

智媒体时代公共文化服务蓝图设计^{*}

徐延章

(天津师范大学 天津 300387)

【摘要】 智媒体时代背景下,以人工智能为代表的新技术应用创设了万物为媒的服务情境,为公共文化服务创新提供了新的视角。文章从用户体验出发,结合人工智能等新技术构建智媒体时代公共文化服务蓝图,结合新技术进行用户画像、资源建设、服务交互、信息设计和感知体验等公共文化服务蓝图智慧支持设计,结合智媒体时代发展分析公共文化服务设计的发展方向,旨在通过智慧化、智能化、智库化的用户体验促进现代公共文化服务理论创新与实践发展。

【关键词】 智媒体 公共文化服务 服务蓝图 人工智能 服务设计 用户体验

【中图法分类号】 G124; G250

【引用本文格式】 徐延章. 智媒体时代公共文化服务蓝图设计 [J]. 图书馆, 2021 (3): 37—44.

在乡村振兴战略实施的进程中,加强公共文化建设、增强人民群众的文化获得感和幸福感成为乡村文化振兴的重要衡量指标^[1]。随着移动互联网的快速发展,人工智能技术与移动媒介深度融合,以微信、抖音为代表的智能手机应用结合智媒体服务情境不断创新内容和形式,活跃用户数量和用户使用黏度不断提升,公共文化服务建设进入了万物互联的智媒体时代。智媒体是以新技术为支撑,以多元化、可持续服务模式为依托,形成的信息与用户智能匹配的媒体生态系统,具有智慧化、智能化和智库化的特点^[2]。智媒体时代背景下,万物为媒的服务情境为公共文化服务提供了多样化的服务渠道,人工智能技术为公共文化服务创新提供了技术支持,服务理论和方法的创新成为公共文化服务高质量建设的必然要求。

智媒体时代背景下,结合用户行为分析用户需求成为公共文化精准化服务的首要任务,结合人工智能技术建设公共文化资源、优化文化体验情境和拓展文化服务形式成为用户体验提升的关键因素^[3]。服务蓝图作为一种重要的服务设计方法,结合完整的服务流程设计,直观地展示服务目标、过程和方法,从而提高服务质量和改进用户体验,符合公共文化服务的目标、流程和服务需求^[4]。将人

工智能、大数据等技术应用于公共文化服务蓝图设计,有助于运用服务蓝图从结构、流程、交互和体验方面进行公共文化智慧设计,通过智媒体服务触点优化提升文化服务的感知化和体验化,通过智媒体文化服务大数据共享协调用户行为、前台行为和后台行为,从而提升公共文化服务的系统化、智慧化。智媒体时代背景下,结合用户体验设计研究公共文化服务设计方法、结合人工智能技术构建智媒体时代公共文化服务蓝图,对于促进公共文化服务建设、全面提升用户体验和满足人民美好文化生活需求具有积极意义。

1 服务蓝图相关文献回顾

服务蓝图由美国学者 Lynn Shostack 等提出以来,就得到了学界的关注和重视,相关学者从经济学、管理学、设计学、服务工程与服务科学等学科领域进行服务设计研究,结合服务蓝图提升服务效率、改进知识服务和实现价值共创,服务蓝图也随之不断发展完善。泽丝曼尔等在《服务营销》中采用“详细描述服务系统的可视化图形”对服务蓝图进行描述,并明确了服务蓝图的描述内容和用途^[5]。

^{*} 本文系 2019 年度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)的研究成果之一。

随着互联网的快速发展,服务蓝图在不同领域中广泛应用并不断创新,运用服务蓝图进行创新设计受到相关学者的关注。徐侠等^[6](2012)运用服务蓝图进行创新政策实施设计;王国顺等^[7](2014)结合互联网服务情境进行网络零售企业服务蓝图构建和流程优化;庞庆华等^[8](2016)基于服务蓝图理论构建电子政务价值共创模型;张亮^[9](2017)结合服务蓝图技术构建信息咨询公司服务模型;王和勇等^[10](2020)将服务蓝图和 TRIZ 理论相结合,用于提升网络零售服务质量。尽管服务蓝图在不同领域的应用存在差异,但是随着以用户体验为代表的服务理念升级,基于用户体验旅程的服务蓝图成为众多行业服务创新的依据。

关于服务蓝图的发展,相关学者从不同角度进行了定义和划分,例如楚东晓等^[11](2018)从服务蓝图布局演变的视角提出了“以服务接受者为中心”、“以利益相关者为中心”和“以系统为中心”的服务蓝图发展阶段;李飞^[12](2019)从用户体验与服务渠道视角提出了“关注省时体验的线下渠道”“关注感官体验的线上线下渠道并存”“关注情感体验的线下线上跨越”三个服务蓝图发展阶段。在服务蓝图理论发展与实践创新中,相关学者结合融合思维进行服务设计方法创新,王展^[13](2015)提出了服务蓝图与创建服务体验场景相结合的服务设计方法;罗仕鉴等^[14](2018)通过对服务设计研究现状和服务蓝图进展进行分析,指明了服务设计的科技设计走向以及技术驱动和人工智能的应用趋势^[18]。韦伟等^[15](2019)通过用户体验地图、顾客旅程地图与服务

