

我国东部乡村公共文化服务数字化建设的用户需求研究

——以江苏省为例*

华钰文 陈雅 王 猛

摘 要 用户是乡村公共文化服务数字化建设的使用者,以用户需求为中心优化服务供给,有助于促进乡村公共文化服务数字化建设发展。本研究以江苏省12个乡镇公共文化服务点作为调研对象收集语料数据,利用扎根理论对28份语料数据进行梳理与凝练,构建出基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设优化框架。结果表明,乡村用户从个人使用需求出发,延伸出对乡村公共文化服务数字化建设的系统、内容、专业人员三大需求,个人使用需求与乡村公共文化服务数字化建设存在互促进作用。基于调研结果,本文从个人使用需求、系统需求、内容需求、专业人员需求四个方面提出乡村公共文化服务数字化建设的优化建议,以期对乡村公共文化服务数字化建设发展与优化提供一定参考。图1。表3。参考文献28。

关键词 公共文化服务 乡村振兴 文化数字化 用户需求

Study on User Demands of Digital Construction of Public Cultural Services in Rural Areas of Eastern China

——Taking Jiangsu Province as an Example

Hua Yuwen Chen Ya Wang Meng

Abstract: Users are the ultimate users of the digital construction of rural public cultural services. Optimising service supply with focus on user demands will help promote the development of the digital construction of rural public cultural services. The study collects corpus data from 12 county public cultural service centers, uses the grounded theory to sort out and condense 28 corpus data, and constructs a framework for optimising the digital construction of rural public cultural services based on user demands. The results show that rural users extend their personal demands to three main demands, such as system, content and professionals for the digital construction of rural public cultural services, and the digital construction of rural public cultural services and user demands promote each other. Based on these results, this paper puts forward suggestions for optimization from four aspects: personal demands, system demands, content demands and professional demands, with a view to providing some references for the development and optimization of the digital construction of rural public cultural services. 1 fig. 3 tabs. 28 refs.

Keywords: Public Cultural Service; Rural Revitalization; Cultural Digitization; User Demand

乡村公共文化服务体系是丰富乡村文化生活的重要载体^[1],乡村公共文化服务是帮助乡村“治愚”“扶智”的重要支撑。随着广播电视村村通工程、全国文化信息资源共享工程、农家书屋

工程等文化惠民工程的展开,我国乡村公共文化服务的建设重心已从重“量”转为保“质”。同时为适应当前网络化、信息化社会的快速发展,政府积极推动公共文化数字化建设决策部署,并发布

* 本文系国家社会科学基金项目“我国公共文化服务可及性模式研究”(项目编号:21BTQ042)、文化和旅游部全国公共文化发展中心公共数字文化服务课题研究项目“我国基层公共数字文化服务在新媒体平台的联动研究”(项目编号:GGSZWHFW2022007)的研究成果之一。

《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,明确了提升公共文化服务数字化水平的重点任务^[2]。2022年8月出台的《“十四五”文化发展规划》更是提出了“把服务城乡基层特别是农村作为着力点”“推进农家书屋数字化建设”“不断缩小城乡之间的数字鸿沟”“推进数字文化资源进乡村”等要求^[3],为乡村公共文化服务数字化建设带来了新契机与挑战。所以,乡村公共文化服务的数字化建设已成为当前必要而紧迫的问题。

《“十四五”公共文化服务体系建设规划》明确公共文化服务数字化发展方向为“公共文化内容资源数字化建设”“公共文化网络平台数字化建设”“公共文化智慧应用场景拓展”^[4],《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出推动建设国家文化大数据体系、全国智慧图书馆体系、公共文化云建设、中华文化数据库、公共文化数字化场景等公共文化数字化任务、目标^[2]。李国新指出我国公共数字文化建设新方向与任务应是关联公共文化资源数据,加强资源建设与供给能力以及创新公共文化服务空间与场景^[5]。根据上述内容,当前乡村公共文化服务的数字化建设内容主要包括三方面:一是乡村数字文化工程的推进,如广播电视村村通工程、电影下乡工程、数字农家书屋工程等;二是乡村资源数字化的建设,包括数字化基础设施建设、文化平台建设、优秀传统文化资源建设等;三是数字化文化体验新场景的发展,例如乡村网红计划、乡村数字文化体验空间等。而随着我国乡村振兴的全面实施,乡村用户的物质条件获得提升,其文化需求亦发生巨大变化,这也导致了乡村公共文化的数字化服务出现供需失衡、供给失效的问题^[6]。以用户需求为导向,乡村公共文化服务的数字化建设才能更好地服务于乡村用户。所以明确用户需求、促进乡村公共文化服务数字化建设的精准供给,成为本研究的主要课题。以此,本研究以江苏省国家公共文化服务体系示范区的12个乡村地区为例,采用田野调查法调研以下问题:用户对于乡村公共文化服务的数字化需求有哪些?用户

需求对乡村公共文化服务数字化建设有什么影响?如何建设乡村公共文化服务数字化?

