

场景理论视域下乡村文旅数字化服务设计策略

Digital Service Design Strategy of Rural Cultural Tourism from the Perspective of Scenario Theory

徐延章 Xu Yanzhang

摘要：数字时代背景下，以大数据、人工智能、虚拟现实为代表的新技术应用促进了文化和旅游服务质量的提升，虚实融合的数字化体验为乡村文旅服务提供了创新空间。本文基于乡村振兴战略背景，结合场景理论研究乡村文旅数字化服务设计策略，从拓展数字化文旅空间、彰显象征性文化意义、丰富角色化文旅活动、连接多样化用户群体、体现乡村文旅服务价值五个方面分析乡村文旅数字化服务方法，旨在结合数字时代发展创新乡村文旅服务理念，通过发展数字化文旅服务新场景和新体验提升乡村文旅融合服务效能，促进乡村文化振兴和经济社会高质量发展。

关键词：乡村振兴，场景理论，文旅融合，数字化服务，服务设计，用户体验

随着数字时代的发展，以直播、短视频为代表的视听形式为用户创设了直观的文化体验情境，以虚拟现实、增强现实为代表的数字技术为用户提供了多维交互体验空间，促进了城乡文化的交流。乡村振兴背景下，以乡村文旅服务满足人民日益增长的精神文化需要，促进乡村经济社会发展，不仅是乡村振兴的题中之义，也是马克思主义基本原理与中国具体实践和中国优秀传统文化相结合的内在要求，是乡村全面振兴的重要途径^[1]。数字时代背景下，线上、线下文旅体验场景不仅为乡村文旅服务提供了数字体验空间，而且促进了数字化文旅服务理论的创新发展，以场景理论为代表的文化理论在数字化空间场域中不断完善。场景理论是美国城市研究新芝加哥学派克拉克等提出的文化动力理论，强调场景具有的美学价值和文化内涵，突出场景在文化传播和文化价值观念塑造中的作用^[2]。数字时代背景下，场景理论从物理结构、人群、特色活动等方面揭示了文化场景中人与环境的关系，突出了场景所具有的象征性的意义和价值观，反映了场景的公共性，为构

Abstract: In the context of the digital era, the application of new technologies represented by big data, artificial intelligence and virtual reality has promoted the improvement of culture and tourism service quality, and the virtual reality experience has innovated rural cultural and tourism services. Based on the background of rural revitalization strategy, this paper studies the digital service design strategy of rural cultural tourism with the combination of scenario theory, and analyzes the methods from five aspects: expanding the digital cultural tourism services, highlighting symbolic cultural significance, enriching the role of cultural tourism activities, connecting diverse user groups, and reflecting the value of rural cultural tourism services. It aims to innovate the concept of in the digital era, improve the efficiency by developing new scenarios and experiences of digital cultural and tourism services, and promote rural cultural revitalization and high-quality economic and social development.

Keywords: rural revitalization, scenario theory, integration of culture and tourism, digital services, service design, user experience

建在线在场融合互动的文旅服务场景提供了方法依据，为乡村文旅数字化服务设计提供了理论支撑^[3]。为此，本文从场景理论出发，结合数字时代发展研究乡村文旅数字化服务设计方法，通过发展数字文旅服务新场景和新体验，促进乡村文化振兴和经济社会高质量发展。

一、拓展数字化文旅空间，虚实相生的乡村文旅服务场景

场景理论将物理结构作为场景发挥作用的基础和平台，突出了物理结构在平台构建和服务过程中的支撑作用。在乡村振兴背景下，乡村文旅服务应突破物理资源在空间和地域方面的限制，通过拓展数字化文旅空间，形成虚实相生的乡村文旅数字化服务场景。结合场景理论，乡村文旅数字化服务可从文旅资源数字化呈现、文旅空间虚实融合和多视角全景品鉴三个方面拓展数字化文旅服务空间。

（一）文旅资源数字化设计

数字时代背景下，乡村文旅数字化服务通过数字资源和虚实情境构建数字文旅服

务空间，形成虚实相生的数字化文旅体验语境。乡村文旅数字化服务可在结合新技术和新媒体建设数字化文化资源的基础上，从数字化特征角度创新乡村文旅数字体验特色，通过虚实融合的乡村文旅资源数字化创设乡村文化体验特色。首先，乡村文旅资源标签化设计。从供需关系理论分析，用户需求与文旅资源的匹配是提升乡村文旅服务效能的关键。乡村文旅数字化服务通过用户画像表征用户需求，通过文旅资源标签化设计适配用户个性化体验需要。从文旅资源与用户需求的匹配关系出发，乡村文旅资源标签化设计可将数字体验情境偏好和行为特征作为重要用户画像标签，通过大数据技术进行聚类和相关性链接，在赋予包括历史、空间、区域、交互和反馈在内的乡村文旅资源情境化标签的基础上，建立乡村文旅资源与用户的对应关系，为数字化呈现乡村文旅资源提供依据。其次，乡村文旅资源叙事化设计。从数字化服务语境出发，乡村文旅资源数字化建设可从文化性、体验性、动态性角度进行叙事化表现。对乡村文旅资源进行文化元素挖掘，乡村文旅数字化服务结合叙事化方法