务蓝图的比较,提出了运用多种工具进行服务系统设计的思路。

随着服务蓝图在公共文化服务领域中的应用,新媒介、新技术和新理念不断融入服务设计,服务蓝图的内涵日益丰富,以图书馆为代表的服务蓝图应用研究受到众多公共文化服务学者关注。杨柳^[16](2004)结合图书馆服务蓝图方法的运用,指出了服务蓝图的优势;贺于^[17](2006)通过服务蓝图与服务质量差距模型对比进行图书馆服务质量提升研究;赵励^[18](2010)从服务接触点入手通过感知蓝图模型设计提升图书馆服务质量;石艳霞等^[19](2014)基于服务蓝图理论进行图书馆知识服务价值共创;黎金凤^[20](2016)运用服务蓝图进行高校图书馆流通服务问题分析与流程设计;张明平^[21](2019)采用全流程、多层次互动的服务蓝图构建以用户为中心的服务生态系统。公共文化服务领域中,理论创新和技术进步促进了服务蓝图布局的发展,用户体验与服务渠道不断完善,应用服务蓝图进行公共文化服务设计和提升服务质量的宗旨始终如一,提升用户体验成为公共文化服务蓝图关注的焦点。

智媒体时代背景下,服务蓝图结合服务媒介和服务渠道不断发展,服务蓝图在不同领域中的应用不断深入。人工智能技术驱动背景下,公共文化服务蓝图可将用户、情境、技术和流程相结合,依托智媒体服务情境丰富服务渠道,优化服务触点,拓展服务范围,提升用户体验。因此,本文结合智媒体时代特点,进行公共文化服务蓝图设计研究,以期为现代公共文化智慧服务建设提供参考。

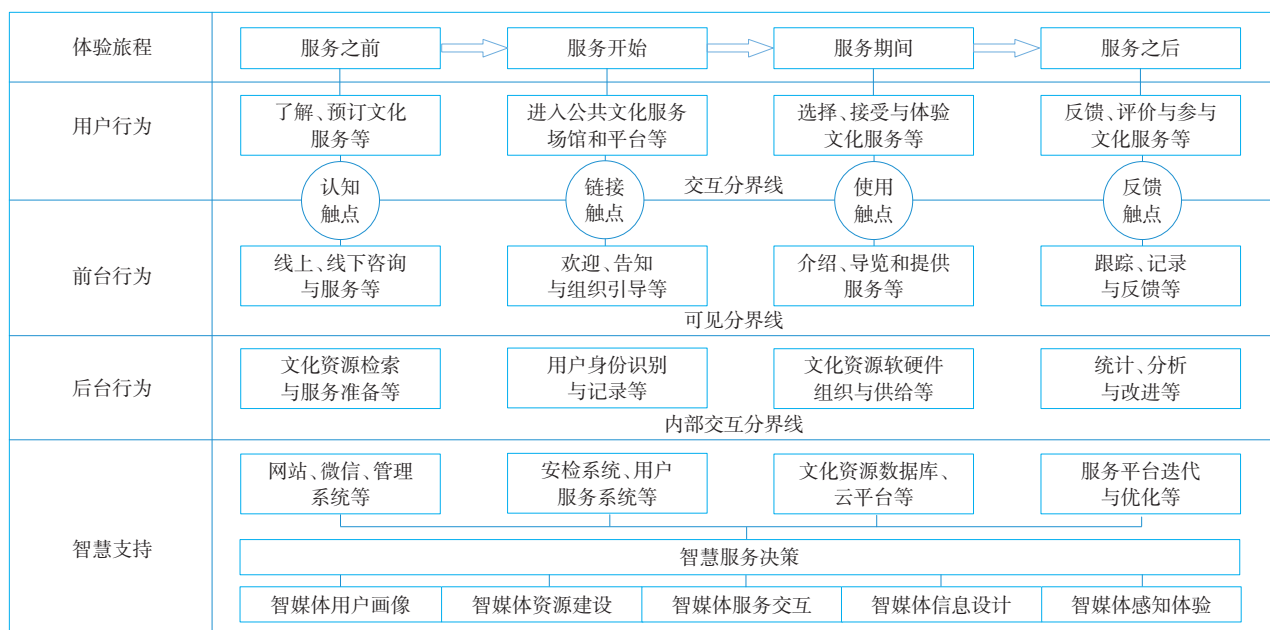


图1 智媒体时代公共文化服务蓝图

2 智媒体时代公共文化服务蓝图构建

智媒体时代公共文化服务可结合智媒体服务情境构建服务蓝图，通过服务架构的创新反映媒介的变化，通过服务行为的设计驱动智慧体验，通过用户体验要素的设计体现以用户为中心的服务设计理念。