1 相关研究

1.1 用户需求

用户需求是指用户对某项服务的内容和载体的一种期待状态,了解用户需求是确定服务发展方向的先决条件^[7]。随着数字信息技术的快速发展,数字服务应运而生,用户需求也逐渐进入数字服务的研究中。例如数字电视的用户需求调查^[8]、数字学术中心的空间建设需求^[9]、移动专业虚拟社区的用户需求研究^[10]等。关于公共文化云活动的研究发现,用户需求可分为个体需求、组织需求、平台需求、活动需求四个方面^[11]。另外有研究发现,公共数字文化服务的资源、主体、基础设施以及服务效能等要素与用户需求呈正向相关关系^[12]。

1.2 乡村公共文化服务数字化建设

近年来,关于乡村公共文化服务数字化建设研究,学者们主要围绕服务政策、服务设计、用户等方面进行探索。(1)政策方面,学者们主要基于乡村振兴、数字乡村、文化扶贫等方面的政策展开对公共文化服务数字化建设研究。例如曾文^[13]发现乡村振兴战略、数字乡村战略等政策,具体到乡村数字文化服务的内容较少,且大多局限于基础设施建设,少部分涉及数字文化服务,其认为乡村公共文化服务数字化有待出台专项规划政策。张春春和孙瑞英^[14]指出公共文化服务政策建设是乡村文化政策发展过程中的重点内容,把握“数字中国”下的“数字乡村”发展机遇,借力新发展理念推动乡村文化振兴,借助数字技术赋能乡村公共文化数字化建设。(2)服务设计方面,相关研究主张在乡村公共文化服务数字化建设中融入新技术,探索服务创新模式。如徐延章^[15]结合融合传播情境、用户体验行为、服务设计思维和参与式设计,分析了美丽乡村公共文化智慧服务设计创新思路。孔繁秀和张哲宇^[16]以西藏康马县为例,对“互联网+公共文化服务”的

新形式进行探索。(3)用户方面,研究者主要应用感知价值理论、信息生态理论、刺激-有机体-反应理论等,展开对乡村公共数字文化服务的用户使用意愿及行为研究。如王锰等^[17]基于感知价值理论分析用户对乡村公共数字文化服务的满意度和忠诚度。冯献等^[18]基于信息生态视角,发现信息人、信息技术、信息环境、信息四类信息生态因子均有助于改善乡村居民公共数字文化服务的使用态度,进而显著促进其采纳意愿。

1.3 乡村公共文化服务数字化建设的用户需求

结合上述研究,乡村公共文化服务数字化的用户需求可以定义为用户对乡村公共文化服务数字化的一种期待状态。已有研究探讨了乡村公共文化服务数字化建设的用户需求问题,例如杨芳和王晓辉^[19]认为要想摆脱农村传统公共文化服务信息流动不畅、供需不均衡的局面,必须依托数字化手段,用数字赋能农村公共文化服务,达到真正的供需契合。戴艳清等^[20]发现需求的上升与多样、供给的不足及滞后是目前农村公共数字文化服务供需矛盾产生的主要原因。现有用户需求的相关研究集中在供需平衡上,但缺乏从乡村用户的角度出发,探究其对公共文化服务数字化的真实需求。且已有成果调研范围较小,以个案分析为主,研究成果普适性有待商榷,所以本研究将调研范围扩大,力求实现研究成果的普适性。本研究将系统梳理乡村用户对于乡村公共文化服务数字化的真实需求,探索用户需求与乡村公共文化服务数字化建设之间的关系,进一步建立基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设优化框架。

2 研究设计

2.1 研究方法

由上文综述可知,现阶段关于乡村公共文化服务数字化建设的用户需求研究较少,现有理论框架不够完善,尚不能提供较清晰的研究假设。而扎根理论作为一种探索性研究方法,主要目标

在于探究机理形成、详尽阐述及精细改良现有理论^[21],同时扎根理论的研究对象多来自现有的社会问题和现象,经过开放式编码、主轴编码和选择性编码三级编码层层深入剖析,能够系统全面地揭露和呈现研究问题的形成机制和影响因素。因此,本研究采用扎根理论展开探索性分析。