展示文旅资源特色，结合用户认知和体验进行动态呈现和场景叙事设计，从而凸显乡村文化和旅游资源特色。例如具有“中国竹笛第一村”美誉的杭州市紫荆村结合微信公众号进行叙事设计，采用“竹笛咖啡”“田间计划”“稻田食堂”等方式展示乡村文旅特色。再次，乡村文旅资源的互动化设计。在乡村文旅数字化服务建设过程中，文旅数字化资源建设呈现出从静态向动态、从标清到高清、从静观向互动的体验趋势。借助数字化情境，乡村文旅数字化服务可通过虚实结合的服务空间实现文旅资源的互动体验链接，将亦真亦幻的文旅体验场景融入乡村文化互动空间，通过乡村经济社会发展的故事挖掘和历史文化演绎，形成生动具体的乡村文旅虚拟体验空间。

（二）文旅空间融合化设计

数字时代背景下，乡村文旅数字化服务不仅体现在文旅资源数字化呈现方面，而且反映在乡村文化空间虚实融合的创意展示之中。从提升用户兴趣出发，乡村文旅数字化服务可通过乡村自然与人文景观形成用户与乡村文旅场景的互动关系，运用创意展示与数字技术激发用户关注和体验的热情。首先，虚实相生的乡村文旅空间展示。场景理论视域下，乡村文旅数字化服务不仅要结合数字孪生的服务理念丰富数字化文旅服务资源，形成虚拟现实、增强现实和混合现实相融合的文旅体验空间，而且要根据数字时代发展和用户兴趣变化不断更新服务理念，通过虚实融合的文旅空间展示激发用户兴趣。其次，融合拓展文旅空间体验形式。结合数字媒介特征，乡村文旅数字化服务在运用虚拟现实、增强现实等互动形式展示乡村文旅情境的基础上，可将动画、直播、短视频等技术融入数字文旅空间，如通过高清展示媲美现场体验的乡村文旅场景，结合虚实结合的体验情境拓展乡村文旅视听资源的呈现形式。例如陕西省袁家村采用文字、图像和视频相结合的方式展示木板年画、剪纸、画糖人乡村传统文化特色，通过“吃在袁家村”“民宿真忒色”“还能这样浪”“咋到袁家村”“带点啥回家”等具有地方语言特色的表达方式为用户提供游玩指南。再次，适配用户习惯的乡村文旅数字化服务场景。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务既要采用智慧服务的理念拓展服务蓝图，又要根

据用户多样化体验需求不断创新服务形式，结合用户媒介习惯呈现相应的乡村文旅数字化服务场景。借助数字化服务空间，乡村文旅数字化服务可通过时空交互展示相应的文旅信息，将乡村美景、精彩活动、直播预告与现场体验相融合，如为用户提供乡村文旅空间的回顾，结合用户数据和数字化设计进行未来乡村文旅场景呈现。

（三）品鉴视角多维化交互

在数字技术支撑下，乡村文旅现场体验时空被数字化技术有效拓展，以沉浸式体验为代表的交互设计为用户提供了多样化的品鉴空间。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务应不断突破用户熟知的服务范式，通过敏捷迭代和创意设计优化乡村文旅数字化服务过程，可从多维化交互体验视角出发，结合全景设计促进用户互动体验。首先，沉浸体验契合用户第一视角。从提升用户体验的真实性、沉浸性出发，乡村文旅数字化服务可借鉴三维游戏用户视角的视图方式，通过逼真的体验情境和交互控制实现用户在乡村虚拟场景的漫步。乡村文旅数字化交互服务中，除了采用鸟瞰视图方式进行全局导览，还可针对不同身高用户的体验实际为用户提供切换视角的独特体验，生动多样地展示乡村文旅数字化服务资源。例如“慢享不老村”微信公众号通过VR的方式进行南京市不老村虚拟现实体验设计，用户可以通过导览服务获得多样化的体验视角，感受航拍的壮观景象，沉浸于乡创市集的文艺空间，近距离品味水车和小桥等乡村美景。其次，多维视角优化用户体验场景。在建构虚拟现实场景的基础上，乡村文旅数字化体验全景以超越用户常规视角的方式进行展现，可采用场景切换方式实现用户与乡村文旅空间的互动，以空间漫游视角和时空漫步的形式呈现乡村文旅数字化空间与现实场景的对应关系。从场景体验出发，乡村文旅数字化可将数字体验空间的漫游视角与用户视角相匹配，如将乡村建筑的立体分布与平面分布相融合，通过可视化设计呈现相关景观信息，便于用户快速定位关注的文旅资源。再次，细节展示突出数字高清互动体验特色。在5G技术支撑下，虚拟现实的高清内容为构建乡村文旅数字服务空间提供了支撑，三维高清交互体验为乡村文旅数字服务创造了条件。乡村文旅数字化服务可通过高清资源建