2.1 智媒体服务蓝图设计：智媒体全渠道服务构思智慧蓝图

智媒体时代背景下，公共文化服务可结合用户认知、行为、情感的分析进行公共文化智慧服务设计，从服务行为、服务层次和服务支持方面进行用户体验设计，构建全渠道智媒体公共文化服务蓝图，为用户创设智慧化、智能化和智库化的服务体验（见图1）。智媒体时代公共文化服务蓝图从全渠道的视角进行服务设计，通过服务行为、服务层次和服务支持设计构建服务框架。体验旅程从用户视角呈现公共文化服务流程，为用户行为分析提供了流程参考。用户行为结合服务触点与前台服务行为进行交互，通过用户了解、认识、接受和评价文化服务进行公共文化服务互动。前台行为连接用户行为和后台服务行为，为用户提供文化服务和交互体验。后台行为依托智慧支持为前台提供文化资源和服务，在智慧服务决策支持下进行服务分析与改进。智慧支持是公共文化智慧服务的核心，为公共文化服务提供技术支持与智慧决策。智媒体时代公共文化服务蓝图通过用户体验旅程记录用户感知与交互行为，为公共文化服务设计提供了直观的设计参考，便于公共文化服务机构明确前台行为、后台行为的职责分工，结合人工智能、大数据等新技术进行公共文化服务流程优化，通过先进的文化智慧引领核心价值观，通过系统化设计迭代解决公共文化服务痛点，通过精准的文化内容和贴心的服务峰值体验促进公共文化服务由均等化向精品化方向转变。

2.2 智媒体服务行为设计：智媒体服务行为设计驱动智慧服务

智媒体时代背景下，新兴媒体已发展到“5G和万物为媒”的阶段，用户体验公共文化服务的行为表现出全渠道融合体验的特点，反映了公共文化服务线上、线下和混合服务的发展趋势^[22]。公共文化服务蓝图可从服务行为设计的视角进行公共文化服务表现设计，将服务触点与用户行为、前台行为、后台行为结合起来。首先，根据体验旅程设计服务行为和服务触点。用户体验公共文化服务的旅程可以分为服务之前、服务开始、服务期间和服务之后四个阶

段，对应公共文化服务触点的认知触点、链接触点、使用触点和反馈触点四个有形呈现。其中，服务触点设计应以智媒体全渠道服务为媒介，重点关注用户行为和服务触点的交叉部分，通过多维定位感知图工具进行用户关注和满意程度设计，从而获取用户体验的反馈和评价信息，为服务设计迭代提供数据参考和升级依据^[23]。其次，根据用户行为协同前台行为和后台行为。公共文化服务蓝图中，前台行为和后台行为协同为用户行为提供服务。用户行为中呈现的文化需求和媒介习惯通过服务触点进行呈现，前台行为和后台行为可以以服务触点的信息分析为出发点进行协同服务。例如通过分析用户体验阶段服务之前的用户行为，掌握用户了解和预订文化服务行为中选择的新媒体媒介和移动服务平台，通过公共文化服务后台资源建设与移动新媒体前台服务界面呈现为用户行为提供支持，通过微信公众号为用户提供文化预约服务。再次，结合服务行为设计进行智慧服务支持设计。公共文化服务的过程既是用户体验的过程，又是资源和服务合理利用的过程。人工智能技术支持下，公共文化服务支持中不仅可以通过分析用户体验的大数据获得用户的行为规律和兴趣爱好，而且可以发现公共文化资源的开发、建设、利用和传播效果，通过用户行为、前台行为、后台行为与资源供给的匹配进行多样化服务模型建设，通过服务触点的优化为用户创设多样化的服务体验。

2.3 智媒体用户体验设计：智媒体用户体验要素体现智慧体验

加勒特在《用户体验要素》中提出了经典的用户体验要素模型，从战略、范围、结构、框架和表现的层次表达了用户体验要素^[24]。智媒体时代背景下，公共文化服务蓝图可结合用户体验旅程设计用户体验要素，结合体验层次设计驱动智慧服务。第一，从用户体验战略层次出发，建立公共文化服务主体和客体的服务关系。智媒体时代公共文化服务蓝图设计中，应明确公共文化服务的用户需求和服

务流程设计。公共文化服务应结合用户体验旅程设计服务流程,结合界面设计、导视设计、导航设计等信息设计进行公共文化服务链接。第五,从用户体验表现层次出发,进行服务蓝图触点设计。公共文化服务蓝图中应结合用户的认知和行为设计服务触点,结合智媒体全渠道的服务蓝图进行感知体验设计,依托人工智能技术支持实现文化服务功能和传播效果的提升。