本研究调研时间为2022年3月至2022年5月,调研对象选取江苏省国家公共文化服务体系示范区的12个乡镇公共文化服务点。这些服务点在基础设施、设备配备、活动展开、人员支持、综合管理等方面符合国家创建标准,服务相对完善。且其所处地区(苏南镇江、苏中南通、苏北盐城)的经济发展水平较高,用户物质基础较好,用户文化需求更为多样化,可以使调研结果更为完善。本研究访谈对象包括农家书屋、文化站、文体综合服务中心等乡村公共文化服务部门的服务管理人员、经常使用当地数字服务的长期用户以及被邀请前往体验数字服务的短期用户。访谈内容重点围绕用户自身的数字文化需求、当地乡村公共文化服务数字化供给情况,以及用户对相关数字服务的评价、使用意愿和展望等展开。访谈时间一般在25—35分钟之间,重点访谈对象的访谈时间一般在40分钟以上。

对于研究样本,本研究原则上尽可能兼顾不同性别、不同年龄段、不同文化程度、不同职业以及不同地区等因素,来获取用户对乡村公共文化服务数字化建设需求的原始资料。编码过程如下:首先利用开放式编码技术,挖掘访谈语料数据中的相关初始概念并予以范畴化,形成概念类属。其次,基于开放式编码的初始概念结果,分析概念间的联系,将其合并归类,构建主轴编码。最后,展开选择性编码,抽取核心范畴,梳理范畴之间的关系,形成用户需求驱动下的乡村公共文化服务数字化建设模型。

2.2 数据收集

本研究最终确定对28名乡村用户的访谈文本进行分析(见表1)。

表 1 描述性统计

项目	指标	样本数	占比(%)
性别	男	13	46.4
	女	15	53.6
年龄	20岁及以下	3	10.7
	21—40岁	9	32.2
	41—60岁	10	35.7
	61岁及以上	6	21.4
地区	苏南	12	42.9
	苏中	7	25.0
	苏北	9	32.1
学历	小学及以下	4	14.3
	初中	10	35.7
	高中及中专	9	32.1
	本科及大专	5	17.9
职业	企业职工	2	7.1
	文化部门人员	5	17.9
	个体经营户	3	10.7
	务工人员	3	10.7
	农民	8	28.6
	学生	4	14.3
	离退休及其他	3	10.7

3 分析过程

本研究将 28 名受访者的访谈录音转化为文本,并将其编号为#1至#28,对其中 24 份文本数

据使用扎根理论,通过开放式编码、主轴编码、选择性编码进行定性分析(见表 2),利用其余 4 份文本进行理论饱和度检验。

表 2 扎根编码框架

访谈文本来源(示例)	初始概念	主范畴	核心范畴
#2 我比较喜欢关注养生类的信息。	a1 兴趣需要	A1 自身需要	个人使用需求
#4 我希望可以使用数字服务来学习。	a2 学习需要		
#17 我希望文化数字化的内容和其他商业网站的内容一样可以给我带来快乐。	a3 娱乐需要		
#13 我认为乡村公共文化服务数字化内容要贴近于生活。	a4 生活需要		
#11 像这种服务如果可以用来打发时间是最好的。	a5 心流需要		
#12 我们家没有电脑,希望有这样的空间提供设备可以给家里人学习使用,但是区别网吧。	a6 媒介需求	A2 外部压力	
#3 大家都在用的话,我不用,我会觉得没有面子。	a7 从众心理		
#10 我觉得政府出品的可能会安全点,现在手机上的 APP 经常会发一些夸张甚至造谣的信息。	a8 数字风险		
#5 当地文化站可以为我们提供数字服务,我觉得很好,现在数字社会不会点电脑、手机,我怕会跟不上时代变化,而被这个社会淘汰。	a9 社会担忧		

