes som verdifull læring er annerledes i andre verdensdeler og kulturer. Jeg så at å skrive om parker i andre verdensdeler ble for omfattende. Sammen med min veileder konkluderte jeg dermed å skrive kun om Europa.

Lego har parker flere steder i Europa. Jeg valgte å skrive om den originale parken som ligger i Billund, Danmark. Siden Legoland er en kjede, bygger de på samme konsept. Jeg velger derfor kun å beskrive denne ene. Det samme gjelder Disneyland-parkene. Jeg har valgt å skrive om Disneyland, Paris. Se vedlegg 1 om forstudiet.

### 3.1.1 Referansegrunnlag

Forstudiet gav meg et solid referansegrunnlag. Forstudiet inneholder svært mye informasjon. Dette gir et godt sammenligningsgrunnlag mellom de ulike parkene og produktene de tilbyr. På bakgrunn av dette har jeg tatt mine vurderinger og beslutninger.

For å se hvilke parker som legger mest til rette for læring, foretok jeg sammenligninger. For eksempel tilbyr Kongeparken over dobbelt så mange attraksjoner som vektlegger læring, i forhold til Tusenfryd. Det samme gjelder Legoland i forhold til Tivoli Gardens. Legoland hadde fem ganger flere lærerike produkter. Denne sammenligningen betyr ikke at noen parker er dårligere. Det viser bare at de vektlegger andre målgrupper og andre opplevelser.

## 3.2 Valg av metode

Etter at jeg hadde gjort et omfattende forstudie måtte jeg velge en metode for å analysere og tolke dataene. Det å gi leserne et innblikk i valg av metode kan gjøre det lettere å sette seg inn i dataene. De to hovedmetodene er kvantitativ og kvalitativ metode. Mens kvantitativ metode består av konkrete tall og gir et bredt overblikk over dataene, går kvalitativ mer i dybden og forståelsen av dataene (SurveyMonkey, u.å.). Jeg har valgt å gjøre analysen på en kvalitativ metode for å kunne dykke dypere ned å få en grundig forståelse av temaet. Ved bruk av kvantitativ metode føler jeg ikke oppgaven får den samme dybdeforståelsen som jeg kan få ved bruk av kvalitativ metode.

## 3.3 Utvalg av produkter

Å undersøke alle verdens fornøylesparker hadde vært et nesten umulig arbeid. Selv det å ta alle Europas parker hadde vært for omfattende for en bacheloroppgave. Jeg valgte å fokusere på de parkene som i forstudien fremsto som innholdsrike når det gjaldt lærerike produkter.

Jeg fordelte aktivitetene i ulike kategorier, etter hva gjestene kan lære på de enkelte aktivitetene. Alle parkene tilbyr en grad av læring. Jeg måtte snevre inn dette store temaet inn til en håndgripelig mengde. Ved gjennomgang av referansegrunnlaget fra forstudiet, endte jeg opp med fem produktkategorier som jeg mener gir mest læring. Kategoriene er Trafikkskole, Sikt og skyt, Labyrint, Dyreliv og Skolebenken.

## 3.4 Kildekritikk

Hoveddelen av informasjon og faktaene om produktene har jeg hentet fra parkens hjemmesider. Ut fra den informasjonen har jeg tatt en avgjørelse om hvilke produkter jeg



anslår som mest lærerike. Dette er ikke et tema det har blitt forsket mye på tidligere, og når jeg begynte med forstudiet var det lite informasjon å få tak i.

### 3.4.1 Validitet

Formålet med denne bacheloren er å finne ut av hvordan parker vektlegger læring. Med å bruke det parkene selv skriver om produktene på sine nettsider får jeg frem hva parkene selv ønsker å fremheve og dermed hva som er viktigst. Jeg ville også se hvor mye fornøylesparkene vektlegger læring i produktene sine. For å vise det har jeg illustrert med en læringskurve. Med å undersøke både hvordan parkene har markedsført seg og hva de har av produkter, vil det vise hvordan hver av parkene vektlegger læring.

Med det mener jeg også forskningens validitet er stor og kan overføres til andre utvalg og situasjoner. Dette fordi den grunnleggende teorien vil være lik samme hvilke holdninger og verdier en annen gruppe skulle hatt.

### 3.4.2 Reliabilitet

Om forskningen skulle etterprøves kan en differanse oppstå i utvalget av parker. Der jeg har tatt valget om å utelate noen typer for fornøylesparker som ikke passet mine krav, kan noen under en senere anledning ha inkludert dem. Dyreparker, akvarium, tivoli er noen typer parker jeg valgte å ikke gått i dybden på grunnet. Parker og land som ikke står under "Europas beste" eller lignende lister har også blitt utelatt.

Jeg valgte å sette visse krav å ekskludere noen typer parker. Men med samme utvalg av parker og samme krav, så bør konklusjonen av undersøkelsen gi samme resultat hver gang. Hvordan parker vektlegger læring er en objektiv og statistisk undersøkelse, som alltid bør gi samme resultat. Hvor mye fornøylesparkene vektlegger læring i produktene er fremstilt

med en læringskurve som er delvis subjektiv. Dermed kan kurven avvike om andre personer hadde gjennomført undersøkelsen. Her kan nok både alder, kjønn og kulturell bakgrunn påvirke konklusjonen

## 4. Resultater

Det er forskjellige typer fornøylesparker og temaparker i verden. Hva de vektlegger varierer fra park til park. Jeg var interessert i å se i hvor stor grad parker vektlegger læring som en del av opplevelsene. Hva en familie anser som læring vil nok variere litt etter hvilke verdier de har og hvilken kultur de kommer fra. Jeg har dermed valgt å begrense meg til nordvest-Europa.

Etter en større forstudie (se vedlegg 1) har jeg kommet frem til fem ulike produkter som går igjen i de utvalgte parkene: Trafikkskole, Sikt og skyt, Labyrint, Dyreliv og Skolebenken.

### 4.1 Trafikkskole

#### 4.1.1 Servicekonseptet

Attraksjoner som inneholder trafikk og vei går igjen i flere parker. Attraksjonen handler i første omgang om å lære barn trafikkforståelse. De lærer regler og de får prøve den tekniske delen av det å kjøre bil.

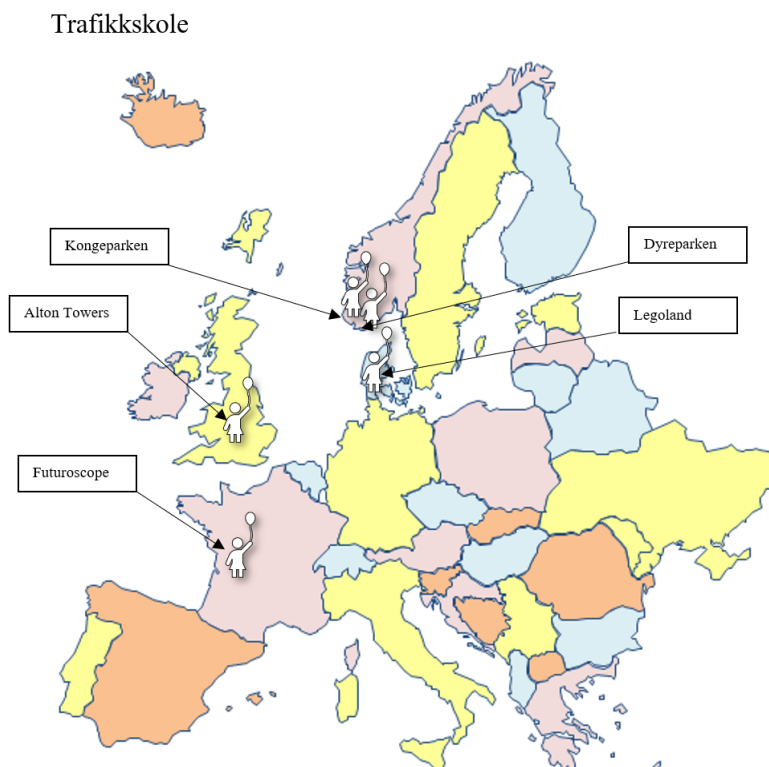
#### 4.1.2 Markedssegment

Trafikkskole er en aktivitet rettet mot barn og har i gjennomsnitt en aldersgrense på 4-10 år og 100 cm til 140 cm. Bilene er spesialdesignet for små barn. En 4-åring som prøver denne

aktiviteten vil ha en annen opplevelse og et annet utbytte enn en 10-åring. I Legoland får barna med seg et Legoland Førerkort som bevis på at de har fått økt kunnskap om trafikk og kjøring (Legoland, u.å.-a).