3 智媒体时代公共文化服务蓝图智慧支持设计

智媒体时代背景下,公共文化服务蓝图可在人工智能等新技术支持下,从用户画像、资源建设、服务交互、信息设计和感知体验方面进行智慧支持设计,结合体验旅程为用户行为、前台行为、后台行为提供服务保证。

3.1 智媒体用户画像:通过用户画像多维属性标签反映用户需求

智媒体用户画像是公共文化智慧服务的前提,可从全渠道服务的视角进行用户画像属性分析,结合相关数据挖掘和深度学习建立用户的多维标签,反映用户体验要素战略层的需求。第一,结合公共文化服务基本需求建立用户社会属性画像。用户社会属性画像从社会学角度对用户需求的定义,通常包括用户年龄、民族、性别、职业等属性。从用户社会属性画像出发,可在大数据与人工智能技术支持下,分析用户的社会属性,通过公共文化多样化内容和形式设计,进行文化传播、服务和价值呈现,满足用户多样化文化体验的需求。第二,结合公共文化用户媒介行为建立用户媒介属性画像。用户媒介属性画像从传播学角度对用户需求的定义,反映用户接收信息的途径和习惯以及用户的移动智能终端情况。从用户媒介属性画像出发,可以结合用户的媒介内容和形式喜好,为用户推荐符合用户媒介习惯的文化内容,满足用户通过多种媒介体验文化服务的需求。第三,结合公共文化服务用户兴趣偏好建立用户兴趣属性画像。用户兴趣属性画像是用户结合自身认知表现出的公共文化服务倾向和喜好。通过用户体验的公共文化服务内容和形式的数据挖掘,可以采用关键词统计、服务时长分析、文化资源聚类等方法获得用户的兴趣区间,并结合数据挖掘算法和深度学习建立用户与文化资源的对应关系。第四,结合用户区域和社交特点建立用户群体属性画像。用户群体属性画像是从群体用户属性出发进行的用户文化需求定义,可结合区

域、城乡、社交等公共文化服务辐射范围进行用户定义,从更全面的视角审视用户的文化体验行为。从用户群体属性画像出发,可以扩大公共文化服务的用户范围,从群体公共语言的角度进行公共文化服务建设,为智媒体社交服务和参与式设计创造条件。第五,结合公共文化服务用户需求层次提升建立用户情感属性画像。用户情感属性画像是从心理学角度对用户的定义,描述了用户自身的情感特征和心理特点,直接影响着用户进行公共文化服务的体验倾向。从用户情感属性画像出发,结合人工智能技术进行情感计算,可通过适应性服务策略为用户提供喜闻乐见的文化服务,从而增强用户的情感认知,提升用户的情感体验。

3.2 智媒体资源建设:通过资源多样化设计丰富文化服务形式

智媒体资源建设是公共文化智慧服务的基础,可结合智媒体发展进行公共文化服务内容与形式设计,体现用户体验要素范围层的体验要求。首先,结合人工智能技术进行智媒体公共文化内容建设。智媒体时代背景下,以图像识别、自动翻译、机器学习为代表的人工智能技术快速发展,尤其是深度学习技术的应用,使人工智能自动生成文化内容的质量不断提升,例如融媒体应用中的机器人新闻写作与新闻播报,艺术创作领域的人工智能进行绘画、音乐和诗歌创作。公共文化服务蓝图设计中,可结合智媒体时代发展趋势,根据文化服务类型进行文化内容挖掘和艺术加工,结合大数据技术挖掘公众关注的文化热点,通过特色文化采集和挖掘进行公共文化服务内容建设。例如公共文化场馆可结合影视剧作挖掘馆藏资源,赋予馆藏资源流行文化含义,再通过智媒体情境进行文化创意传播。其次,结合人工智能技术进行智媒体公共文化服务形式创新。智媒体时代公共文化资源建设可将图像合成、VR、AR、语音合成和自动翻译融入其中,从而拓展文化内容和服务形式,例如以VR技术建设虚拟博物馆,以人工智能合成明星语音进行个性化移动阅读服务。需要注意的是,公共文化服务应结合用户画像进行服务形式呈现,结合用户的认知习惯进行适当创新,例如为老年人提供新闻的语音阅读服务形式。再次,结合人工智能技术进行智媒体服务平台开发。智媒体时代用户媒介行为反映了用户的文化习惯,关系着公共文化服务平台的发展方向。公共文化服务可结合用户的媒介习惯进行智媒体公共文化服务平台建设,采用移动互联网流量思维进行公共文化服务传播。随着5G技术的应用,智能手机获得了更快的速度和更加精准的定