续表

访谈文本来源(示例)	初始概念	主范畴	核心范畴	
#24 微信上就可以使用我们当地的文化服务,非常方便。	a10 方便快捷	A3 易用性	系统需求	
#15 我觉得这样的乡村公共文化服务数字化建设要考虑乡村用户的现实情况,系统操作不能太难。	a11 容易操作			
#12 我们农家书屋提供了电脑,可以使用。	a12 设备可用	A4 可用性		
#18 我们文化中心会提供像线上培训、电影下乡等文化服务。	a13 服务可用			
#2 年龄大,我的眼睛看数字设备容易累,字体、屏幕什么的可以大一点。	a14 界面适应	A5 适应性		
#23 希望提供的系统更适合弱势群体一些。	a15 系统适应			
#10 我是比较担心个人信息安全问题的。	a16 隐私安全	A6 安全性		
#14 注册账号时,都会有一些用户协议。	a17 规范保障			
#14 注册所需信息比较少,就可以使用数字服务。	a18 注册简洁			
#6 我希望使用乡村公共文化服务提供的数字服务内容后,可以让我有所提升。	a19 提升自我	A7 有用性	内容需求	
#11 我觉得不管解决什么需求,老年人比较看重是否可以打发时间。	a20 打发时间			
#12 平常我就喜欢看书,也经常看电子书,因为方便。	a21 迎合兴趣			
#4 我是工科专业的,一般上网会学习 CAD 这样的软件操作,如果可以,想掌握更多的知识技能。	a22 知识普及			
#15 乡村公共文化服务的数字内容必须真实有效。	a23 真实有效			A8 多样性
#13 我觉得宣传惠农信息非常重要。 #4 内容里有线上的技能培训活动。	a24 种类多样			
#24 乡村公共文化服务提供的数字服务形式可以多一点。	a25 形式多变			
#15 我认为乡村公共文化服务相较于城市的数字化内容建设应体现自身的服务特色。	a26 特色支持			A9 时效性
#11 我希望内容可以按时更新,这样才有新鲜感。	a27 按时更新			
#1 乡村公共文化服务的数字化内容应该保证它的新颖性。	a28 内容新颖			
#15 乡村地区的用户主要以数字素养相对较低的老人和青少年为主,所以需要高数字素养的人才为他们提供指导。	a29 数字能力	A10 能力	专业人员需求	
#14 我认为现在宣传不是很到位,很多人都不知道乡村公共文化服务是干嘛的。	a30 宣传能力			
#22 乡村公共文化服务数字化建设对服务人员的管理能力提出了新要求。	a31 管理能力			
#7 当地乡村公共文化服务的工作人员服务很周到,经常帮我解决一些数字问题。	a32 周到	A11 态度		
#8 我之前想用电子阅览室被拒绝,工作人员态度很冷漠。	a33 热情			

3.1 开放式编码

开放式编码是扎根理论中的基础阶段,本研究剔除出现次数较少且代表性不高的概念及重

叠概念,然后用剩余的4份样本进行饱和度检验,并未有新概念出现,最终共获得33个初始概念、11个主范畴。

3.2 主轴编码

本研究根据 33 个初始概念的相互关系与逻辑联系形成了 11 个主范畴。首先,“A1 自身需要”是指用户出于自身的实际需要而产生对乡村公共文化服务的数字化建设需求。“A2 外部压力”是指用户受到外部压力的影响而产生需求。笔者将这两个主范畴归纳为“个人使用需求”。其次,“A3 易用性”是指用户对可以轻松操作乡村公共文化服务数字化系统的需求。“A4 可用性”是指用户对可以使用相关文化服务和数字设备的需求。“A5 适应性”是指用户使用数字化系统时对适应自身特征的需求。“A6 安全性”是指用户使用数字化系统时对个人信息等进行合理保护的需求。笔者将 A3—A6 归纳为“系统需求”。再次,“A7 有用性”是指用户认为乡村公共文化服务数字化内容应该对自身有用。“A8 多样性”是指用户认为乡村公共文化服务数字化内容

应该多样化。“A9 时效性”是指用户认为乡村公共文化服务数字化内容应该注重时效。笔者将 A7—A9 归纳为乡村公共文化服务数字化建设中的“内容需求”。最后,“A10 能力”指用户对乡村公共文化服务数字化建设中服务人员能力的期望。“A11 态度”是指用户对乡村公共文化服务数字化建设服务人员态度的期望。这二者归纳为“专业人员需求”。

3.3 选择性编码

笔者根据对用户语料的梳理和对主范畴的归纳,形成了 4 个核心范畴,进而找出核心范畴间的故事线,发现被访者出于个人需求展望和期待乡村公共文化服务数字化建设。基于个人需求,用户延伸出对系统、内容以及专业人员的三大数字化需求,本文据此构建基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设优化框架,核心范畴之间的关系如表 3 所示。

表 3 核心范畴关系

核心范畴	关系结构	关系内涵
个人使用需求→内容需求	延伸作用	基于个人使用需求延伸出对乡村公共文化服务数字化内容的需求。
个人使用需求→系统需求		基于个人使用需求延伸出对乡村公共文化服务数字化系统的需求。
个人使用需求→专业人员需求		基于个人使用需求延伸出对乡村公共文化服务数字化专业人员的需求。
内容需求→数字化建设	优化作用	通过用户的内容需求对乡村公共文化服务数字化内容展开优化。
系统需求→数字化建设		通过用户的系统需求对乡村公共文化服务数字化系统展开优化。
专业人员需求→数字化建设		通过用户的专业人员需求对乡村公共文化服务数字化专业人员展开优化。
个人使用需求↔数字化建设	互促进作用	用户的个人使用需求优化乡村公共文化服务数字化建设,而高质量的数字化建设也可刺激用户使用需求。