#### 4.1.3 Utvalg

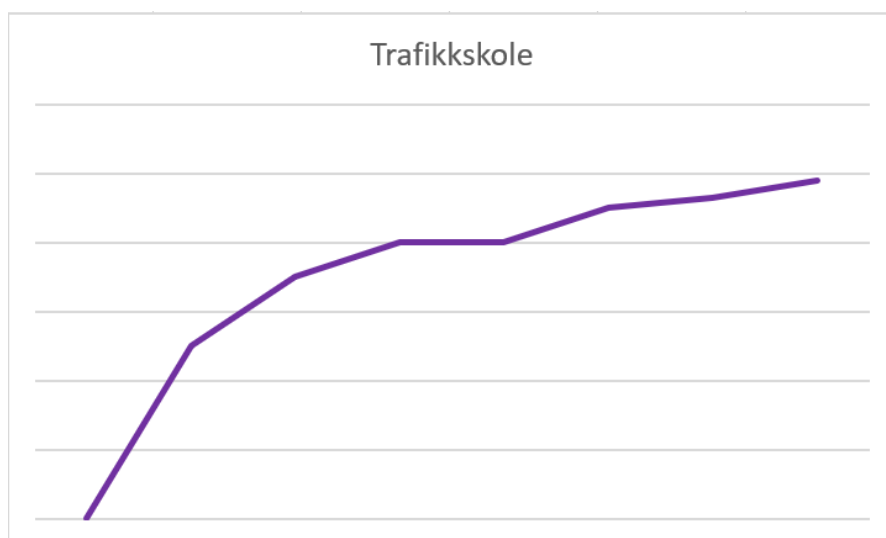
- Kongeparken Bjørneløypa: 110 cm - 140 cm (Kongeparken, u.å.-c)
- Legoland Billund Renault Trafikskolen: 6-13 år (Legoland, u.å.-a)
- Dyreparken Bilbanen: 4-10 år (Dyreparken, u.å.-a)
- Alton Towers Cuckoo Cars Driving School: 4 år og 100 cm - 140 cm (Alton Towers, u.å.-a)
- Futuroscope Budding Drivers: 105 cm - 140 cm (Futuroscope, u.å.-a)



Figur 5: Illustrasjon over parker med “Trafikkskole”-produkt. Europakart fra Freeman, 2021.

#### 4.1.4 Læringskurve

En aktivitet som trafikkskole vil ha en bratt læringskurve i starten. Kurven flater ut parallellt med at kunnskapsnivået stiger.



Figur 6: Læringskurve trafikkskole

Trafikkskole er en aktivitet som krever konsentrasjon, oppmerksomhet og hurtig reaksjon over en lengre tidsperiode. Å lære trafiksikkerhet, enten som trafikant eller gående, handler om å vurdere risiko, vise hensyn og handle fornuftig (Trygg trafikk, u.å.). Denne er nyttig læring som kan overføres til tiden når de blir syklister.

#### 4.1.5 Serviceleveransesystemet

En attraksjon som trafikkskole vil ha et begrenset antall elever om gangen som kjører et fast antall minutter. Alton Towers beregner maksimalt 30 biler på veien om gangen og en kjøretid på 4 minutter hver. Det gir en kapasitet på 450 bilførere i timen (Alton Towers, u.å.a).

Betjeningen må være aktivt tilstede og gi god, kort og presis opplæring. De må og holde oppsyn med barna underveis i aktiviteten. Trafikkskoler er relativt billige å drifte for parkene.

## 4.2 Sikt og skyt

### 4.2.1 Servicekonseptet

Sikt og skyt handler om treffsikkerhet. Barna skyter med vann for å treffe noe bestemt. Målet er å sikte på et bevisst mål og prøve å treffe så godt som mulig. Oppgaven er ofte en del av en hel brannstasjon attraksjon. Her kan barna lære både brannikkerhet, brannslukking og forebygging av brann.

### 4.2.2 Markedssegment

Aldersgruppen ligger gjennomsnittlig på 110 cm, og 90 cm med voksne. Det er gjør at det er en attraksjon for hele familien.

### 4.2.3 Utvalg

- Futuroscope Brannmenn: 120 cm og 90 cm med voksne (Futuroscope, u.å.-b)
- Legoland Brannmenn: 90 cm - 130 cm (Legoland, u.å.-b)
- Kongeparken Brannstasjon: 90 cm - 12 år (Kongeparken, u.å.-d)
- Alton Towers pirater: 110 cm og 90 cm med voksne (Alton Towers, u.å.-b)
- Legoland pirat: 120 cm og barn mellom 120 cm og 90 cm med voksne (Legoland, u.å.-c)



Figur 7: Illustrasjon over parker med “Sikt og Skyt”-produkt. Europakart fra Freeman, 2021.

#### 4.2.4 Læringskurve

Konsentrasjon og nøyaktighet er viktige nøkkelord til en slik attraksjon. Læringskurven til en sikt og skyt- produkt vil stige helt til en treffsikker teknikk oppdages. Da vil kurven jevnes mer ut. Når det inntreffer, vil være individuelt fra person til person. Dette er går under læringsteknikken “Learn to know by doing, and to do by knowing” av Dewey (Tranøy, 2021).



Figur 8: Læringskurve sikt og skyt

Å lære treffsikkerhet er viktig i flere deler av livet. Sikt og skyt aktivitetene som handler om å slukke flammer er også svært viktig å lære i ung alder, og kan være med å redde liv. Å lære barna om brannsikkerhet, brannfare og brannslukking kan bidra til mindre branner og mindre brannskader i hjemmet (Norsk brannvernforeningen, 2018).

#### 4.2.5 Serviceleveransesystemet

I Alton Towers beregner de 3 minutter per kunder, noe som gir 800 kunder i timen (Alton Towers, u.å.-b). Aktiviteten krever lite opplæring og spesielle kunnskaper på betjeningen. Noen vannattraksjonene holder stengt på vinterstid og i kjøligere vær.

## 4.3 Labyrint

### 4.3.1 Servicekonseptet

Labyrinter er en attraksjon der de besøkende vandrer rundt inne i et avgrenset område og prøver å komme ut. Dette er en attraksjon som krever både hukommelse og konsentrasjon for å finne rett vei ut.

### 4.3.2 Markedssegment

Labyrint-attraksjonene har variasjon mellom 10-12 år eller ingen høyde eller aldersbegrensninger ved produktene. Flere av produktene deles også inn i to nivåer, der nivå to er mer krevende enn den første.