位，以短视频和直播为代表的移动应用吸引了大量用户的关注。公共文化服务可结合用户媒介形式的需求进行短视频平台建设，将微信公众号和短视频应用相结合，借助智媒体平台为用户提供多样化的文化资源，如以国家图书馆、国家博物馆为代表的公共文化服务机构通过抖音号服务设计来满足用户的视听体验需求。

3.3 智媒体服务交互：通过智慧交互预测创设愉悦文化体验

智媒体服务交互是公共文化智慧服务的途径，可结合人工智能技术进行智慧服务预测，通过贴心的设计表现对用户的关爱，体现用户体验要素结构层的体验要求。首先，结合用户体验行为预测用户交互需求。智媒体时代用户行为是用户显性兴趣和真实需求的表现，除了采用关键词进行大数据挖掘和服务预测外，智媒体公共文化服务平台可采取上下文语义关联方法进行智慧交互预测。一方面可结合用户的选择与输入数据进行即时相关性文字联想和信息推荐，通过智慧分析和理解用户需求来辅助用户输入关键信息和呈现服务路径来缩短用户交互的时间；另一方面可结合用户上一次的信息输入进行本次信息推荐，通过用户兴趣和主题的文本语义分析，为用户提供快捷的交互提示，例如当用户在公共文化云平台中选择城市输入信息后，下一次用户在选择新的城市时，可将上次的输入信息进行默认设置。其次，通过大数据和人工智能技术预测未来的服务情境。对公共文化服务大数据的分析和深度学习，不仅可以发现用户的行为规律，而且可以预测未来的用户规模和服务状态。例如通过历史用户规模和服务集中时间进行服务预测，结合用户预约数据和用户行为状态进行文化服务资源供给，结合地图、公交、天气等跨平台服务数据预测用户的入场和访问时间等。智媒体服务交互应以愉悦用户体验为导向进行未来服务情境预测，通过用户预约、现场数据采集和跨平台大数据分析进行用户规模、资源供给、天气出行等服务预测，从而为用户智慧提供相关文化服务信息，由用户结合个人情况选择错峰服务，体验更为舒适的文化服务。

3.4 智媒体信息设计：通过智慧界面设计提升用户自我效能

智媒体信息设计是公共文化智慧服务的表现，可结合人工智能技术进行智慧信息设计，通过符合用户预期的界面设计满足用户文化体验需求，体现用户体验要素框架层的体验要求。首先，通过信息可视化设计组织公共文化服

务信息。智媒体时代背景下，海量的信息传播使用户置身于资源相对过剩的服务情境中，用户有限的注意力成为稀缺的资源。公共文化服务蓝图设计可通过服务触点设计为用户提供清新的信息组织和文化资源导航，结合信息可视化设计聚焦用户注意力和引导用户体验文化服务。结合大数据分析技术，图书馆一方面可采用可视化的方式为用户呈现公共文化资源分类与文化资源分布，另一方面可将文化资源体验的热度信息进行可视化设计，采用排行榜、热度图、区域用户兴趣点等方式展示文化资源，以便于用户整体把握文化服务的信息架构。其次，通过线上线下文化资源的对应设计融合公共文化信息服务。智媒体时代背景下，公共文化服务蓝图揭示了全渠道用户体验公共文化服务的形式。用户通常结合线上服务了解公共文化服务的信息，然后进入公共文化服务场馆进行现场体验。混合体验视角下呈现线上线下文化资源的导视信息成为用户全渠道体验的必然要求。为此，图书馆可通过移动图书馆为用户提供图书的检索和定位信息，通过移动服务平台将到馆用户导航至所需文献资源的位置。再次，通过公共文化服务导航设计提升用户的自我效能感。智媒体时代的信息设计从传统的线性结构、层次结构和网络结构拓展为多维的互动结构，公共文化服务设计应为用户提供多样化的信息服务方式。例如结合VR技术进行虚拟体验，通过用户定位和导航地图进行用户主动交互设计，通过服务触点的信息呈现为用户提供文化资源导航，通过用户控制权限的加强和互动方式的创新提升用户的自我效能感。

3.5 智媒体感知体验：通过智慧感知体验超越用户预期

智媒体感知体验是公共文化智慧服务的关键，可结合智媒体时代人工智能技术发展进行公共文化服务表现设计，体现用户体验要素表现层的体验要求。首先，通过人工智能进行公共文化服务感知设计。智媒体时代公共文化服务蓝图中，用户主要通过可视线与前台行为接触，用户的感官系统成为用户体验的关键信息输入渠道。公共文化服务设计中可通过服务触点进行感知设计，结合人工智能技术进行服务表现设计成为公共文化服务创新的突破口。感知设计的关键在于将用户置身于公共文化服务的情境，通过简洁的界面和流程、美观的图像和视频、明确的语义和声音进行公共文化服务，从而使用户顺利选择所需的文化资源，仔细品味喜欢的文化内容。公共文化服务触点可通过图像识别、语音识别、手势识别、动作识别进行用户文化请求信息输入，也可结合自动合成、自动翻译、语音交互

