

情感层次理论辅助地域文化体验服务要素设计流程

曹国忠^{1,2}, 林聪慧^{1,2}, 陈美^{1,2}, 韩丽伟^{1,2}, 秦发伟^{1,2}, 高鹤鸣^{1,2}, 刘刚^{1,2}

(1.河北工业大学, 天津 300401; 2.国家技术创新方法与实施工具工程技术研究中心, 天津 300401)

摘要: **目的** 探究地域文化体验服务要素设计的流程, 让游客从本能层、行为层、反思层上全面体验地域文化独特魅力, 提高游客的服务体验。**方法** 首先以诺曼情感层次理论为理论依据, 将地域文化从本能层、行为层、反思层上分解为三个层次, 探究地域文化体验服务。不同服务要素的设计可分别利用对应的地域文化层次, 从而找到设计切入点, 在此基础上形成地域文化体验服务要素设计流程, 即选取地域文化元素并将其分解为三个层次。然后进行地域文化体验隐性和显性服务要素设计, 最后进行物品和环境要素设计。**结论** 提出了地域文化体验服务要素设计流程。此流程所设计的地域文化体验服务要素使游客能在本能层和行为层上对地域文化进行多角度体验, 在反思层上感受到地域文化的文化内涵, 最终全方位了解地域文化, 获得良好的服务体验。并且用大同结艺地域文化体验服务要素设计验证了此流程的可行性。

关键词: 地域文化体验; 服务要素设计; 服务设计; 情感层次理论; 设计流程

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)10-0108-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.10.015

Process of Regional Cultural Experience Service Elements Design Based on Norman's Three Levels of Design

CAO Guo-zhong^{1,2}, LIN Cong-hui^{1,2}, CHEN Mei^{1,2}, HAN Li-wei^{1,2},
QIN Fa-wei^{1,2}, GAO He-ming^{1,2}, LIU Gang^{1,2}

(1.Hebei University of Technology, Tianjin 300401, China; 2.National Engineering Research Center for
Technological Innovation Method and Tool, Tianjin 300401, China)

ABSTRACT: In order to explore the design process of regional cultural experience service elements, let tourists fully experience the unique charm of regional culture from visceral level, behavioral level and reflective level, and get a good service experience, this paper, based on Norman's Three Levels of Design, divided the regional culture into three levels: visceral level, behavioral level and reflective level. This paper explores the regional cultural levels that can be used in the design of different service elements in regional cultural experience service, so as to find the design entry point. and form the design process of regional cultural experience service elements on this basis, that is, "selecting regional cultural elements and dividing them into three levels, then designing the implicit and explicit service elements of regional cultural experience, and finally designing the goods and environment elements". This paper put forward the process of regional cultural experience service elements design. The regional cultural experience service elements designed in this process enable tourists to experience the regional culture at the visceral level and the behavioral level with multiple perspectives, and then tourists will feel the cultural connotation of the regional culture in the reflective level. So, tourists can get a comprehensive understanding of the regional culture and a good service experience. Finally, the feasibility of this process was verified by the design of the service elements of the Datong knot art's regional cultural experience.

KEY WORDS: regional culture experience; service element design; service design; Norman's three levels of design; design process

收稿日期: 2021-01-10

基金项目: 国家创新方法工作专项项目(2019IM020200); 河北省高校百名优秀创新人才支持计划资助项目(SLRC2017030); 河北省创新能力提升计划项目(18961823H)

作者简介: 曹国忠(1974—), 男, 河北人, 博士, 河北工业大学教授, 主要研究方向为产品创新设计、TRIZ。

文化体验是游客与目标文化进行多方位交互所产生的体验感受。在体验经济背景下,游客体验变得越来越重要,而地域文化体验是游客体验的重要形态,极具商业价值,又可弘扬地域文化^[1]。有关地域文化体验的现有研究可概括为三个方面。第一,探究文化体验的重要性,如吴玉琴等人探究了文化体验对游客满意度的重要影响^[2],殷紫燕等人探究了文化体验对游客重游意愿的重要影响等^[2]。第二,地域文化体验设计方法研究,如刘春探讨了同伴角色差异对文化体验的影响^[3],白洁指出文化体验设计要有明确的文化主题等^[4]。第三,具体地域文化体验设计实例,如河南佛教文化体验设计 ASEP 分析^[5]、泉州文化体验旅游产品开发研究等^[6]。现有研究并未从地域文化体验服务要素设计角度进行研究。