4 乡村公共文化服务数字化建设的需求分析

乡村地区的用户需求是“由内向外”的转化过程,即由个人使用需求延伸至外部对乡村公共文化服务数字化建设中各要素的细化需求,包括系统需求、内容需求、专业人员需求。

4.1 个人使用需求

用户的个人使用需求是乡村公共文化服务数字化建设的基础,主要源于他们自身需要与外部压力。

(1) 自身需要。笔者发现,随着物质条件向

好,乡村用户的文化需求存在多样化趋势,并基于这种需求对乡村公共文化服务数字化建设产生了新期待。用户在使用乡村公共文化数字化服务时,主要存在兴趣需要、学习需要、娱乐需要、生活需要、心理需要和媒介需要,进而形成使用乡村公共文化数字化服务的自身需要。他们会利用数字化服务去关注自身感兴趣的信息,满足其兴趣需要;通过数字化服务的知识传播功能满足其学习需要;乡村公共文化数字化服务发布与用户相关的惠农信息时,可满足用户的生活需要;乡村公共

文化数字化服务提供的文娱活动视频,可以为他们打发时间,从而满足用户的娱乐和心理需要;家中没有数字设备的用户会更重视媒介需要。他们对乡村公共文化数字化服务抱有一定的期待,也希望获得较好的使用体验,从而实现自身需要。

(2)外部压力。通过语料挖掘分析发现,部分用户存在外部压力形成的个人使用需求。外部压力主要分为从众心理、数字风险和社会担忧三个方面。首先是从众心理。村落是乡村用户生产、生活和交往的基本社区单位^[22],乡村社会更是关系社会,村镇居民之间联系密切,这也让乡村用户有更强的从众心理。如访谈文本#3所言:“大家都在用的话,我不用,我会觉得没有面子。”当看到周围大多数人都在交流或使用乡村公共文化服务提供的数字化服务时,自身也会去尝试使用该服务,从而形成个人使用需求。其次是数字风险。乡村用户大多文化水平有限,未接受过正规的数字素养教育,数字意识和数字技能都有待提高^[23],乡村用户可能会因误信诈骗信息、个人信息泄露或者数字工具操作失误等引发相关数字风险。最后是社会担忧。一些用户认为数字时代快速发展,自己不得不去学习数字设备的操作,不然会被时代淘汰。如访谈文本#5“当地文化站可以为我们提供数字服务,我觉得很好,现在数字时代不会点电脑、手机”,“会跟不上时代变化”。乡村公共文化服务免费提供的数字设备,可以满足他们融入信息社会的个人需求。

4.2 系统需求

系统需求是用户基于个人使用需求延伸出的对乡村公共文化服务数字化系统的相关要求。根据语料内容,用户的系统需求主要是指乡村公共文化服务数字化系统的易用性、可用性、适应性、安全性。(1)易用性。2021年中国社会科学院信息化中心的数字素养报告显示,城乡居民数字素养得分分别为56.3和35.1,差距达37.7%,而农民群体的数字素养得分仅为18.6,明显低于其他职业类型群体,比全体人群平均值(43.6分)低57.3%^[24]。乡村用户的数字素养有限,不利于他们使用过于复杂的系统,而操作简单的系统也有助于降低乡村用户的学习成本,使其更易融入数字社会,所以系统易用性的需求就

此产生。(2)可用性。系统可用性指可以满足用户的媒介需要,在实地调查时笔者了解到,在当地的文化中心、农家书屋、文化站等乡村文化服务点都配备着数台可使用的数字设备。(3)适应性。随着城镇化进程的持续推进,大批青壮年不断从农村流向城镇,乡村常住人口多以青少年、老年、残障人士等弱势群体为主^[25],这对乡村公共文化服务数字化系统的适应性提出更高的要求。(4)安全性。乡村用户因传统思维会对新事物保持更为谨慎的态度^[18],在快速发展的数字时代更是如此,为避免数字风险伤害自身利益其对数字化系统的安全性比较看重。

4.3 内容需求

内容需求是用户对于乡村公共文化服务数字化建设中内容建设的需求,主要表现在有用性、多样性和时效性三方面。(1)有用性。乡村公共文化服务承担着知识传播、保护传统文化、促进乡村文化振兴的重要任务^[26],所提供的内容最基本的要求就是真实有效,乡村公共文化服务内容也需对用户有所帮助,可以切实地解决用户需求。例如#12“平常我就喜欢看书,也经常看电子书,因为方便”,#11提到“老年人比较看重是否可以打发时间”。(2)多样性。在有用性基础上,用户也对内容的丰富性提出要求。内容的呈现形式和种类越丰富,用户可选择的余地也就越大,从而促使乡村公共文化服务的受众面更加广泛。除此以外,访谈文本#15提到“我认为乡村公共文化服务相较于城市的数字化内容建设应体现自身的服务特色”。相较于其他的同类型服务,乡村公共文化服务内容数字化建设还需突出自身服务特色,以吸引更多用户前来体验使用。(3)时效性。在乡村公共文化服务内容有用且丰富的情况下,内容时效性承担着维持用户黏性的作用。根据实地调查了解到,乡村地区用户拥有着相较于其他用户更多的休闲娱乐时间,例如访谈文本#24表示“我们一般上午会去农作,下午睡了午觉就会去喝茶打牌”。而陈旧的信息会使用户产生厌倦感,也无法满足其打发时间的个人需求,所以用户会对内容时效性有较高的要求,内容需及时更新以保持新颖性。