进行信息输出。其次,通过差异化设计策略进行公共文化服务创意展示。随着移动应用的不断升级,流行的设计模式为众多公共文化服务机构和平台所采用,公共文化服务创新成为塑造品牌特色和提升用户体验的内在要求。智媒体时代公共文化服务蓝图应打破传统的服务模式,以差异化设计策略为指导,通过公共文化服务要素的创新为用户创设超越预期的体验。公共文化服务可将AR技术应用于内容中,通过高清的模型、靓丽的色彩展示文化资源,例如将博物馆中的文物、美术馆中的画作以全新的互动方式进行展示,通过二维码链接AR服务实现图书关键内容的立体呈现。再次,结合用户感官交互进行智慧服务呈现。智媒体时代公共文化服务蓝图应以智慧服务理念为指导,通过人工智能技术进行用户互动设计,根据用户的反馈进行适应性文化资源供给与服务交流。一方面,公共文化服务可在线上服务时结合机器人角色设计的方式与用户交流,通过深度学习不断提升机器人的智慧水平,向着“与用户聊文化”的目标迈进。另一方面,公共文化服务机构应结合场馆实际进行智能设备应用,除了依托用户的智能手机进行服务导览和信息交互外,还应注意自动化服务设备情感化设计,例如采用卡通方式进行智能安检设备外形设计,营造温馨愉悦的服务氛围。

4 智媒体时代公共文化服务设计智慧发展方向

智媒体时代背景下,公共文化服务设计可体现智慧性、智能性与智库性的建设特点,结合全渠道服务适应用户媒介行为特点,通过智慧设计传播先进文化,通过协同服务提升系统化设计,通过参与设计改进服务痛点,从而实现用户体验层次提升的目标。

4.1 智媒服务设计:智媒体融合渠道服务创新与敏捷迭代

智媒体时代背景下,公共文化服务蓝图可结合线上线下的服务渠道,根据用户的媒介习惯进行全渠道服务设计,体现公共文化服务智慧适应的特点。从适应性服务设计视角出发,结合智媒体时代用户媒介习惯和信息认知特点,通过线上线下的融合渠道创新设计,满足用户通过不同渠道进行公共文化服务认知、行为和情感体验的特点。从智慧情境设计视角出发,结合智媒体时代移动应用服务和现场服务相结合的特点,通过虚拟现实、增强现实和混合现实的情境进行文化内容传播和服务。从敏捷迭代设计视角出发,

公共文化服务蓝图可通过智媒体用户触点设计收集用户体验痛点,通过用户体验反馈分析掌握影响用户体验的关键因素,在智慧服务支持系统支持下进行前台行为、后台行为服务设计改进,通过服务触点敏捷迭代实现服务创新。

4.2 智慧服务设计:智媒体用户体验与先进文化传播有机融合

公共文化服务是传播先进文化与建立文化自信的服务过程。智媒体时代背景下,公共文化服务可将智慧服务与先进文化传播相结合,将用户情感体验与文化价值传递相结合,通过智慧服务设计传达先进文化,树立民族自信,体现核心价值观。首先,将先进文化服务与用户情感体验相结合,体现公共文化服务设计的情感关怀。智媒体时代背景下,公共文化服务的过程是情感交流的过程。用户通过多种渠道与公共文化服务行为进行交互,通过认知体验、情感体验建立公共文化服务的整体印象。公共文化服务可在用户画像的基础上进行用户情感分析,通过用户喜闻乐见的文化内容和形式满足用户体验的需求,为先进文化服务传播奠定基础。其次,通过算法升级突破公共文化服务的信息茧房。在公共文化服务个性化信息推荐的过程中,随着用户兴趣分析的精准性不断提高,信息服务的范围不断缩小,容易产生“信息茧房”现象。智慧性文化传播视域下,公共文化服务应重视信息服务的深度与广度,通过算法优化与升级实现用户兴趣内容与核心价值内容的融合,通过适当的“信息噪音”为用户提供更加全面和丰富的文化内容和形式,通过软硬结合的信息推荐拓宽用户文化视域,实现用户体验与先进文化传播的有机融合。