设满足用户细节品味的需要，还可通过虚拟现实互动设计拓展沉浸式体验空间，通过三维高清交互为用户提供多样化的服务。

二、彰显象征性文化意义：融合审美的乡村文化传播

场景理论将象征性意义和文化价值观作为体现场景在审美和文化引领中发挥作用的关键要素，凝聚了人群、物理结构和活动所形成的文化要义^[4]。数字时代背景下，建立文旅资源与用户的连接是乡村文旅数字化服务的前提和基础，融合审美的乡村文旅传播是建立用户积极认知的关键。乡村文旅可将文化意义作为数字化服务中文化传播的突破口，从视听化传播、艺术化呈现和数字化交互等方面进行文化传播设计。

（一）视听化传播凸显文化底蕴

从传播学分析，数字媒介通过数字文化空间形成用户与服务的连接关系，其用户规模和体验黏度方面的优势为乡村文化传播提供了条件^[5]。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务的过程是用户通过感官与文旅资源互动的过程，是用户根据个人兴趣和身心特征进行的视听体验过程。乡村文旅数字化服务应抓住用户感知体验特征，通过数字视听互动展示设计体现文化底蕴，通过用户感知传承中华优秀传统文化，体现乡村文旅数字化服务在社会主义先进文化传播中的引领作用。

首先，结合数字场景进行乡村文化服务信息传播。数字时代背景下，通过文化需要建立用户与乡村文旅数字化服务之间的关系，运用数字媒体提升用户关注度是乡村文旅融合传播的重要方法。结合用户媒介习惯特征，乡村文旅数字化服务不仅可结合用户行为进行线下文化活动宣传，还可通过数字平台推广中华优秀传统文化信息。

其次，通过短视频和融媒体平台传播乡村文化信息。针对用户媒介偏好和内容需求，乡村文旅数字化服务可运用数字平台推广文旅服务信息，如结合抖音、快手等短视频平台进行乡村文旅视听服务布局，结合融媒体平台的用户规模优势传播历史文化内容。例如江苏省周庄古镇通过周庄景区抖音号进行文化传播，以“古风周庄”“有一种生活叫周庄”“生活周庄”“水色周庄”为代表的视听内容合集为用户呈现了美丽的水

乡风情。

再次，结合乡村文旅资源特色拓展视听服务形式。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务可结合文旅资源特色进行视听体验设计，通过乡村文旅空间、历史文化、人本服务和生活情境，为用户创设视听感知和文化品鉴的数字化体验，形成数字时空下的用户视听体验场景。

（二）艺术化呈现提升审美体验

数字时代背景下，乡村文旅数字化服务过程既是乡村文化传播和艺术体验的过程，又是在以用户为中心的服务理念指导下进行艺术审美过程。在虚实结合的数字化场景体验过程中，用户通过感官感受乡村文旅氛围，通过交互品味乡村文化魅力，通过交流分享文旅心得，通过线上线下的融合审美建构乡村文旅整体印象，达到丰富文化知识和提升审美能力的效果。

首先，通过艺术形式提升审美体验。乡村文旅资源在通过其独具特色的表现形式承载物质文化的同时，通过其特有的艺术风格展示中华文明发展的历程，成为中华优秀传统文化的表征。在对乡村文旅资源进行历史文化挖掘的基础上，乡村文旅数字化服务可通过艺术形式提升用户审美体验，通过艺术表演的方式展示文化魅力。结合数字化场景进行艺术表演设计，不仅有助于创新乡村文旅数字化服务表现形式，而且能够促进用户深入了解乡村文明发展的进程，有利于增强文化自信。例如河南省西河古村落在春节期间推出“豫见非遗 梦回西河”文化艺术节活动，以“开城迎宾”“梨园芳华”“踏伞行”为代表的文化展演活动为用户提供了艺术审美体验。

其次，突破现实空间的审美体验。从提升审美体验出发，乡村文旅数字化服务可突破常规的空间和场景的虚实对应关系，通过创意艺术情境设计，将乡村文旅资源进行艺术化呈现，通过乡村文旅空间与用户的互动形成艺术互动场景，从而将乡村文旅数字化服务提高到满足用户多元体验和提升审美能力的标准上。通过合理突破用户对乡村文旅数字化服务的常规认知，结合数字场景丰富乡村文旅艺术表现形式，创新乡村文旅数字化艺术体验，使数字化空间成为满足用户精神文化生活需要的重要平台。