服务设计以提高服务质量与用户体验为目的,利用服务设计的思维及方法来规划地域文化体验这一服务,能得到更完整合理的服务系统与服务流程,提高游客体验。服务设计主要包括服务要素设计和服务提供过程设计两部分内容^[7],本文主要研究地域文化体验服务设计中的服务要素设计,在诺曼情感层次理论辅助下,结合服务设计中有关服务要素设计的相关理论,提出地域文化体验服务要素设计流程,丰富了地域文化体验服务设计的方法,让游客能够从本能层、行为层、反思层三个层次上全方位感受地域特色文化魅力,从而提高游客体验。

1 服务设计与服务要素设计

服务设计主要包括服务要素设计和服务提供过程设计两部分内容(见图 1),其中服务要素设计主要是对组成服务的各个要素进行设计,最终形成完整的服务产品^[7]。服务要素包括隐性服务要素、显性服务要素、物品要素和环境要素,相对应的服务要素设计包括:(1)隐性服务要素设计,即确定服务要营造怎样的服务氛围,最终为用户带来怎样的感受;(2)显性服务要素设计,包括服务的内容,涉及要为用户提供哪些服务、怎样的服务;(3)物品要素设计,涉及服务中有形物质的设计,包括三维实体产品、员工服饰等;(4)环境要素设计,即整体的服务环境设计,包括提供服务场所的数量与布局、整个服务场所中情境的营造等^[8-9]。

在服务要素设计中,首先进行隐性服务要素设计和显性服务要素设计,明确服务要营造的服务氛围、为用户带来的感受及服务内容,然后在此基础上确定为用户提供这样的服务需要设计什么样的物品及服务环境,进行物品要素设计和环境要素设计。服务要素设计之后,进行服务提供过程设计,系统性地整合各服务要素,设计完整的服务提供流程及支持服务的系统,在进行服务提供过程设计时会进一步检验服务要素的设计是否有利于为用户提供更好的服

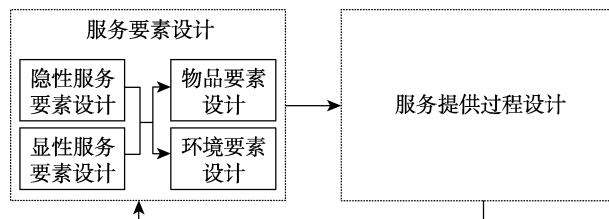


图 1 服务设计的两个主要内容

Fig.1 Two main contents of service design

务流程,对不符合要求的服务要素需要进行改进,由此可见服务提供过程的设计需在服务要素设计的基础上进行,两者是紧密联系、相互影响的,需要反复迭代^[9]。

2 基于情感层次理论的地域文化的三个层次

诺曼提出的情感层次理论包括本能层、行为层、反思层。本能层指事物的外在表现通过刺激人的感觉器官所带给人的第一感官感受,触发人的本能反应、引起短暂性的情绪反应;行为层指控制身体日常行为运作的部分,这些为完成某任务而实施的行为动作是通过学习训练习得,是基于潜意识的;反思层是指事情发生后,大脑对其回忆、评估、反思并激发某些情绪,受经验、教育、文化、个体差异等许多因素综合影响。

依据诺曼情感层次理论中的本能层、行为层、反思层,将地域文化分解为三个层次。本能层上,涉及能刺激人的感官、激发人的本能反应的文化物质,即具有一定色彩、形态、材质、肌理的有形文化物质,例如文化器物的造型,还包括具有一定气味、味道、声音的无形文化物质,例如地方特有美食的气味及味道、地方特有乐器所演奏出的独特音乐等;行为层上,一方面涉及地域文化相关的行为活动,例如特色食物的制作与食用方法、特色地域舞蹈的舞蹈动作等,另一方面涉及地域文化对人们日常行为方式的影响,进而形成地域人群特有的行为习惯与社交行为准则;反思层上,涉及地域文化的精神层面,涉及地域长期形成的特定世界观、价值观,对一些事物所具有的特定情感,因此独有的地域文化会带给人们特定的情感感受及思考、传达特定的文化内涵。