4.3 协同服务设计:智媒体公共文化服务要素协同创新

智媒体时代背景下,公共文化服务蓝图明确了用户行为、前台行为、后台行为和服务支持之间的逻辑关系,为公共文化机构进行文化服务提供了直观的图形化参考依据。公共文化服务可在服务蓝图支持下协同服务要素,通过用户、资源、平台、媒介、制度和传播要素的协同服务提升用户体验层次。首先,结合公共文化服务蓝图用户体验旅程进行服务要素设计。智媒体时代用户体验旅程呈现出线上线下全渠道体验的特点,公共文化服务可结合用户体验行为分析明确服务主体和服务客体的服务关系,通过资源和平台要素的设计适应不同情境下的公共文化服务与传播要求,结合用户体验与参与反馈进行制度创新。其次,依托人工智能技术进行服务要素协同创新。智媒体时代公共文

化服务大数据揭示了用户的需求和痛点，公共文化服务机构可在人工智能技术支持下分析用户体验峰值，通过服务要素的协同进行公共文化服务内容、情境和体验的创新，从而不断改进服务设计，优化用户体验效果。

4.4 参与服务设计：智媒体服务网络与用户价值融合共创

智媒体时代背景下，公共文化服务的内容和形式不断更新，服务主体多元化促使服务参与的方式不断变化，尤其是用户的参与为公共文化服务网络建设与价值共创提供了条件。公共文化服务可结合智媒体进行服务设计，通过智媒体服务网络与用户价值共创实现多元化公共文化服务建设。从用户参与角度出发，公共文化服务可通过活动建设、内容建设、服务反馈的方式进行用户服务触点设计，为用户提供多种参与文化服务的途径，拓展用户参与的范围与深度。从社会参与角度出发，公共文化服务可结合文旅融合背景进行文化资源与服务建设，将免费体验与有偿服务相结合，从而促进经济社会和文化艺术协同发展。从技术参与角度出发，公共文化服务可将人工智能、大数据、区块链等新技术融入公共文化服务过程，结合用户体验旅程进行用户体验与服务交互创新。

5 结语

李国新指出：“在国家实施乡村振兴战略的背景下，探寻健全乡村公共文化服务体系的突破方向、重点任务、路径方法，是推动新时代公共文化服务平衡充分高质量发展的首要任务。”^[25] 智媒体时代背景下，5G网络的广泛应用使人工智能技术获得了更为便捷和快速的服务时空，万物为媒的传播情境为公共文化建设创造了机遇。智媒体时代公共文化服务可通过服务蓝图设计创新体现用户需求与技术进步，通过人工智能技术进行用户体验分析、服务行为设计和智慧支持设计，从而促进公共文化服务机构提升服务效能和优化用户体验效果，实现智媒体公共文化服务和用户价值的共创。

（来稿时间：2020年9月）

参考文献：

1. 陈庚, 崔宛. 乡村振兴中农村居民公共文化参与: 特征、影响及其优化——基于 25 省 84 个行政村的调查研究 [J]. 江汉论坛, 2018 (11): 153-160.
2. 郭全中. 小议“智媒体” [N]. 光明日报, 2016-4-16 (8).
3. 柯平, 刘旭青, 裘爽, 等. 基本公共文化服务标准化的研究

现状与问题 [J]. 情报资料工作, 2018 (3): 6-10.

4. Shostack G L. Designing Services That Deliver [J]. Harvard Business Review, 1984, 41 (1): 133-139.

5. 泽丝曼尔, 比特纳, 格兰姆勒. 服务营销 (第 7 版) [M]. 张金成, 白长虹, 杜建刚, 等, 译. 北京: 机械工业出版社, 2018: 200-208.

6. 徐侠, 薛晓华. 服务蓝图技术在创新政策实施中的应用 [J]. 科学学与科学技术管理, 2012 (7): 37-43.

7. 王国顺, 胡国武. 网络零售企业服务蓝图的构建与流程优化 [J]. 北京工商大学学报 (社会科学版), 2014 (6): 1-7.

8. 庞庆华, 陈雨儿. 基于服务蓝图理论的电子政务服务价值共创研究 [J]. 情报杂志, 2016 (11): 151-157.

9. 张亮. 基于服务蓝图技术的信息咨询公司提升服务质量研究 [J]. 图书馆理论与实践, 2017 (3): 29-32.

10. 王和勇, 王幸婷, 洪明. 基于服务蓝图和 TRIZ 理论的网络零售服务改进策略研究 [J]. 商业经济研究, 2020 (2): 89-93.

11. 楚东晓, 彭玉洁. 服务蓝图的历史、现状与趋势研究 [J]. 装饰, 2018 (5): 120-122.

12. 李飞. 全渠道服务蓝图: 基于顾客体验和服务渠道演化视角的研究 [J]. 北京工商大学学报, 2019 (3): 1-13.

13. 王展. 基于服务蓝图与设计体验的服务设计研究与实践 [J]. 包装工程, 2015 (41): 41-44.

14. 罗仕鉴, 邹文茵. 服务设计研究现状与进展 [J]. 包装工程, 2018 (24): 43-53.