再次，结合知识缺口提高用户审美能

力。乡村文旅数字化服务在结合线上线下体验情境进行创意传播设计的过程中，不仅可将艺术传播设计作为中华优秀传统文化传承的突破口，通过营造参与式文化体验情境激发用户审美过程中的自我效能感，还可结合用户知识完型的需求传播中华优秀传统文化信息，通过乡村文化情境体验和文化知识闯关提高用户审美能力。

（三）数字化交互连接文化空间

在数字技术驱动服务创新的进程中，乡村文旅数字化服务通过虚拟现实空间进行时空对话，采用增强现实技术生动呈现数字资源，形成虚实结合的创新体验情境。场景理论视域下，乡村文旅数字化服务应注意用户多样化的感知特征，可采用数字化交互展示相关文化信息，突出乡村文旅数字化服务资源的象征意义。

首先，数字化诠释演绎文化内涵。从象征性文化内涵的表现出发，乡村文旅数字化服务可将文化资源的象征性文化内涵与用户多样化的交互体验需求结合起来，通过对乡村象征性文化内涵的挖掘，将乡村文旅数字化服务资源和文化空间所蕴含的文化意义融入到用户数字化交互的过程中，拓展到虚拟现实和增强现实的文化体验中。

其次，数字化交互展示文化空间。在数字技术支撑下，乡村文旅数字化服务通常基于智能手机位置服务功能，采用扫描二维码或实物方式进行增强现实互动设计，通过数字体验空间展示乡村文旅数字化服务资源。根据用户数字化交互需求，乡村文旅数字化服务可从用户的动作和姿态交互体验入手，将数字化交互体验从平面点击转向空间互动，如采用旋转木马的滚动互动方式、倾斜手机的姿态控制等智慧交互方式，还可通过数字化交互设计引导用户探索相关乡村文化背景和发展过程，与相关乡村景观进行深度交互。

再次，多样化交互突出智慧文化传播理念。从人本交互出发，乡村文旅数字化服务可通过人工智能技术进行乡村文旅资源检索，基于用户个性化位置设置进行智慧交互设计，便于远程用户进行增强现实体验，体现智慧文旅服务与文化传播理念。结合用户数字设备特点，乡村文旅数字化服务不仅可结合地图式的资源检索方式，而且可采用多点互动方式为用户提供交互入口提示，将可

视化设计合理运用在不同的智能设备中，通过适配用户认知的乡村文旅增强现实体验提升用户体验黏度。例如黑龙江省北极村通过全景北极虚拟实景进行交互体验设计，结合虚拟现实和交互地图为用户提供中国最北邮局、北极村观光塔、最北广场的数字场景。

三、丰富角色化文旅活动：沉浸体验的乡村文化交流

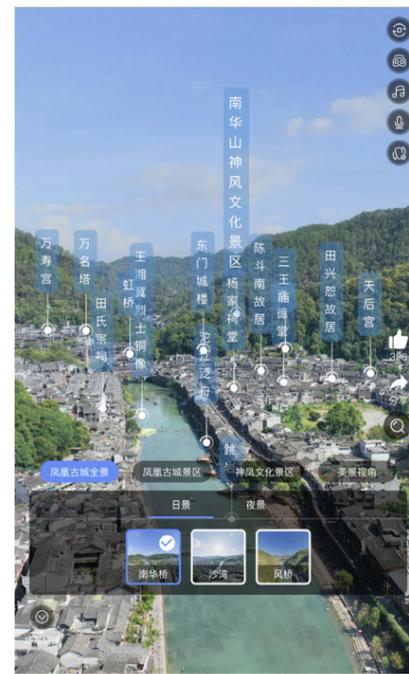
场景理论将特色活动作为场景中人群与物理结构发生关系的连接点，突出了特色活动在凝聚用户群体和形成文化价值观中的作用。结合场景理论，乡村文旅数字化服务可将文化活动作为提升用户参与度和提高文旅服务效能的重要突破口，结合数字化体验情境进行角色化文化体验设计。

（一）数字化体验文化活动

从提升用户体验层次出发，乡村文旅服务通常采用线上线下相结合的形式，根据用户群体需求设计文化体验活动。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务不仅可通过现场体验的形式组织乡村文化体验和休闲旅游活动，而且可通过虚实结合的数字视听空间策划乡村文旅体验活动。

首先，结合数字文化空间展示特色体验活动。针对用户多样化体验需求，乡村文旅数字化服务不仅要根据用户体验过程提供相关服务资讯，而且可针对用户文旅服务需求设计相应的文旅活动，通过数字文化空间展示乡村文旅体验特色。从提升乡村文旅服务效能出发，乡村文旅数字化服务可将用户多样化活动体验作为特色服务的突破口，通过数字文化空间体验创意文化活动。从提升用户参与度出发，乡村文旅数字化服务可依托数字体验场景，为用户创设活动参与现场，便于以数字人身份体验文化活动现场。例如甘肃省扎那那推出了“扎那那首届高山杜鹃花节”抖音话题挑战赛，基于用户位置和话题设计参与性特色文化活动。