4.4 专业人员需求

专业人员需求是用户对乡村公共文化服务数字化建设专业人员的需求,分为能力需求和态度需求两个方面。(1)能力。在访谈中,用户对专业人员的数字能力提出了更高要求,他们希望在自己遇到数字问题时,专业人员可以给予一定帮助。如#15称“乡村地区的用户主要以数字素养相对较低的老人和青少年为主,所以需要高数字素养的人才为他们提供指导。”专业人员拥有较强的宣传能力可以为乡村公共文化服务带来更多用户,提高数字化服务的使用率,也可以刺激乡村用户的使用需求,形成良性循环。乡村公共文化服务数字化建设势必会引入更多的数字软硬件设施,这也对专业的管理能力提出考验,设备的采购、安放、维护、淘汰等环节都需要服务人员操作。(2)态度。乡村用户的信息和数字素养水平较低,在使用数字设备或系统时会产生较多的问题,因此会对专业的态度比较关注,他们希望专业人员在为其解决相关问题时能够保持良好的态度,可以得到有求必应、有问必答的优质服务体验。

4.5 用户需求与乡村公共文化服务数字化建设的关系

一方面,用户的个人使用需求是乡村公共文

化服务数字化建设的风向标,乡村文化服务点可采集用户的文化需求反馈,优化文化数字化服务供给,形成高质量的数字化建设。同样,乡村公共文化服务的高质量数字化建设也可以刺激用户对公共文化服务的使用需求,吸引更多潜在用户,提升乡村公共文化服务的效能,进而形成对乡村公共文化服务“刺激—使用—再刺激”的良性循环,所以用户个人使用需求与乡村公共文化服务数字化建设之间存在互促关系。另一方面,用户的个人使用需求延伸出对乡村公共文化服务所涉及数字化要素(系统、内容和专业人员)的展望,乡村用户期盼从系统、内容和专业人员三方面对乡村公共文化服务数字化进行优化,从而发展本地乡村公共文化服务数字化建设。所以用户的内容、系统与专业人员需求可以为乡村公共文化服务数字化建设提供优化策略,形成优化作用。以此,笔者最终构建基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设框架(见图1)。本框架可为乡村公共文化服务数字化建设的评价指标提供研究借鉴,也有助于从用户需求出发,优化乡村文化数字化建设,提升数字化精准供给,促成乡村的文化振兴任务。

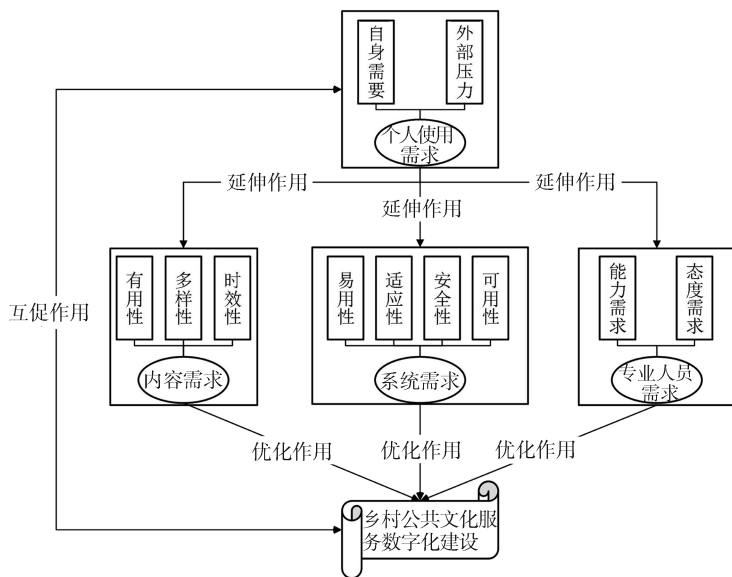


图1 基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设优化框架

5 乡村公共文化服务数字化建设优化策略

乡村公共文化服务的数字化建设,可充分利用数字信息技术帮助乡村用户提升文化可及性、参与性以及便利性。以用户个人使用需求为中心,乡村公共文化服务数字化建设可以从系统、内容、专业人员上进行优化。