### 4.3.3 Utvalg

- Europa-park Laser maze: For barn over 10 år (Europapark, u.å.)
- Port Aventura Laberinto blacksmith: 140 cm - 100 cm (Port Aventura, u.å.-a)
- Port Aventura El Secreto de los Mayas: Barn under 12 år med voksne (Portaventura, u.å.-b)
- Dyreparken Kristiansand: Grevens forheksede labyrint. Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Dyreparken, u.å.-c)
- Disneyland Paris Alice's Curious Labyrinth: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Disneyland Paris, u.å.-b)

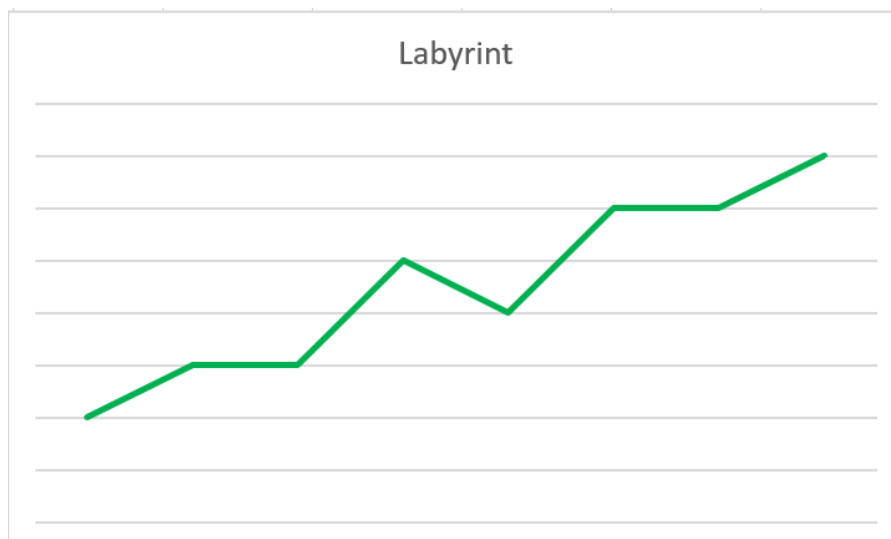




Figur 9: Illustrasjon over parker med “Labyrint”-produkt. Europakart fra Freeman, 2021.

#### 4.3.4 Læringskurve

Noen labyrinter krever at de besøkende må løse både fysisk og mentale oppgaver for finne veien ut, og da vil produktet ha en bratt læringskurve. Her kan de besøkende prøve og feile for å finne veien ut. Om de velger feil vei i labyrinten vil de møte en stopp. De må da løse oppgaven på en annen måte for å komme ut. Denne prøvingen og feilingen kommer tydelig frem i læringskurven.



Figur 10: Læringskurve Labyrint

Som sterk hjerne-studien viser har fysisk aktivitet både en varig og en umiddelbar effekt på konsentrasjon, hukommelse og oppmerksomhet. Selv etter bare fire minutter aktivitet vedvarte virkningen i over en time. I Labyrint får de en kombinasjon av både fysisk aktivitet og mentale oppgaver.

#### 4.3.5 Serviceleveransesystemet

Slike attraksjoner trenger minimal betjening og kan ta inn flere folk om gangen. Tidsbruken hver gruppe bruker vil variere. Labyrint-attraksjoner koster lite å drifte.

### 4.4 Dyreliv

#### 4.4.1 Servicekonseptet

Enten det er en fornøylespark eller en temapark er det hovedsakelig underholdning i form av karuseller som står i fokus. Som en del av underholdningen har flere av parkene levende

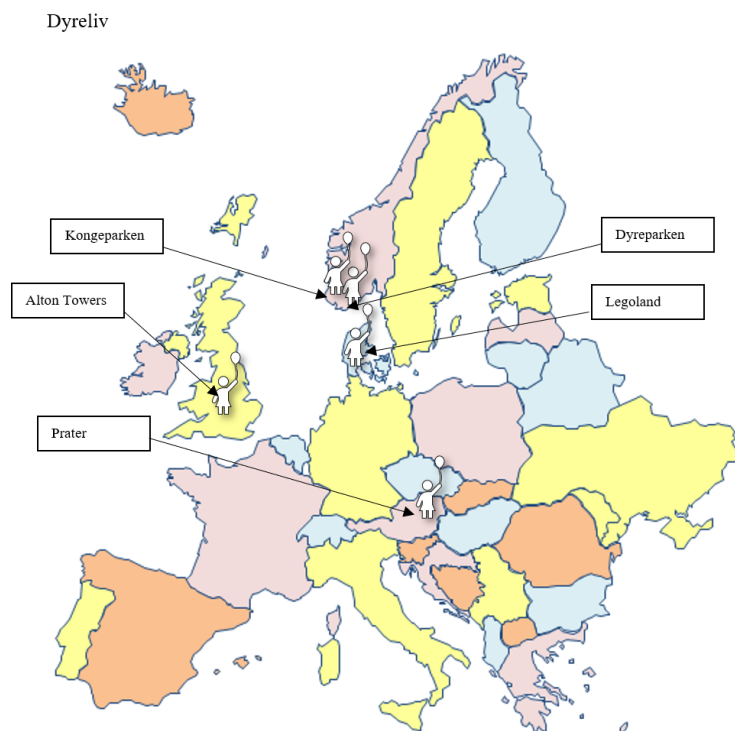
dyr man kan møte og lære av. Dette med unntak av Dyreparken i Kristiansand som har hovedfokuset på dyr.

#### 4.4.2 Markedssegment

En slik attraksjon har ikke en fastsatt aldersgrense, men retter seg mot familier. Hvilken aldersgruppe vil variere litt etter type dyr og foredrag. Å se på små fargerike fisker eller holde en kanin kan være mer spennende for små barn, men å se en løve spise et hjortebein er mer rettet mot et eldre publikum.

#### 4.4.3 Utvalg

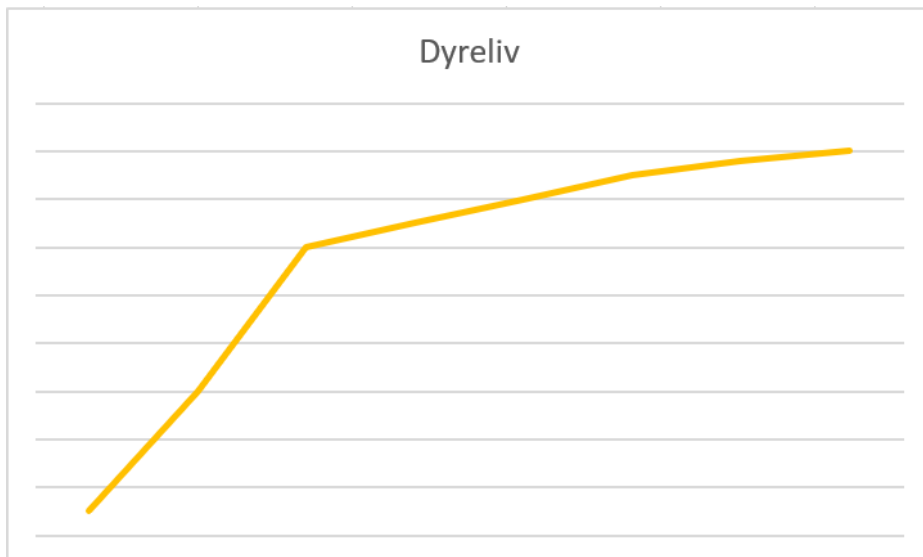
- Kongeparken Bondegård: Barn under 90 cm (Kongeparken, u.å.-a)
- Dyreparken 117 forskjellige dyrearter: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Dyreparken, u.å.-b)
- Legoland pingviner: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Legoland, u.å.-e)
- Legoland fisker: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Legoland, u.å.-f)
- Prater Hesteridning: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Prater, u.å.-a)
- Alton Towers 300 unike fiskearter: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Alton Towers, u.å.-e)



Figur 11: Illustrasjon over parker med “Dyreliv”-produkt. Europakart fra Freeman, 2021.