3 地域文化体验服务要素设计切入点

以诺曼情感层次理论为理论基础,探究地域文化体验服务中,不同的服务要素设计可分别利用相应的地域文化层次,从而找到设计切入点,见图 2。

地域文化体验隐性服务要素的设计可结合地域文化反思层上所总结提取的文化元素内涵,以此来确定地域文化体验要营造的服务氛围、最终要为游客带来怎样的感受。地域文化体验显性服务要素的设计可提供两项服务内容:一项为本能层上带来感官刺激的

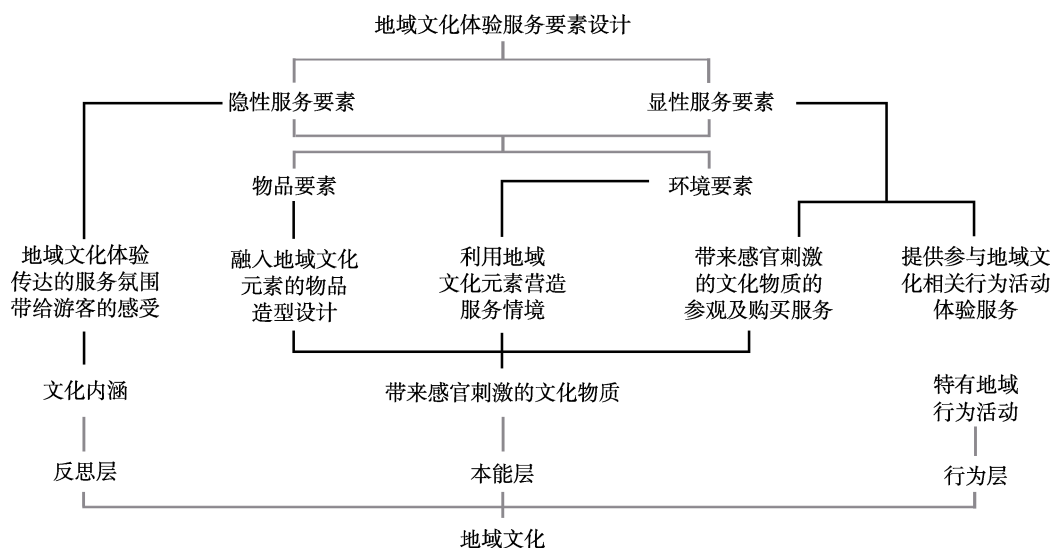


图2 地域文化体验服务要素设计切入点

Fig.2 Breakthrough point of regional cultural experience service element design

文化物质的参观及购买服务；另一项为参与行为层上特有地域文化相关行为活动的体验服务。地域文化体验服务物品要素和环境要素的设计可利用本能层上带来感官刺激的文化物质，利用其进行地域文化元素的物品造型设计，以及利用地域文化元素进行服务情境的创设。

另外，了解地域文化行为层上的行为习惯与准则，对游客全面体验地域文化也是至关重要的，可在服务提供的过程中对其进行展现，无法将其用于具体的某服务要素的设计。

4 地域文化体验服务要素设计流程

以地域文化体验服务要素设计切入点为理论基础，提出地域文化体验服务要素设计流程，见图3。

选取地域文化元素见图3a。首先从服饰、餐饮、节庆习俗、宗教信仰、语言、建筑、地域景观、文化艺术、工艺等多个方面全面罗列地域特色文化，然后从中选取地域文化元素。地域文化元素的选取要遵循以下原则：第一，文化元素必须有特色，是此地域独有或少数地域所有的文化特色；第二，文化元素必须能够代表此地域，是此地域的标签之一；第三，文化元素应是获得相关政府部门认可的、正能量的、有利于地域文化传承的地域文化元素。

以诺曼情感层次理论为基础，将所选地域文化元素从本能层、行为层、反思层上进行分解，见图3b。

本能层涉及地域文化元素中给人带来感官刺激的构成部分，提取其中的典型元素，包括提取带来视觉及触觉刺激的有形文化物质中的形态、颜色、材质、肌理、纹样图案、结构，以及带来听觉、嗅觉及味觉刺激的无形文化物质中的声音、气味及味道。

