



2007-09-26

## **Definition av ämnet upplevelseproduktion**

Ämnet upplevelseproduktion inriktar sig på de processer och metoder som används vid produktion av upplevelser inom det nya upplevelsesamhället. Den post-moderna samhällsutvecklingen har nått den översta nivån av Maslow´s behovshierarki där drömmar och självförverkligande har blivit ett nytt kommersiellt utbyte och en egen ekonomi, upplevelseekonomin. Iscensatta meningsskapande upplevelser baserade på individuella drömmar och känslor utgör värdet för konsumtion som syftar till att skapa personlig image och livsstil. Upplevelseproduktion inom upplevelseindustrin bygger därför på andra och delvis ännu utforskade principer än produktion av varor och tjänster inom serviceindustrin.

Upplevelseproduktion består av en mångdimensionell process som baseras på design och styrning av materiella och immateriella resurser. Dessa leder en person genom en fördefinierad upplevelseprocess som tematiskt byggs upp av grundkomponenterna underhållning, lärande, estetik och eskapism.

Upplevelseproduktion som forskningsämne studerar olika dimensioner i denna producerade upplevelseprocess. Dessa dimensioner består av upplevelseproducenten och dennes arbetsformer, verktyg och resurs. Upplevelseproduktionsprocessen med iscensättandet och design av de materiella och immateriella resurserna. Upplevelseprodukten som ekonomiskt utbyte inom upplevelseindustrin. Den personliga upplevelsen och dess kvaliteter som individen förnimmer vid konsumtion av upplevelseprodukten, samt den efterfråga på upplevelser människan har utifrån sin sociokulturella kontext.