5.1 刺激用户个人使用需求

用户是数字化服务的使用者和参与者,是乡村公共文化服务的根本,也是乡村公共文化服务数字化建设的初衷。所以刺激用户个人使用需求,与乡村公共文化服务建立稳固的联系是必要的。(1)加强乡村公共文化服务数字化的宣传工作,采用多样化的宣传形式和手段,提升乡村用户对乡村公共文化服务数字化的知晓度与参与度,明晰公共文化服务的重要性。(2)加强对用户文化需求的重视,经常举办寓教于乐的文化数字化相关活动,引导用户挖掘并满足自身文化需求,调动用户参与乡村公共文化服务数字化建设的积极性。(3)加强对乡村用户信息素养的培育,引导用户强化信息意识、提升信息技能,培养用户对乡村公共文化服务数字化的利用兴趣。

5.2 优化数字化系统

乡村公共文化服务数字化系统的设计会影响用户的体验感受,体验不佳的系统会在源头上抑制用户的需求,从而阻碍用户的使用意愿。所以,易用、安全、可适应的系统是不可缺少的。根据用户对系统的需求,可从以下路径进行系统优化:(1)根据乡村用户的数字素养水平设计系统,系统应方便、快捷、易操作,降低用户的学习成本。引入社会力量,利用算法实施精准推送,降低用户的检索难度。同时乡村公共文化服务需要常年有效地更新数字设备与系统,紧跟数字时代潮流,避免数字设备与系统的落后。(2)注重乡村弱势群体用户的系统需求,系统设备做到“人人可使用,人人可适用”,促进乡村公共文化服务数字化的均等化发展。(3)采用最严格的信息安全

技术,优化系统个人信息注册流程,提升系统安全性,为乡村用户的隐私信息提供安全保障,让乡村用户放心使用。

5.3 提升内容供给能力

乡村公共文化服务数字化建设的内容供给是解决用户个人使用需求的支撑,只有供给实用、丰富、新颖的内容才能吸引更多的用户,用户也会对服务内容产生更高的期待。根据用户对内容的需求,可以从以下路径提升内容供给能力:(1)明确乡村用户实际的文化需求,定期对乡村用户的需求与期望进行采集,确保乡村公共文化服务的有效供给,同时确保服务内容的真实有效和权威性,最终提升服务内容的有用性。(2)服务内容可围绕电影下乡、送戏下乡、乡村网红计划、技术培训等主题加以拓展,围绕当地的区域优势及特色资源打造特色文化品牌,为乡村用户提供喜闻乐见的多元化文化内容,力求满足用户差异性和多元化需求,拓宽受众群体^[27]。(3)积极融合“互联网+”、云技术、元宇宙等高新数字技术,坚持服务内容的更新与创新,让用户保持新鲜感,提升用户黏性。

5.4 加强专业人员建设

专业人员对乡村用户需求的解决起着辅助作用,在乡村公共文化服务数字化建设中,用户对专业人员的服务能力与态度都提出了较高的要求。根据用户的专业人员需求,今后可开展以下工作:(1)乡村公共文化服务点(如农家书屋、文化站等)可与市级相关单位和高校合作,以开设讲座、培训班等形式定期对当地专业人员进行管理、数字、宣传等能力培训,提升其专业性,培养具有强烈的信息社会使命感的服务人员^[28]。(2)建立服务考核机制,用户可对专业人员的业务水平、服务态度等进行评价打分,甚至可以开通匿名投诉通道,保障专业人员的服务质量。

6 结语

本研究主要探究了乡村用户对乡村公共文

化服务数字化建设的需求情况,利用扎根理论对28份语料进行梳理,构建了基于用户需求的乡村公共文化服务数字化建设优化框架。研究发现,乡村用户从个人使用需求出发,延伸出对乡村公共文化服务数字化建设的系统、内容、专业人员三大需求,可以用户需求为中心优化乡村公共文化服务数字化建设。本研究丰富了乡村公共文化服务数字化的研究成果,同时也为文化数字化战略在乡村地区的推进提供了一定参考。

本研究也存在一定不足,首先,虽以江苏省3市的乡村公共文化服务点作为调研对象,但调研范围有限,未来研究可将调研范围继续拓展。其次,调研样本较少,可进一步加大样本量。最后,未来可在定性研究的基础上展开定量研究,以相关性说明用户各需求间的关系,及其如何影响乡村公共文化服务数字化建设。