行为层上，提取所选地域文化元素相关的行为活动，可从地域文化元素的制作和使用两个方面进行考

虑，例如，若选取的文化元素为地方美食，则提取其烹饪过程及食用方法，若为地域文化器物则提取其制作过程及使用方法等。

反思层涉及所选地域文化元素带给人们的情感感受及思考、所传达的文化内涵，用少数意象词汇将其文化内涵进行概括^[10]，例如若选取的地域文化元素为春节剪纸，将其文化内涵概括为“喜庆的”、“欢快的”。

将地域文化元素分解后，进行地域文化体验服务要素设计，首先进行隐性服务要素设计和显性服务要素设计。

进行地域文化体验隐性服务要素设计见图3c。结合所选地域文化元素反思层所概括的意象词汇，确定隐性服务要素上要营造怎样的服务氛围、为游客带来怎样的感受，并以此来指导后续相关设计，后续物品要素的设计和环

境要素的设计都要为游客带来这种体验与感受，围绕这个中心展开，这样更有助于保证设计风格的一致性^[10]。

进行地域文化体验显性服务要素设计，确定服务内容，见图3d。首先提供地域文化元素本能层上带来感官刺激的文化物质的参观及购买服务。其次，提供参与行为层上提取的相关行为活动的体验服务，即提供服务使游客真实参与这一活动。游客真实参与是改进游客体验的有效方法，会使游客对地域文化元素形成更深入的了解，还能让游客自己控制服务过程，用户自己控制服务过程时，即使用户操作不当，也不会对服务产生过多不满。

地域文化体验隐性服务要素设计与显性服务要素设计明确了地域文化体验要为游客提供怎样的服务，包括营造的服务氛围、为游客带来的感受及其服务内容。明确了要为游客提供怎样的服务后，需要考虑设计哪些物品、怎样的物品及地域文化体验服务环境来将无形服务提供给游客，接下来进行地域文化体