#### 4.4.4 Læringskurve

Mange har sett diverse dyr på film og tv, men å møte levende dyr er en unik opplevelse. Både faktorer som størrelse, form, bevegelse og pels er store læringsmomenter i seg selv. I tillegg har de fleste parker eget foredrag der man får lære enda mer om enkelte dyr som stell og mating. Flere plasser får de besøkende også være fysisk nær dyrene. Man kan også lære hvordan man håndterer og oppfører seg rundt levende dyr generelt. Dette er kunnskap som kan komme godt med senere i livet i nærheten av andre dyr. Læringskurven vil være bratt jo mindre erfaren man er, men selv voksne kan øke kunnskapen etter hvert nytt besøk i parken.



Figur 12: Læringskurve dyreliv

Selv om flertallet av besøkende mest sannsynlig har sett en geit oftere enn en elefant, kan begge opplevelsene gi en lik læringskurve. Dette fordi man ofte får se og oppleve mer av en geit som holder på med aktiviteter rundt deg, enn å se en passiv elefant i bur.

#### 4.4.5 Serviceleveransesystemet

Slike attraksjoner krever en betjening med kunnskap om de dyrene som er i den aktuelle parken. I tillegg er det viktig å passe på at besøkende oppfører seg bra sammen med dyrene. Det er kostbart for parken å holde dyr. Det krever mye penger til kvalifisert personell, fôr og medisinsk tilsyn. Under show og foredrag er det vanligvis et fast antall plasser og fastsatt tid, men ellers vil tidsforbruket og gjennomgangen av mennesker variere. Flere av slike attraksjoner er bare åpent deler av åpningstiden og året.

## 4.5 Skolebenken

### 4.5.1 Servicekonseptet

De som sier skole ikke er gøy har ikke vært i disse parkene. Her kan man ha naturfag, biologi, historie og mat og helse. Læringen her skjer under svært morsommere omstendigheter.

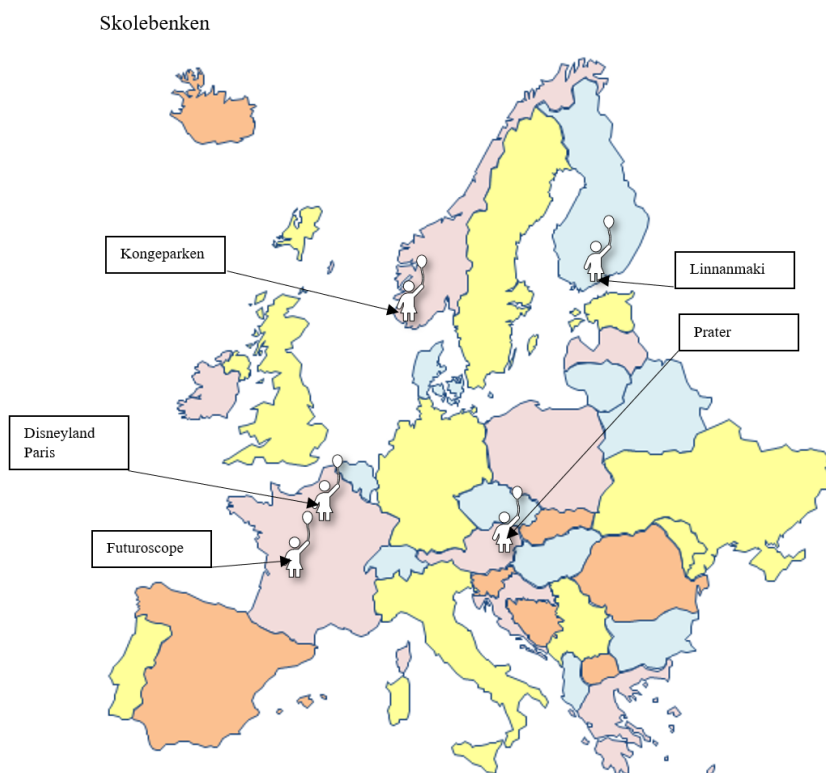
### 4.5.2 Markedssegment

Målgruppen til slike attraksjoner er folk som ønsker å lære. De fleste har ingen aldersgrense, men for å gjøre forskjell på en skolebenk og en fornøylespark er det læring ved bruk av karuseller. Noen karuseller kan gi en negativ reaksjon for besøkende som er gravide og/eller har kardiovaskulær eller muskel- og skjelettlidelse grunnet fart, brå bevegelse, lyd og lys.

### 4.5.3 Utvalg

- Futuroscope Cosmic Collisions: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Futuroscope, u.å.-c)
- Futuroscope The time machine: world history. Ingen høyde eller aldersbegrensninger. Ikke tilgang for gravide, ikke anbefalt for folk med kardiovaskulær eller muskel- og skjelettlidelse (Futuroscope, u.å.-d).
- Prater Blue planet: Ingen høyde eller aldersbegrensninger (Prater, u.å.-b)
- DisneyLand Paris Animation Academy: Ingen høyde eller aldersbegrensninger. Anbefalt for alle aldrer (Disneyland Paris, u.å.-a).
- Linnanmaki Linnunrata eXtra: 120-195 cm (100-120 cm med voksne) Anbefalt for barn over 6 år. Anbefales ikke hvis du er gravid, eller har en kardiovaskulær eller muskel- og skjelettlidelse (Linnanmaki, u.å).

- Kongeparken Freia sjokoladefabrikken: Minimumshøyde 90 cm (Kongeparken, u.å.-b).



Figur 13: Illustrasjon over parker med “Skolebenken”-produkt. Europakart fra Freeman, 2021.

#### 4.5.4 Læringskurve

Attraksjonene i denne kategorien er de som minner mest om vanlig skole og læring. De vil dermed ha en bratt jevn læringskurve. Å ta del i læring av faglig stoff på en gøyale måte kan gi en bedre forståelse av faget. Selv om det å lære verdenshistorien av en kanin med en tidsmaskin i 4D med fart og spenning ikke det samme som å sitte på skolen en tirsdag morgen. Har de besøkende vært i aktivitet i forkant av aktiviteten vil kunnskapsutbytte være mye større med en skjerpet hukommelse. Edutainment er et viktig nøkkelord for slike produkter.



Figur 14: Læringskurve skolebenken

#### 4.5.5 Serviceleveransesystemet

Til tross for at mye går på automatikk, må betjeningen ha faglig kompetanse om stoffet. Dette både for å kunne lære bort, og for å kunne besvare spørsmål fra besøkende. Slike produkter har et fast antall elever om ganger som det blir satt av et fast antall minutter til hver gruppe. Det gir en god gjennomgang av besøkende i løpet av timen/dagen.