其次，通过虚实互动空间进行文化交流。针对用户多样化文化体验需求，乡村文旅数字化服务可通过虚实互动空间呈现文化活动内容，借助数字体验场景渲染乡村文旅活动氛围，通过特色活动设计突出乡村文化体验特色。一方面，乡村文旅数字化服务可借助虚拟现实情境，通过趣味化、创意



1. 湖南省凤凰古城



2. 南京市不老村

化、交互化的展示方式设计在线交流活动。另一方面，乡村文旅数字化服务可从现场体验出发，通过直播和短视频等形式展示乡村文旅服务信息，从用户自身视角展示乡村文化活动画面，依托公共文旅服务平台设计文化交流活动。

（二）角色化体验文化时空

从传承中华优秀传统文化的角度来说，用户对于历史发展和文明进步的了解不仅可以通过图像、文字、动画、视频等形式展开，而且可通过角色化体验的方式进行深入交流。数字时代背景下，乡村文旅数字化服务可通过数字化场景构建用户与历史文化时空的互动关系，通过角色化体验设计形成用户与历史文化时空的创意互动情境，为用户感受中华文明的发展创设体验空间。乡村文旅数字化服务可从时空体验和艺术展示出发，借助热播的影视剧作、流行的文化元素和热议的生活方式等热门话题进行角色化体验活动设计，通过虚拟时空情境下用户与乡村文旅服务的积极互动，达到传承中华优秀传统文化和增强文化自信的目的。从角色化体验活动出发，乡村文旅数字化服务可采用游戏体验的方式，通过角色扮演赋予用户以

虚拟身份，通过学习、体验等形式实现文化传播和艺术互动。例如湖南省德夯苗寨在提供苗族节目表演等互动活动的基础上，结合数字空间为用户提供数字参与服务，如虚拟试穿苗族服饰、数字参与苗族舞蹈等活动。在用户行为分析的基础上，乡村文旅数字化服务可将游戏活动作为用户深层次文化体验的突破口，结合用户的知识完型和游戏体验需求进行在线协同探秘，通过激发用户的自我效能感提高用户参与的积极性。在运用角色化体验过程中，乡村文旅数字化服务应注意用户认知能力的分析，将跨越时空的角色体验活动设计建立在了解用户知识结构和文化背景的基础上。

（三）沉浸式感受活动氛围

数字时代背景下，虚拟现实的创意情境突破了乡村文旅服务在物理空间方面的限制，为用户沉浸式体验创造了条件。场景理论视域下，乡村文旅数字化服务不仅可通过多样化数字服务资源展示适应用户个性化需求，而且可通过虚拟现实空间突破文化活动在距离和服务规模等方面的限制，结合沉浸式情境的文化活动体验满足不同用户的文化需要。根据数字体验情境，乡村文旅数字化

服务可通过全息投影技术构建虚实互动体验空间，还可动态呈现文化活动创意情境。例如湖南省凤凰古城结合用户数字化体验特征，不仅通过微信小程序为用户提供景区地图、VR导览、酒店民宿等智慧景区服务，而且结合数字体验情境推出了中国首个沉浸式苗族文化体验游船服务，丰富了用户的沉浸式夜游体验。在线数字文化活动设计中，乡村文旅数字化服务可采用高清界面呈现VR活动现场，通过场景交互和沉浸式体验为用户提供具身体验文化活动和近距离感受活动场景的机会。从用户具身认知出发，乡村文旅数字化服务可将文明发展、社会进步、科技创新与乡村特色文化活动相结合，不仅可通过虚拟现实空间呈现历史典故、乡村景观等文化资源，还可将用户虚拟角色与乡村文化活动相结合，通过数字空间的参与参与渲染活动现场氛围。乡村文旅数字化服务可采用三维角色设计的方式赋予在线用户以数字化的形式在线参与VR文化活动，突出乡村数字化文化活动在传承中华优秀传统文化和社会教育中的作用。在三维建模技术支撑下，乡村文旅数字化服务可以通过三维仿真模型实现用户与文化活动现场的交互，还可通过三维建模实现创意体验空间，如采用仿真场景设计进行探索式活动展示，还可通过虚拟身份参与进行乡村文化活动体验。

四、连接多样化用户群体：以人为本的乡村文旅关怀

从场景理论分析，人群是场景发挥作用的关键要素，而组成人群的个体具有其群体化的行为特点和个性化的情感特征。场景理论视域下，乡村文旅数字化服务不仅可通过场景化服务适应用户需要，而且可通过情感关怀连接在线在场用户，通过可视化效能体现乡村文旅服务价值。