参考文献

- 1 刘红.乡村振兴背景下农村公共文化服务体系建设研究[J].社会科学战线,2022(3):255-259.
- 2 关于推进实施国家文化数字化战略的意见[EB/OL]. [2022-06-20]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-05/22/content_5691759.htm.
- 3 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《“十四五”文化发展规划》[EB/OL]. [2022-08-17]. http://www.qstheory.cn/yaowen/2022-08/17/c_1128921294.htm.
- 4 文化和旅游部发布《“十四五”公共文化服务体系建设规划》[EB/OL]. [2022-12-02]. <https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/ggfw/202106/P020210623598673338311.pdf>.
- 5 李国新.公共文化数字化建设的新方向新任务[J].中国图书馆学报,2022(4):20-22.
- 6 杨芳,王晓辉.数字赋能农村公共文化服务供需契合作用机理研究——基于扎根理论的质性研究[J].图书与情报,2021(1):62-69.
- 7 Yang Z, et al. Research on user needs for mobile information services in Chinese university libraries: comparison between existing users and potential users[J]. The Electronic Library, 2016, 34(4):1-28.
- 8 Ko H T, et al. An empirical investigation of the consumer demand for digital television application services[J]. Behaviour & Information Technology, 2013, 32(4):397-409.
- 9 Zhu Q. Reflection on the center for digital scholarship in China: a case study on space redesign[J]. Reference Services Review, 2021, 49(2):211-226.
- 10 王婉,等.基于扎根理论的移动专业虚拟社区用户需求模型构建[J].情报科学,2022(6):169-176.
- 11 韦景竹,等.基于在线评论的公共文化云活动用户需求研究[J].图书情报工作,2022(9):66-73.
- 12 余敏,完颜邓邓.公共数字文化服务需求影响因素研究[J].图书馆,2020(3):14-20.
- 13 曾文.城乡一体化背景下公共文化政策的历史演变与未来展望[J].图书馆杂志,2023(4):24-33.
- 14 张春春,孙瑞英.我国乡村文化政策的演进脉络及其主题特征[J].图书馆论坛,2023(4):57-68.
- 15 徐延章.美丽乡村建设中公共文化智慧服务触点设计[J].图书馆学研究,2021(9):28-34,62.
- 16 孔繁秀,张哲宇.西藏康马县数字公共文化服务平台构建研究[J].西藏大学学报(社会科学版),2019(1):167-174,200.
- 17 王猛,等.感知价值对乡村公共数字文化服务满意度和忠诚度的差异化影响研究[J].图书馆学研究,2021(21):18-31.
- 18 冯献,等.基于信息生态视角的乡村居民公共数字文化服务采纳意愿影响因素分析[J].图书馆建设,2022(4):139-146.
- 19 杨芳,王晓辉.数字赋能农村公共文化服务供需契合作用机理研究——基于扎根理论的质性研究[J].图书与情报,2021(1):62-69.
- 20 戴艳清,等.农村公共数字文化服务供需矛盾分析——基于湖南省花垣县的调查[J].国家图书馆学刊,2020(2):16-25.

- 21 Strauss A L. Qualitative analysis for social scientists[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1987:5.
 - 22 李默海. 费孝通的《乡土中国》对于新时代乡村社会治理的意义[J]. 上海行政学院学报, 2020(1):69-77.
 - 23 王猛,等. S-O-R 理论视角下东部地区乡村公共数字文化服务用户流失行为研究[J]. 图书馆杂志, 2022(2):36-46.
 - 24 李晨赫. 乡村振兴亟待弥补“数字素养鸿沟”[N]. 中国青年报, 2021-03-16(08).
 - 25 常凌翀. 数字乡村战略下农民数字化素养的价值内涵与提升路径[J]. 湖南社会科学, 2021(6):114-119.
 - 26 张晓东. 乡镇图书馆助力乡村振兴研究[J]. 图书馆工作与研究, 2020(9):45-51.
 - 27 杨扬,等. 信息增能与技术赋权:数字时代农家书屋的发展趋势及创新思路[J]. 图书馆学研究, 2020(9):89-95.
 - 28 闫慧. 农民数字化贫困的结构性成因分析[J]. 中国图书馆学报, 2017(2):24-39.
- (华钰文 南京大学信息管理学院图书情报与档案管理专业 2022 级博士研究生, 陈雅 教授 南京大学信息管理学院, 王猛 副教授 江苏大学科技信息研究所)

收稿日期:2022-12-11

《中国大百科全书(第三版)·图书馆学》发布

2023年9月15日,在郑州举行的中国图书馆年会上,《中国大百科全书(第三版)·图书馆学》正式发布。这是中国大百科全书首次将图书馆学单独列卷,也是我国第一部纸网互动的图书馆学百科全书。《中国大百科全书(第三版)·图书馆学》设立图书馆学理论、图书馆史、文献学与文献保护、目录学、数字图书馆等14个分支,收录条目1870个,近200万字。

资料来源

图书馆学首次单独列卷!《中国大百科全书(第三版)·图书馆学》发布[EB/OL]. [2023-10-07]. <https://h.xinhuaxmt.com/vh512/share/11682076?d=134b303&channel=weixin>.

(国家图书馆研究院 提供)