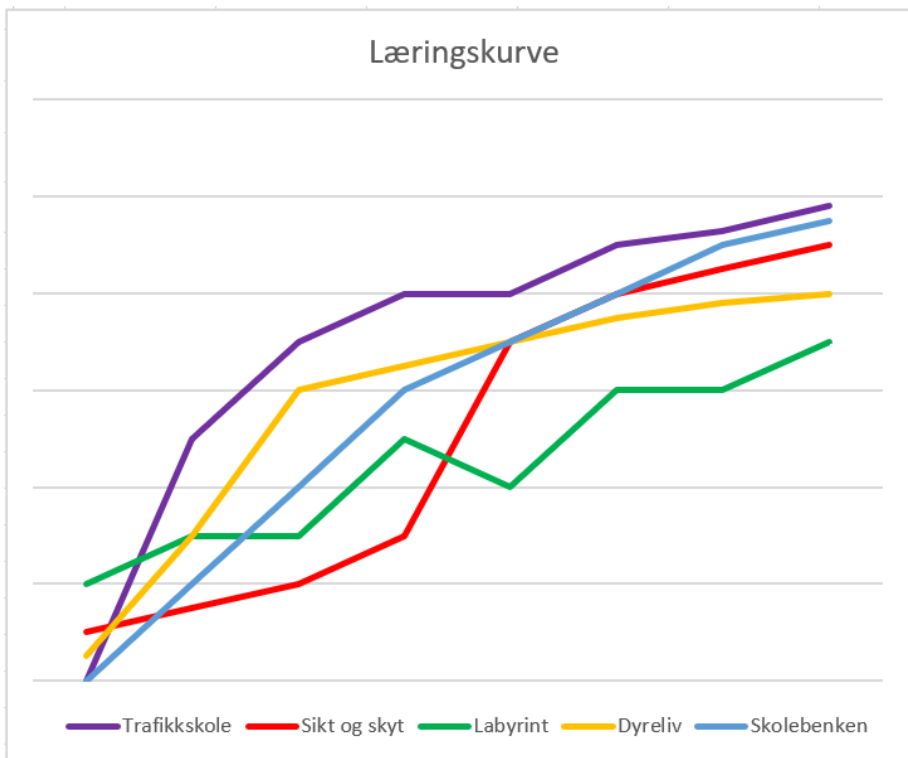
## 5. Diskusjon

Målet med å diskutere resultatene er å gi en oversiktlig presentasjon av funnene, for å så gå mer i dybden av dem. Her blir hovedsakelig bare tidligere informasjon oppsummert uten å tilføye nye fakta og data. Først vil jeg diskutere læringen i produktene, deretter i parkene.

### 5.1 Læring i produktene

Alle de utvalgte produkter har en god læringskurve. Det er en god balanse mellom læring og underholdning, også kalt edutainment, i produktene. Denne oppgaven viser at læring kan være underholdende. Det kommer frem i kurver og diagram. Man kan også måle det i gjengang av besøkende.

Læring kan både være teoretisk og praktisk. Med underholdning, bamser og figurer, fart og spenning blir det en mer praktisk form for læring. For barna er læring, enten aktiv eller passiv, viktig i flere deler av dagen og livet. Enten de er på skole, hjemme og i fornøylesparken. Under aktivitet skilles det ut kjemiske stoffer som dopamin og adrenalin i hjernen, noe som gjør barn mer mottakelige for læring.



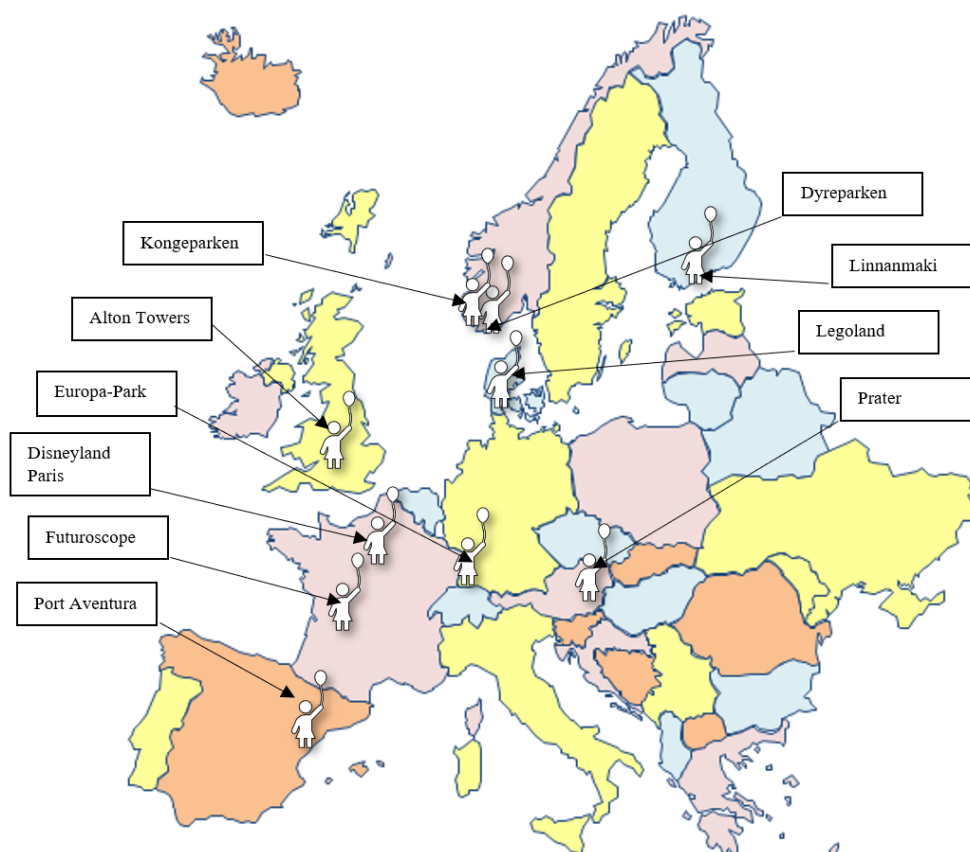
Figur 15: Illustrasjon av læringskurve av alle 5 aktivitetene satt sammen

Her har jeg satt sammen alle kurvene fra enkelt-resultatene til en samlet illustrasjon. Hver kurve symboliserer kundens læring. Y-aksen viser kunnskap, mens X-aksen viser tidsforløpet. Mens aktiviteter som Trafikkskole og Skolebenken begynner på null i kunnskap, har gjerne barna som gjør Labyrint og Sikt og skyt litt mer forkunnskaper.

De utvalgte parkene har alle mange lærerike produkter. Både de fem kategoriene som nevnt, men også resten av parkens aktiviteter er nøye sammensatt. For eksempel vil en aktivitet med kun teoretisk læring ikke være like attraktiv som en som også er underholdende. En aktivitet med kun underholdning kan derimot bare være gøy å gjøre et par ganger siden den ikke skaper noe mestringfølelse eller økt kunnskap. For besøkende er det viktig at parkene har et stort utvalg, uansett alder og interesser. Et produkt alene er ofte ikke like mye *verdt* som den er i et nøye sammensatt program og portefølje.

## 5.2 Læring i parkene

Jeg valgte parkene ut i fra hvilke produkter og aktiviteter de tilbyr. Enten det er en temapark eller fornøylespark er det forskjellige ting parkene velger å vektlegge. Det er alt fra et bestemt tema (lego), en stemning (magi), spenning (fart og høyde) eller teknologi (roboter) for å nevne noen. Parker har vanligvis mer enn bare et tema, og alle de jeg har skrevet om har også et stort fokus på læring i sine produkter.



Figur 16: Illustrasjon over alle de utvalgte parkene. Europakart fra Freeman, 2021.

Man kan dele parken opp i program og porteføljer. I program er det en sammenheng i aktivitetene. Etter en fullført aktivitet går veien naturlig videre til neste. Program kan også

deles opp i forskjellige nivåer der du må fullføre parkens første nivå for å kunne gå videre til neste. Portefølje er derimot parkens sammensetninger. Her blir parken delt opp i kategorier som for eksempel “adrenalinjegeren”, “den vågale” og “den eventyrlystne”. Disse produkt-sammensetningene skiller de eldste barna på over 120 cm, med de mellomste på over 90 cm, og de minste barna på under 90 cm (Kongeparken, u.å.-e).