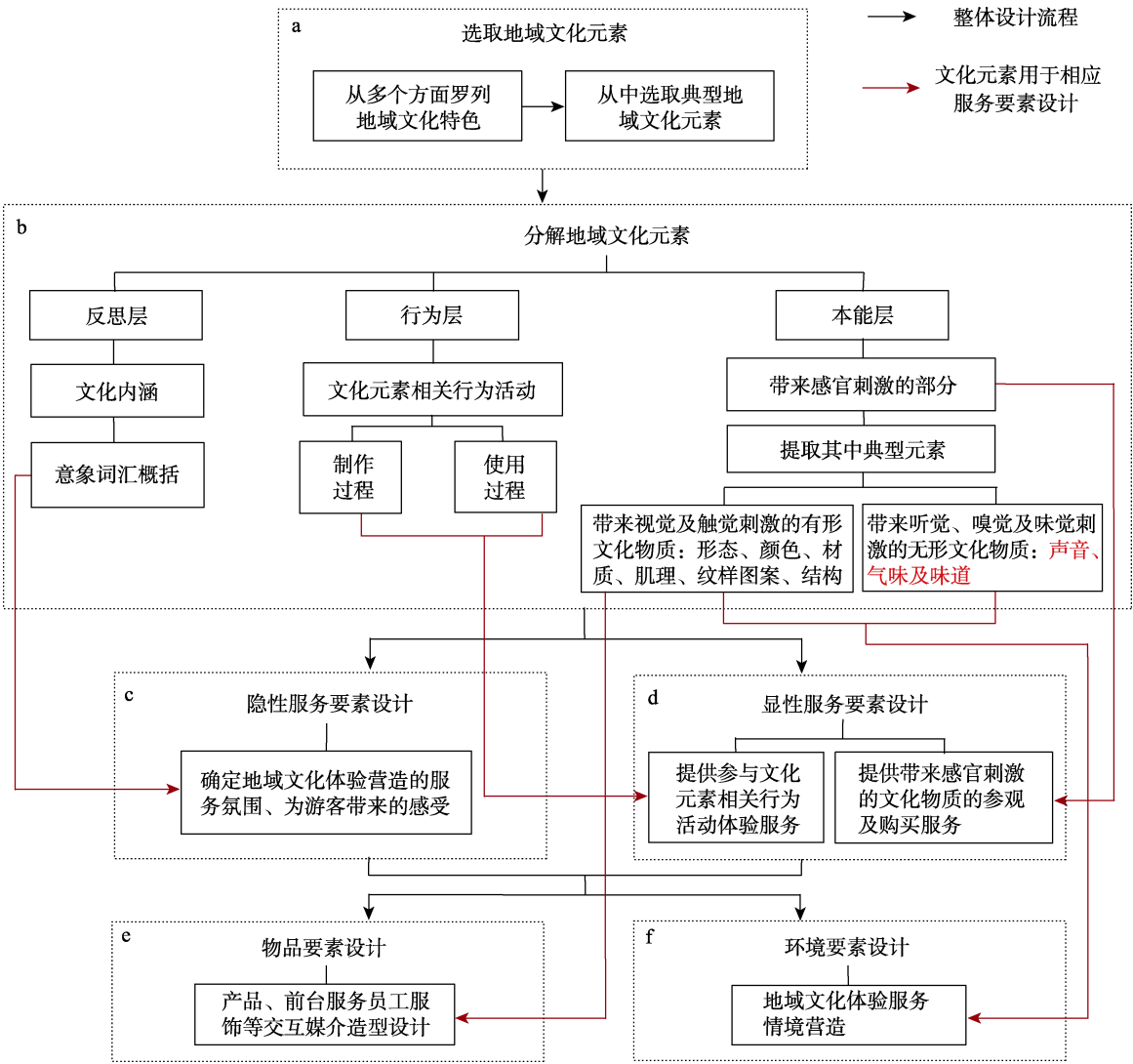


图 3 地域文化体验服务要素设计流程

Fig.3 Design process of regional cultural experience service elements

验服务物品要素设计与环境要素设计。

进行地域文化体验服务物品要素设计,利用所选地域文化元素本能层上提取的带来视觉及触觉刺激的有形文化物质,进行地域文化体验服务过程中涉及的物品造型设计,见图 3e。服务中的物品是重要的交互媒介,通过这些有形物品为用户带来无形服务^[11]。地域文化体验服务物品要素包括有形产品、前台服务人员服饰等,其造型的设计表现在形态上,所提取的形态、纹样图案、结构可直接应用、变形应用于其中^[12];颜色上可使用所提取的颜色或其相似颜色;材质上可使用所提取的材质,也可用现代加工技术对其表面进行处理以达到理想的肌理质感^[13]。

进行地域文化体验服务环境要素设计(见图 3f),利用所选地域文化元素本能层上的文化物质,创设强烈的地域文化体验服务情境,使游客置身于此服务情境中能充分感受到地域特色文化魅力,提高游客的服务体验。每种地域文化元素都有其特定的情境,营造独有的文化氛围^[14]。情境中的一些装饰物的设计,可

利用地域文化元素本能层上带来感官刺激的文化物质,及其提取的形态、纹样图案、颜色等。情境氛围的营造还可利用地域文化元素本能层上提取的声音、气味、味道等要素,充分刺激游客的视、听、触、嗅、味等多个通道,营造强烈的地域文化氛围^[15]。

通过此流程设计的地域文化体验服务要素,使游客能在本能层和行为层上对地域文化进行多角度体验,进而在反思层上感受到地域文化的文化内涵,使游客能全方位了解地域文化,沉浸在地域文化服务氛围之中,感受地域特色魅力,获得良好的服务体验。

地域文化体验服务要素设计之后,便要进行服务提供过程设计,系统性地整合各要素,设计合理的地域文化体验服务提供流程,进而形成完整的地域文化体验服务设计。地域文化体验服务提供过程设计可利用服务设计中的用户体验地图及服务蓝图进行分析,另外还需要考虑地域文化行为层上文化习惯与行为准则对服务流程的影响,此方面有待进一步深入研究。