15. 韦伟, 吴春茂. 用户体验地图、顾客旅程地图与服务蓝图的比较研究 [J]. 包装工程, 2019, 40 (14): 217-221.

16. 杨柳. 服务蓝图技术在图书馆服务中的应用 [J]. 图书馆理论与实践, 2004 (2): 15-17.

17. 贺于. 图书馆服务质量管理研究: 感知蓝图模型在图书馆中的应用 [J]. 西南民族大学学报 (人文社科版), 2006 (5): 242-244.

18. 赵励. 感知蓝图模型在图书馆服务提升中的应用 [J]. 现代情报, 2010 (1): 96-98.

19. 石艳霞, 刘丹丹. 基于用户蓝图理论的图书馆知识服务价值共创平台探究 [J]. 图书馆学研究, 2014 (9): 49-53.

20. 黎金凤. 服务蓝图视角下的高校图书馆流通服务设计分析 [J]. 图书情报导刊, 2016 (10): 78-80.

21. 张明平. 服务设计在剑桥大学 FutureLib 计划中的应用及思考 [J]. 图书馆学研究, 2019 (6): 94-101.

22. 新华社新媒体中心. 中国新兴媒体融合发展报告. 2018-2019 [M]. 北京: 新华出版社, 2019: 12.

23. 李飞. 营销定位 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2013: 23-30.

24. 加勒特. 用户体验要素: 以用户为中心的产品设计 [M]. 范晓燕, 译. 北京: 机械工业出版社, 2019: 21-23.

25. 李国新. 关于加强农村公共文化服务建设的思考 [J]. 中国图书馆学报, 2019 (4): 4-11.

Design of Public Cultural Service Blueprint in the Era of Intelligent Media

Xu Yanzhang

(Tianjin Normal University)

[Abstract] Under the background of the era of intelligent media, the application of new technologies represented by artificial intelligence creates the service context of everything as medium, providing a new perspective for the innovation of public cultural service. It embarks from the user experience, combined with new technologies, such as artificial intelligence to build intellectual media era of public cultural service blueprint, combined with the new technology for wisdom support design of public cultural service blueprint such as user portrait, resources construction, service interactions, information design and perception experience, etc., combined with wisdom media era to analyze the development direction of public cultural service design. It aims to promote the theoretical innovation and practical development of modern public cultural service through intelligent, smart and think tank user experience.

[Keywords] Intelligent media Public cultural service Service blueprint Artificial intelligence Service design User experience

〔作者简介〕 徐延章(1978—),男,天津师范大学美术与设计学院副教授,研究方向:文化艺术管理、用户体验、交互设计与服务设计。

(上接20页)

22. 徐昕. 国学图书馆住馆读书制度述略[J]. 图书馆杂志, 2003(9):73-75.

23. 庄焕先. 著名学者谈利用图书馆[M]. 济南: 山东大学出版社, 1990:1-11.

24. 孙永如. 柳诒徵评传[M]. 南昌: 百花洲文艺出版社, 2015:163-164.

25. 中国人民政治协商会议镇江市委员会文史资料研究委员会. 镇江文史资料(第11辑)柳翼谋先生纪念文集[M]. 政协镇江市委员会文史资料研究委员会, 1986:7.

26. 柳诒徵. 拟编《全史目录》议[M]. // 叶继元主编. 南京大学百年学术精品 图书馆学卷. 南京: 南京大学出版社, 2002.

27. 张逢辰. 记图书馆书画展览会. 江苏省立国学图书馆第三年刊, 1930:1-2.

Research on the Republic of China Library Scientists Liu Yizheng's Reading Promotion Theory

Zhang Hang Gu Na

(Hebei University of Economics and Business)

[Abstract] During the period of the Republic of China, the librarian Liu Yizheng served as the curator of the Jiangsu Provincial Guoxue Library for 20 years. He took the spread of culture and enlightenment to the public as the reading promotion concept, the construction of the collection as the basis for reading promotion, and the improvement of the rules and regulations for reading Guarantee of promotion. He used the compilation of bibliography as a tool for reading promotion, and the development of academic exchange activities such as reference consultation and exhibitions as a means of reading promotion. Mr. Liu has made drastic changes to the service method of the library, which greatly promoted the reading effect of the Provincial Guoxue Library, and provided a solid theoretical foundation for the current reading promotion. Although there was no such concept of reading promotion in the Republic of China, the practice activities carried out by Mr. Liu in the Guoxue Library have certain reference value for the current reading promotion work of the library.

[Keywords] Liu Yizheng Reading promotion Living for reading in the library Guoxue Library

〔作者简介〕 张行(1984—),男,硕士,河北经贸大学图书馆馆员,研究方向:图书馆史和阅读推广;谷娜(1980—),女,硕士,河北经贸大学图书馆馆员,研究方向:阅读推广和读者服务。