Med fokus på læring og kunnskap er det program-aktivitetene som er best. Når du mestrer noe tar du med deg den kunnskapen videre til neste nivå å skaper en god læringskurve. Parker tilby både underholdning og læring for optimal nytelse og dekking av eventuelle verdigap.

### 5.3 Diskutere promotering av læring i parkene

Både Futuroscope med fremtidsbyen Futuropolis og Europa-Park med Junior Club har skapt et eget lærerikt univers til barna. Mens Junior Club er mest virtuelt, er Futuropolis en fysisk mini-by. Her får barn muligheten til å leke, lære og å være seg selv. Som forskningen tilsier trengs det fysisk aktivitet til for å få den kjemiske reaksjonen i hjernen som legger til rette for læring. I Futuropolis får barna også muligheten til å leke voksne og teste ut *voksenjobber* som sjåfør, brannmann, sportshelt, gartner, arkeolog og oppfinner. Selv om ikke alle de yrkene er de som står øverst i en høyskolebrosjyre, gir det barn mulighet til å se fremover å finne seg selv.

Legoland er jo en opplevelse i seg selv og er som navnet tilsier: et land av lego. De er opptatt av kreativ lek og læring noe som går igjen i hele parken. Enten det er spille musikk i musikkfontener med lego-instrumenter, kjøre legobåter eller bygge figurer og dyr med Lego-

og Duploklosser. Alt i parken er nøye gjennomtenkt og unikt. Edutainment går som en rød tråd gjennom hele parken. Jeg kunne nok ha klart å skrevet en hel bachelor bare på Legoland.

Kongeparken har alltid et mål om å lære de besøkende noe mer enn hva som er viktig akkurat der. Penger og sparing, fysikkens lover, brannsikkerhet, bilkjøring, matproduksjon, gårdsdyr med mer. Og den kunnskapen blir til med lek og underholdning. En park tenker nøye på ønsket målgruppe med valgene de tar. Kongeparken ønsker hovedsakelig et publikum bestående av barn men også unge voksne og familier.

Hvert år (unntak av pandemi) arrangerer Kongeparken Landstreffet i Stavanger. Da får 15 tusen russ muligheten til å oppdage og bli kjent med parken. Det øker sannsynligheten for at de i voksen alder vil besøke parken på ny.

## 6. Konklusjon

Spørsmålet som skulle besvares i denne oppgaven var: “Hvordan vektlegger fornøylesparker læring i produktene sine”. Alle de undersøkte parkene vektlegger læring i en viss grad i produktene. De utvalgte parkene vektlegger også læring i flere deler og nivåer av besøket. Læring blir prioritert både i form av praktisk læring som å gi erfaring til hverdagen, sikkerhet i tillegg til underholdning.

### 6.1 Forskningsspørsmål 1

Alle de utvalgte kategoriene og produktene kan man lære mye av. For å svare på

forskningsspørsmål 1: “Hvilke type produkter kan man lære mest av?”

har jeg brukt forstudiet som referansegrunnlag. Etter en lang analyse vil jeg konkludere med at det er produktene Trafikkskole og Sikt og Skyt brannmenn man kan lære mest av. Dette er på grunnlag av at de har en bratt læringskurve, krever høy konsentrasjon og deltakerne må lære en teknikk med “learning by doing”. Begge gir de besøkende kunnskaper de kan få brukt for i dagliglivet. Slik kunnskap kan være med å dekke et verdigap og skape en større trygghet i barnets generelle hverdag utenfor parken.

Trafikkskole skaper en forståelse av vei og trafikk. Dette kan gjør barn til tryggere trafikanter og kan til og med være med å redde liv. Sikt og skyt lærer barna om brannsikkerhet og brannslukking. Det kan bidra til økt forståelse av brannfare, og til praktisk handling i viktige situasjoner. Dette kan hindre branner og brannskader i hjemmet.

## 6.2 Forskningsspørsmål 2

Forskningsspørsmål 2 var: “Hvilke parker vektlegger læring mest?” Etter gjennomgang av forstudiet og analysen er det tre parker som utpeker seg. Disse har svært stort fokus på læring i hele parken og promoterer læring utad. Det er Futuroscope i Poitiers, Frankrike, Legoland i Billund, Danmark og Kongeparken i Ålgård, Norge. Disse hadde flest produkter med edutainment, god læring i de utvalgte produktene og vil størst grad dekke et eventuelt verdigap for de besøkende. De utvalgte parkene hadde et stort utvalg produkter for alle interesser og aldersgrupper. Disse parkene virker å være bevisst på fornyelse av produkt. Det skal til en hver tid være produkt som er underholdende og lærerike for barn i alle aldre. En familie skal dermed kunne komme igjen flere ganger og få en innholdsrik og lærerik opplevelse hver gang.

Disse tre parkene gir barn rom til å leke fritt, bruke plass til å finne ut av ting på egenhånd. Dermed vil også læringskurven stige. Ved fysisk aktivitet er barn mer mottakelige og villige til å lære, og har bedre forutsetninger til å huske ny kunnskap.

## 6.3 Forslag til videre forskning

De fleste fornøylesparker har en viss utskiftning av produktene sine. Både ved fjerning av gamle produkter og tilførsel av nye. Mine funn kan gi en indikator på at det å investere i lærerike underholdningsprodukter kan gi en økonomisk konsekvens for parken. For videre undersøkelser og forskning ville jeg ha sett på flere former for læring og flerkulturelle opplevelser. Hvilken type læring verdsetter andre kulturer fra andre steder i verden? Kan det være økonomisk å inkludere fremmedkulturelle element i vest-europeiske parker?

# Litteraturliste

Alton Towers (u.å.-a) Cuckoo Cars Driving School. Hentet fra:

<https://www.altontowers.com/explore/theme-park/rides-attractions/cuckoo-cars-driving-school/>

Alton Towers (u.å.-b) Battle Galleons. Hentet fra:

<https://www.altontowers.com/explore/theme-park/rides-attractions/battle-galleons/>

Alton Towers (u.å.-c) Primary School Trips. Hentet fra:

<https://www.altontowers.com/schools/school-trips/primary/>

Alton Towers (u.å.-d) School Trips. Hentet fra:

[\(https://www.altontowers.com/schools/school-trips/](https://www.altontowers.com/schools/school-trips/)

Alton Towers (u.å.-e) Sharkbait Reef. Hentet fra:

<https://www.altontowers.com/explore/theme-park/rides-attractions/sharkbait-reef-by-sea-life/>

Apeland, R. (u.å.) Slik skaper du fornøyde kunder og sikrer at de kommer tilbake.