（一）场景化服务适应用户需要

数字时代背景下，乡村文旅数字化服务是以满足用户兴趣、行为、情感为目标，通过适配用户特征的资源进行用户个性化服务的过程。乡村文旅数字化服务可在大数据技术支撑下，对用户需求和乡村文旅数字化服务场景进行数据分析，通过用户画像表征智慧服务对象，建立用户需要与乡村文旅资源和服务的连接关系^[6]。从场景化服务出发，乡村文旅数字化服务可在用户知识背景

和交互习惯分析的基础上,通过多样化、个性化的服务引导用户线上和线下场景融合体验过程。首先,通过多样化的服务场景适配用户体验需求。从供求关系的匹配程度出发,乡村文旅数字化服务可通过丰富的内容和形式适应用户体验需要,还可通过数字化场景设计适应用户体验情境,如结合用户媒介特征和兴趣爱好定制服务场景,为用户提供多种语言讲解服务,根据用户兴趣推荐相关内容,结合现场用户位置呈现增强现实体验场景等。例如安徽省宏村除了为艺术类学生提供写生服务外,还通过数字化空间的虚拟现实和增强现实体验为用户创设沉浸式体验空间,为全国用户提供欣赏徽派建筑的艺术体验。

其次,结合用户认知和行为特征提供智慧化导览服务。数字化融合体验情境下,乡村文旅数字化服务导览应注意用户认知层次和交互习惯对于用户体验行为的影响,尤其是不同用户在数字化交互情境下的情感特征。结合现场用户的位置和行为特征,乡村文旅数字化服务可从场景化服务出发,通过虚实结合的服务场景引导用户体验乡村文旅服务资源,如利用微信小程序引导现场用户体验流程。根据数字化场景下的用户体验流程,乡村文旅数字化服务可依托增强现实技术融合虚实服务空间,呈现与用户体验场景相匹配的交互导览界面,并根据实时用户体验数据修正用户画像,及时调整智慧导览的呈现形式。

（二）情感化设计体现个性特色

诺曼在设计心理学中提出了设计的三个层次,即本能、行为和反思,其中情感体验处于反思层次,是影响用户体验的关键要素^[7]。数字时代背景下,乡村文旅数字化服务通过数字化文化服务情境构建多维体验场景,融合多样化的数字文化资源形成文化交流空间,结合情感需求形成用户交流互动的数字文化体验平台。例如具有“中国最美乡村”之称的江西省婺源通过官方抖音号进行视听文化传播设计,篁岭村民以红辣椒、玉米等拼图表达爱国热情的短视频获得数万次的点赞。从情感化设计出发,乡村文旅数字化服务可结合用户体验旅程,从个性定制视角构建情感化数字文化服务框架,通过线上线下服务设计合理配置乡村文旅服务场景和文化资源,协同支撑用户线上线下融合体

验行为,从而为用户提供便捷的参观和体验途径。在用户关注的文旅服务信息内容和形式方面,乡村文旅数字化服务可在智慧推荐的基础上融合定制服务,为用户提供服务关注、预约提醒、直播预告和活动回放等智慧关怀服务。在关注用户多样化、多层次需要方面,乡村文旅数字化服务应注重用户文化服务与休闲体验的结合,注意普通用户和特殊用户群体的区分,尤其是对于弱势群体用户的关注,将契合用户情感需求的内容以适合用户接受的形式进行呈现,将用户获取乡村文旅数字化服务资源的时间、精力和经济消耗降低到用户乐于接受的范围。在社会责任方面,乡村文旅数字化服务应不断创新智慧服务理念,不仅为用户提供便利的文化资源和服务设施,从关系用户身体情况向关爱用户心理成长发展,而且可从文旅服务向社会责任发展,从社会主义核心价值观的层面引领先进文化发展方向,从生态环保的角度引导人和自然的和谐发展。

（三）可视化效能突出服务价值

在结合数字文旅服务空间进行数字化服务过程中,乡村文旅数字化服务通过时空再现和虚实互动创设用户智慧体验情境,积累了丰富的资源利用和用户体验数据,为数字文旅服务创新设计提供了支撑。例如福建省鸿尾村突出“美丽田园”的乡村文旅特色,将成群的牛背鹭在田野中飞舞觅食的美景和油菜花海在线展示,获得了日均1200人次的游客量。根据线上用户体验行为和现场服务情境,乡村文旅数字化服务可在大数据挖掘的基础上发现线上推广、乡村资源、用户体验和服务场景之间的相关性关系,通过数据可视化效能可感知的数字记录呈现数字文旅服务信息。一方面,通过乡村文旅数字化服务资源和活动的大数据挖掘,乡村文旅数字化服务可聚焦热门文旅资源和精彩服务,通过现场体验情境和元宇宙传播情境呈现可视化信息,从而为用户参观体验提供参考。通过对用户预约、参观、体验和反馈的数据进行分析,可以发现用户在预约、参观和体验过程中的行为相关性,便于动态调节文旅服务规模,如通过智慧化设计动态调整预约用户数量和优化乡村民宿设施,从而更加充分地利用现场服务资源和为更多用户创设亲身体验的机会,实现乡村文旅数字化服务规模的最大化。另一方面,在大数据分析