*Talerlisten.no*. Hentet fra:

<https://talerlisten.no/slik-skaper-du-fornoyde-kunder-og-sikrer-at-de-kommer-tilbake/>

Aubert, V. (1985) Det skjulte samfunn. Oslo: Universitetsforlaget

Dictionary (2018) Pay it forward. Hentet fra:

<https://www.dictionary.com/e/pop-culture/pay-it-forward/>



Disneyland Paris (u.å.-a) Animation Academy. Hentet fra:

<https://www.disneylandparis.com/en-gb/attractions/walt-disney-studios-park/animation-academy/>

Disneyland Paris (u.å.-b) Alice's Curious Labyrinth. Hentet fra:

<https://www.disneylandparis.com/en-gb/attractions/disneyland-park/alices-curious-labyrinth/>

Dyreparken (u.å.-a) Bilbanen. Hentet fra: <https://www.dyreparken.no/opplevelser/bilbanen/>

Dyreparken (u.å.-b) 117 ulike dyrearter. Hentet fra: <https://www.dyreparken.no/dyr/alledyr/>

Dyreparken (u.å.-c) Grevens Forheksede Labyrint. Hentet fra:

<https://www.dyreparken.no/opplevelser/grevens-forheksede-labyrint/>

Europapark (u.å.) Laser Adventure - School of Adventurers. Hentet fra:

<https://www.europapark.de/en/theme-park/attractions/laser-adventure-school-adventurers>

Europapark (u.å-b) Europa-Park JUNIOR CLUB. Hentet fra:

<https://www.europapark.de/en/theme-park/info/media-entertainment/europa-park-junior-club>

Freeman. J. (2021) Geo Map - Europe. *Edrawsoft*. Hentet fra:

<https://www.edrawsoft.com/geo-map-europe.html>

Futuroscope (u.å.-a) Budding Drivers. Hentet fra:

<https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows/budding-drivers>

Futuroscope (u.å.-b) Fledgling Firefighters: Hentet fra:

<https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows/fledgling-firefighters>

Futuroscope (u.å.-c) Cosmic Collisions. Hentet fra:

<https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows/cosmic-collisions>

Futuroscope (u.å.-d) The Time Machine. Hentet fra:

<https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows/the-time-machine>

Hjelle, O. P. (2018) *Sterk Hjerne med aktiv kropp*. Oslo: Kagge Forlag

Jenkins J. D. (u.å.) Do You Know the Difference Between Amusement Parks and Theme Parks? Theme Park Architect. Hentet fra:

<https://themeparkarchitect.com/do-you-know-the-difference-between-amusement-parks-and-theme-parks/>

Khan A. K. og Merti B. A. (2011) Understanding customers' service experience: review and research propositions. Int. J. Business Environment. Hentet fra:

[https://www.researchgate.net/publication/264812428\\_Understanding\\_customers%27\\_service\\_experience\\_review\\_and\\_research\\_propositions](https://www.researchgate.net/publication/264812428_Understanding_customers%27_service_experience_review_and_research_propositions)

Kongeparken (u.å.-a) Dyrene på gården. Hentet fra: <https://www.kongeparken.no/aktivitet/dyr>

Kongeparken (u.å.-b) Sjokoladefabrikken. Hentet fra:

<https://www.kongeparken.no/aktivitet/sjokoladefabrikken>

Kongeparken (u.å.-c) Bjørneløypa. Hentet fra:

<https://www.kongeparken.no/aktivitet/bjorneloypa>

Kongeparken (u.å.-d) Brannstasjon. Hentet fra:

<https://www.kongeparken.no/aktivitet/barnas-brannstasjon>

Kongeparken (u.å.-e) Hvilken helt er du? Hentet fra: <https://www.kongeparken.no/>

Langset, M. (2020) Her er nyhetene i familieparkene. *VG*. Hentet fra:

<https://www.vg.no/forbruker/reise/i/VbmkdW/her-er-nyhetene-i-familieparkene>

Linnanmaki (u.å) Linnunrata eXtra. Hentet fra:

<https://www.linnanmaki.fi/en/rides/linnunrata-extra/>

Legoland (u.å.-a) Renault trafikkskole. Hentet fra:

<https://www.legoland.dk/udforsk/parken/forlystelser/renault-trafikskolen/>

Legoland (u.å.-b) Fire Brigade. Hente fra:

<https://www.legoland.dk/udforsk/parken/forlystelser/fire-brigade/>

Legoland (u.å.-c) Pirate splash Battle. Hentet fra:

<https://www.legoland.dk/udforsk/parken/forlystelser/pirate-splash-battle/>

Legoland (u.å.-e) Penguin Bay. Hentet fra:

<https://www.legoland.dk/udforsk/parken/forlystelser/penguin-bay/>

Legoland (u.å.-f) Atlantis by SEA LIFE. Hentet fra:

<https://www.legoland.dk/udforsk/parken/forlystelser/atlantis-by-sea-life/>

Marnburg, E. (2001). Den selvutviklende virksomhet: idépilarer i lærende organisasjoner.

Gyldendal akademisk.

Mitchell B. (2019) Futuroscope launches children's park Futuropolis. *Blooloop*. Hentet fra:

<https://blooloop.com/theme-park/news/futuroscope-futuropolis-opens-theme-park-children/>

Normann R. (2000) *Service Management* (3.utg) Oslo: J.W.Cappelens Forlag as

Norsk brannvernforeningen (2018) Bjørnis skal lære barn om brannvern. Hentet fra:

<https://brannvernforeningen.no/nyheter/2018/08/brannbamsen-bjornis-skal-lare-barn-om-brannvern/>

Ordnett (u.å.) Edutainment. Hentet 02.02.22 fra:

<https://www.ordnett.no/search?language=no&phrase=edutainment>

Pihl R. (2020) Word of mouth. SNL. Hentet fra: [https://snl.no/Word\\_of\\_Mouth](https://snl.no/Word_of_Mouth)

Portaventura (u.å.-a) Laberinto Blacksmith. Hentet fra:

<https://www.portaventuraworld.com/en/rides/laberinto-blacksmith>

Portaventura (u.å.-b) El Secreto de los Mayas. Hentet fra:

<https://www.portaventuraworld.com/en/rides/el-secreto-de-los-mayas>

Prater (u.å.-a) Hippodrome. Hentet fra:

<https://www.praterwien.com/nc/en/attractions/details/a/hippodrome/>

Prater (u.å.-b) Blue Planet. Hentet fra:

<https://www.praterwien.com/nc/en/attractions/details/a/blue-planet/>

Skogedal, M. N. (2013) Nå kan du leke og lære fysikkens lover i Kongeparken. Stavanger Aftenblad. Hentet fra:

<https://www.aftenbladet.no/lokalt/i/4VKGE/naa-kan-du-leke-og-laere-fysikkens-lover-i-kongeparken>

STEM school (u.å) LEGOS AND LEGOLAND MAKE STEM MORE FUN WITH PLAY BASED LEARNING. Hentet fra:

<https://www.stemschool.com/articles/legos-and-legoland-make-stem-more-fun-with-play-based-learning>

SurveyMonkey (u.å.) Forskjellen mellom kvantitative og kvalitative undersøkelser. Hentet fra: <https://no.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>

The LEGO Group (u.å.) A short presentation. Hentet fra:

[https://www.lego.com/cdn/cs/aboutus/assets/blt4ee78e0776fce92f/LEGO\\_Company\\_Profile.pdf](https://www.lego.com/cdn/cs/aboutus/assets/blt4ee78e0776fce92f/LEGO_Company_Profile.pdf)

Thielemann V. M., Ottenbacher M. C., Harrington R. J. (2018) Antecedents and consequences of perceived customer value in the restaurant industry. Hentet fra:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IHR-06-2018-0002/full/pdf>

Thommessen L. S., Sverdvik W. (2019) Et møte med mitt digitale jeg. NRK. Hentet fra:

<https://www.nrk.no/norge/xl/et-mote-med-mitt-digitale-jeg-1.14583508>

Tranøy K. E. (2021) John Dewey. SNL. Hentet fra: [https://snl.no/John\\_Dewey](https://snl.no/John_Dewey)

Trygg trafikk (u.å.) Tenåringer i trafikken. Hentet fra:

<https://www.tryggtrafikk.no/wp-content/uploads/2017/10/Tenåringer-i-trafikken-TT-rapport-2011.pdf>