用户需求和兴趣的基础上,乡村文旅数字化服务可采用用户体验里程表的设计方式,呈现用户与乡村文旅数字化服务的互动关系,可将用户体验的时长、访问的资源、互动的话题等信息,以创意的形式进行可视化设计,将用户文化体验历程以用户知识成长日历的方式展示,从而通过记录用户的体验数据建构乡村文旅数字化服务与用户的深层互动关系。

五、体现乡村文旅服务价值：文旅融合的乡村参与场景

从场景理论分析,场景所具有的公共性特征不仅突出了场景作为服务平台的聚合作用,而且揭示了用户参与的必要性。数字时代背景下,乡村文旅数字化服务可从公共性维度进行文旅数字化服务布局,从生态化体验视角进行场景体验设计,运用参与式设计方法体现用户荣誉感。

（一）服务融合突出场景公共性

随着文旅融合向纵深方向发展,乡村文旅服务融合在提升用户体验效果和促进文旅深度融合中发挥着重要作用,服务融合成为乡村文旅服务创新的关键要素^[8]。从供需角度分析,服务融合体现了供求关系中对用户多样化需求的关注和拓展服务范围的思路。例如贵州省台江县推出的“村BA”篮球赛,为用户提供了组队参与的体验方式,打造人民狂欢的村庄运动文化主题,吸引了大量用户关注和收藏。数字时代背景下,乡村文旅数字化服务可从场景公共性角度进行服务融合设计,结合数字化场景进行文旅融合服务拓展布局。

首先,构建乡村数字文旅服务地图。根据用户线上线下文旅融合体验需求,结合用户体验旅程,将用户文化和旅游体验过程中的相关需求融入文旅融合服务流程,根据群体用户体验行为和个体多层次体验需求,将在线文化传播、虚拟现实体验、社群文化交流和线下用户出行、餐饮、住宿和购物等活动场景结合起来,通过线上线下文旅公共融合服务满足群体用户多元化的文旅体验需求。

其次,共享乡村文旅服务大数据资源。数字时代背景下,乡村文旅数字化服务过程不仅是文化和旅游服务融合的过程,更是在大数据支撑下进行的公共服务创新过程。在

大数据技术支撑下,乡村文旅数字化服务可将文化服务和旅游服务场景大数据与其他相关行业进行共享,通过乡村景观、文化设施、文旅街区、天气出行、餐饮住宿、购物社交等大数据分析,深入挖掘乡村文旅用户的潜在需求,深度捕捉用户体验痛点和智慧预测用户体验行为,便于通过文旅服务优化设计提升用户文旅体验。

（二）场景体验体现生态化特征

从传播学视角分析,数字媒介通过媒介进化形成多样化的用户体验情境,通过迭代、重组和升维为乡村文旅数字化服务提供智慧媒介^[9]。根据用户媒介习惯和行为规律,乡村文旅数字化服务可将场景体验作为提升用户体验黏度的重要媒介,采取生态媒介体验设计方式融合用户文化生活需要。

首先,契合生态性特征的乡村文旅数字化服务场景体验。从用户体验出发,乡村文旅数字化服务应注意用户体验场景的生态性特征,如从时间维度进行的文化体验流程,结合个人作息时间做出选择与文化体验行动。例如新疆维吾尔自治区的禾木村结合用户自然风光体验的需要,为用户呈现一年四季的美丽风光,并为用户提供看日出的时间建议。通过用户体验行为的大数据分析,乡村文旅数字化服务可结合用户的作息时间和媒介习惯,通过文化体验日程表设计方式进行打卡体验。结合用户视听体验偏好,乡村文旅数字化服务可将实时视听服务作为生态体验的创新点,采用实景直播、慢直播等方式展示乡村文旅服务现场和周边环境,还可通过文化节目的形式将直播预告、现场互动和短视频回放等形式相融合。

其次,通过乡村文旅数字化服务场景建立用户关系连接。乡村文旅服务用户体验黏度的提升离不开用户社交维度的联系,创新乡村文旅社交场景设计有助于凸显用户在情感和归属维度的需要。从创新社交设计出发,乡村文旅数字化服务可将乡村的美景、创意的体验、休闲的生活作为激发用户主动关注、参与和分享的媒介,通过乡村文旅数字化体验情境为用户通过数字化身份建立关系连接提供平台,如通过虚拟人的方式呈现用户社交身份,通过乡村数字文化空间的社交体验激发用户关注、体验和推广的兴趣。

（三）价值参与彰显用户荣誉感

用户体验视角下,乡村文旅数字化服

务创新不仅体现在内容和形式方面,而且反映在优化用户的积极体验和参与方面。例如有幸相村之称的山西省裴柏村因其人才辈出受到用户关注,其教育子女的秘籍和正能量的文化教育理念被众多用户在数字社交平台传播推广。结合峰值定律,乡村文旅数字化服务可将荣誉感作为用户体验层次提升的关键,通过峰值时刻的荣耀参与设计提升乡村文旅服务效能^[10]。

首先,设计凸显用户价值的数字荣誉标签。荣誉感的提升体现了用户对于自身价值的关注,反映了用户体验层次提升的需求。与体现用户价值的荣誉墙、捐赠墙等方式相比,虚实结合的互动空间为乡村文旅服务彰显用户价值和体验荣誉感创造了条件。数字化场景中,用户荣誉感的营造可从乡村文旅数字化服务场景中的用户参与行为入手,可将用户的点评、推荐、建议和答疑等行为进行可视化呈现,结合数字荣誉标签进行用户价值和荣誉设计,还可将用户参与的活动、贡献的程度以荣誉勋章的方式进行数字化呈现,凸显用户的价值。在结合荣誉感进行参与式设计的过程中,乡村文旅数字化服务可借助团队助力、合作挑战等方式激发群体用户的兴趣,提升用户参与的积极性。其次,开发体现用户荣誉感的数字文创产品。数字时代背景下,乡村文旅数字化服务可根据用户荣誉感体验需求,结合数字文化体验场景,进行用户参与式文创产品开发和数字文创体验设计。乡村文旅数字化服务可在IP思维指导下,将乡村文旅IP融入数字化体验场景,将用户身份、智慧等荣誉标签融入虚实融合的数字化文创设计中,赋予乡村文创产品以荣誉标签,通过凸显用户智慧的乡村文旅IP满足用户荣誉感体验。

结语

数字时代背景下,数字技术的快速发展为乡村文旅服务升级提供了强劲动能,促进了乡村文旅服务理论和实践创新发展。场景理论视域下,乡村文旅数字化服务设计是在以人为本的服务理念指导下,结合数字化体验场景进行的乡村文旅智慧服务设计,是根据用户感知体验需求进行艺术审美和体验活动。乡村文旅数字化服务不仅是现场服务的数字化呈现,更是虚实融合的场景服务和创新特色体验。从提升乡村文旅服务水平

出发,乡村文旅数字化服务可从拓展数字化文旅空间、彰显象征性文化意义、丰富角色化文旅活动、连接多样化用户群体、体现乡村文旅服务价值五个方面进行数字化服务设计,通过乡村文旅服务高质量发展助力乡村全面振兴进程,服务于人民日益增长的美好生活需要。

本文系国家社会科学基金艺术学项目“乡村振兴战略中基于人工智能的公共文化智慧服务设计研究”(项目编号:19BH140)研究成果。

作者简介:徐延章,天津师范大学美术与设计学院副教授,硕士生导师,主要研究方向:文化艺术管理与服务设计、艺术与科技。

注释

- [1] 张璐:《不断坚定历史自信、文化自信 坚持和发展马克思主义,必须同中华优秀传统文化相结合(专题深思)》,《人民日报》,2023年4月18日第9版。
- [2] 齐骥,元冉:《蜂鸣理论视角下的城市文化创新》,《理论月刊》,2020年第10期,第89-98页。
- [3] [加]丹吉尔·亚伦·西尔,[美]特里·尼克尔斯·克拉克:《场景:空间品质如何塑造社会生活》,祁述裕、吴军译,北京:社会科学文献出版社,2019年。
- [4] 陈波,刘彤瑶:《场景理论上乡村文旅融合的价值表达及其强化路径》,《南京社会科学》,2022年第8期,第161-168页。
- [5] 徐延章:《技术赋能:媒体深度融合背景下融媒体智慧服务转向》,《中国编辑》,2023年第1-2期,第90-94页。
- [6] 徐延章:《文旅融合背景下博物馆短视频智慧服务策略》,《中国博物馆》,2021年第4期,第94-97页。
- [7] [美]唐纳德·A·诺曼:《设计心理学3:情感化设计》,北京:中信出版社,2015年,第49-53页。
- [8] 吴理财,郭璐:《文旅融合的三重耦合性:价值、效能与路径》,《山西师大学报(社会科学版)》,2021年第1期,第62-71页。
- [9] 喻国明:《未来媒介的进化逻辑:“人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来》,《新闻界》,2021年第10期,第54-60页。
- [10] [美]奇普·希思,丹·希思:《行为设计学.打造峰值体验》,靳婷婷译,北京:中信出版社,2018年,第12-13页。