# Vedlegg

## Vedlegg 1: forstudie

Parker	Destinasjon	Attraksjoner	Årstall	Areal	Antall karuseller	Produkt	link
Kongeparken	Ålgård /Rogaland	Fornøylesp ark	1986		60	Brannstasjon  Bank  Gårdsdyr  Bjørneløypa (trafikk?) + Kaptein skolen  Høydeskrekk (klatre)	<a href="https://www.kongeparken.no/aktiviteter">https://www.kongeparken.no/aktiviteter</a>
Tusenfryd	Oslo	Fornøylesp ark	1988	580 mål	33	Skycoster  Steampunk Hunters  Thors Hammer  Trafikkfryd	<a href="https://www.tusenfyd.no/planlegg-ditt-besok/opplev-elsker/attraksjoner">https://www.tusenfyd.no/planlegg-ditt-besok/opplev-elsker/attraksjoner</a>
Dyreparken	Kristiansand	Temapark	1966	663 mål	23	Bilbanen	<a href="https://www.dyreparken.no">https://www.dyreparken.no</a>

						<p>Klatrefjell</p> <p>Jungelløype</p> <p>Labyrint</p> <p>Spøkelseshus</p> <p>Pinky og Sunnivas ildprøver (hinderløype)</p>	<p><a href="http://w.dyreparken.no/aktiviteter/">w.dyreparken.no/aktiviteter/</a></p>
Euro Disney	Paris	Temapark	1992	22,3 km2	51	<p>Alice's Curious Labyrinth Animation Academy</p> <p>kjøreskole</p> <p>Discovery Academy?</p>	<p><a href="https://www.disneylandparis.com/en-gb/attractions/">https://www.disneylandparis.com/en-gb/attractions/</a></p>
<b>Legoland</b>	Billund,	Temapark	1968	0,14 km2	45	Atlantis sea	<p><a href="https://www.legoland.com/">https://www.legoland.com/</a></p>



	Danmark			(14 ha)		<p>life</p> <p>Musikk fontene Safari</p> <p>minibåter (styr selv)</p> <p>Miniland</p> <p>Nintendo spillverden</p> <p>Trafikkskole</p> <p>klatrevegg</p> <p>brannvesen</p> <p>The temple</p> <p>Ice pilot school</p>	<p><a href="http://www.legoland.dk/udfors">w.legoland</a></p> <p><a href="http://www.legoland.dk/udfors">.dk/udfors</a></p> <p><a href="http://www.legoland.dk/parken/f">k/parken/f</a></p> <p><a href="http://www.legoland.dk/parken/f">orlystelser</a></p> <p><a href="http://www.legoland.dk/parken/f">/</a></p>
PortAventura	Spania	Temapark	1995	0,52 km2 (52 ha)	43 + 17 water	<p>El Secreto de los Mayas</p> <p>Laberinto</p> <p>Black Smith</p>	<p><a href="https://www.portaventuraworld.com/en/parks">https://www</a></p> <p><a href="https://www.portaventuraworld.com/en/parks">w.portaven</a></p> <p><a href="https://www.portaventuraworld.com/en/parks">turaworld.</a></p> <p><a href="https://www.portaventuraworld.com/en/parks">com/en/pa</a></p> <p><a href="https://www.portaventuraworld.com/en/parks">rks</a></p>

Europa -park	Tyskland, Rust	Temapark	1975	0,85 km2 (85 ha)	13 roller -coasters ‘  Over 100 attractions	Atlantis adventure  * <b>Junior club</b>  old mac donald’s Tractor Fun	<a href="https://www.europapark.de/en/themes-park/">https://www.europapark.de/en/themes-park/</a> <a href="https://www.europapark.de/en/themes-park/your-visit/about-europapark">https://www.europapark.de/en/themes-park/your-visit/about-europapark</a>
<b>Futuroscope</b>	Poitiers Frankrike	Fritidspark/ leisure park	1987	0,53 km2 (53 ha)	40	The Time machine  Futuropolis: (Firemen, lifeguards, drivers, foremen)  Through Thomas Pesquet’s eyes  Journey into	<a href="https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows">https://www.futuroscope.com/en/attractions-and-shows</a>

						the dark  Cosmic Colitions  Buddy Drivers  Firefighters  Vélodrôle (vannsykkel)	
Linnanmäki	Helsinki, Finland	fornøyelsespark	1950	7.5 hectares  19 acres	40+	Kammokuja (3D, skumel)  Høy fart, spenning:  Vuoristorata  ukko  Taiga  Magia	<a href="https://www.linnanmaki.fi/en/rides/">https://www.linnanmaki.fi/en/rides/</a>
Parc Asterix	Frankrike paris	Fornøyelsespark	1989	0,18 km2 (18 ha)	41	Petit chene play area	<a href="https://www.parcasterix.fr/en/a">https://www.parcasterix.fr/en/a</a>

						LeEspions de César	<a href="#">bout-park</a>
Grona Lund	Stockholm	Fornøylesp ark	1883	3,8 ha	31	Blå tåget (skummet)  house of nightmare  kärlekstunnel n <3  Pettson og Findus verden	<a href="https://www.gronalund.com/attraktioner">https://www.gronalund.com/attraktioner</a>
Gardaland	Italia	Fornøylesp ark	1975	35 ha	32	Doremi- farm  Magic house	<a href="https://www.gardaland.it/en/experiences/">https://www.gardaland.it/en/experiences/</a>
Tivoli gardens	København	Fornøylesp ark og lysthage	1843	8 ha	30?	The Flying trunk = 32  fairytale scenarios	<a href="https://www.tivoli.dk/en/haven-og-forlystelser/forlystelser">https://www.tivoli.dk/en/haven-og-forlystelser/forlystelser</a>

Walibi	Brussel	Fritidspark/ leisure park	1975		42	Challenge of Tutankhamon  The Popcorn Revenge	<a href="https://www.walibi.be/en/attractions">https://www.walibi.be/en/attractions</a>
Efteling	Nederland	Temapark	1952	0,72 km2  72 hectares  180 acres	36	A trip back in time  Chug along  Gondoletta  Efteling Museum	<a href="https://www.efteling.com/en/park/attractions">https://www.efteling.com/en/park/attractions</a>
Pleasure Beach	Blackpool UK	Fornøylespark	1896	17 ha	38?	Sponge Bob splash bash  impossible walkthrough  chinese puzzle maze	<a href="https://www.blackpoolpleasurebeach.com/rides-new/">https://www.blackpoolpleasurebeach.com/rides-new/</a>
The prater, Wurstelprater	Wien	Fornøylespark	1766		250+	Kids Highway	<a href="https://www.praterwien.com/en/">https://www.praterwien.com/en/</a>

						Electro highway Hippodrome Planetarium (stars)	<a href="#">attractions</a> /
<b>Alton towers</b>	UK storbritannia	Temapark	1980	3,7 km2	40+	Sharkbait Reef Something Special Sensory Garden Justin's House, the Pie-O-Matic Factory Cuckoo Cars driving school	<a href="https://www.altontowers.com/explore/theme-park/ride-s-attractions/">https://www.altontowers.com/explore/theme-park/ride-s-attractions/</a>
Liseberg	Gøteborg	Fornøylespark	1923	17 ha	37	Busshållplatsen (lek) Kristall	<a href="https://www.liseberg.se/attraktioner/">https://www.liseberg.se/attraktioner/</a>

						-salongen Tuta og kor	
Astrid Lindgren Varld	Vimmerby	Temapark	1981	13 ha		lek og spille i de forskjellige verdener teater om historier	<a href="https://astridlindgrensvarld.se/ukontack-parken/lekmiljoer/">https://astridlindgrensvarld.se/ukontack-parken/lekmiljoer/</a>