5 设计实例

通过大同结艺地域文化体验服务要素设计,验证本文所提流程的可行性。设计步骤如下。

1) 选取大同结艺地域文化元素。首先从服饰、餐饮、节庆习俗、宗教信仰、语言、建筑、地域景观、文化艺术、工艺等多个方面全面罗列大同地域特色文化,然后从中选取大同结艺这一地域文化特色。大同结艺结合了大同本土文化,在北方传统盘扣的基础上发展形成,大同结艺这一精致典雅、原汁原味的文化入选了省级非物质文化遗产名录,是极具大同地方代表性的特色地域文化。

2) 将大同结艺地域文化从本能层、行为层、反思层三个层次上进行分解,见表 1。将大同结艺地域文化分解后,进行结艺地域文化体验服务要素设计,首先进行隐性服务要素设计和显性服务要素设计。

3) 结合表 1 反思层中吉祥的、典雅的这两个意象词汇确定隐形服务要素传达吉祥、典雅的服务氛围,使游客在接受服务的过程中感受到吉祥、典雅的结艺文化特色。后续的物品要素设计和环境要素设计都要以此为中心来展开,相关设计都要让游客感受到吉祥与典雅,要保持设计风格的一致性。

4) 显性服务要素中,为游客提供表 1 中带来感官刺激的文化物质的参观及购买服务,对传统结艺及据此设计制作的其他结艺进行展览,对盘扣画及结艺

制作饰品进行展览与售卖。其次,提供让游客亲自参与表 1 中行为层上结艺制作过程的服务。结合表 1 中的结艺制作过程,“布条制作”较为枯燥、困难,因此直接为游客提供制好的布条,游客支付一定费用后可体验较为简单的结艺“成品制作”过程(见图 4)。制作完成后,可将其制成钥匙挂件(见图 5)并让游客带走。融入结艺反思层文化元素所设计的隐性服务要素,以及融入结艺本能层与行为层文化元素所设计的显性服务要素确定了要为游客带来怎样的服务,接下来需要考虑设计哪些物品、怎样的物品及服务环境来将大同结艺地域文化体验这一服务提供给用户,进行大同结艺地域文化体验服务的物品要素设计与环境要素设计。

5) 进行大同结艺地域文化体验服务物品要素设计。物品的设计要体现吉祥感、典雅感,使游客在接受服务时,与相关物品交互的过程中感受到大同结艺文化特色。服务中涉及的物品造型设计,融入表 1 本能层中有形文化物质上提取的典型元素,此案例设计了游客在参与结艺成品制作过程时用到的镊子和尺子这两个物品(见图 6—7),必要时还可进行其他有形产品及前台服务员工服饰等物品要素的设计。在此设计中:颜色上,直接应用了表 1 中提取的红色与蓝色;形态上,镊子、尺子分别变形应用了表 1 中的形态③、形态①,形态变形过程见图 8;材质上,对其表面进行处理,从而带来表 1 中提取的光滑、柔和的肌理质感。

表 1 大同结艺分解
Tab.1 Decomposition of Datong knot art

三个层次		带来感官刺激的部分		提取其中的典型元素		
本能层	带来视觉和触觉刺激的有形文化物质		传统结艺造型		形态	
			设计其他任意造型			
	制成饰品		制成饰品		盘扣画	颜色
						 红 黄 粉 绿 蓝
行为层	带来听觉、嗅觉和味觉刺激的无形文化物质	无			材质	
					肌理	
	结艺制作过程				纹样图案	
					结构	
反思层	意象词汇概括其文化内涵	结艺的使用过程		用来制作饰品及盘扣画，无特有的使用步骤		
		结艺的使用过程		用来制作饰品及盘扣画，无特有的使用步骤		

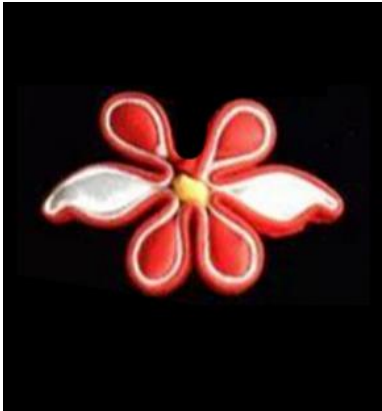


图 4 制作过程较简单的结艺
Fig.4 Knot art that making process is simple



图 5 将游客制作结艺制成钥匙挂件
Fig.5 Processing knot art made by tourists into key chain

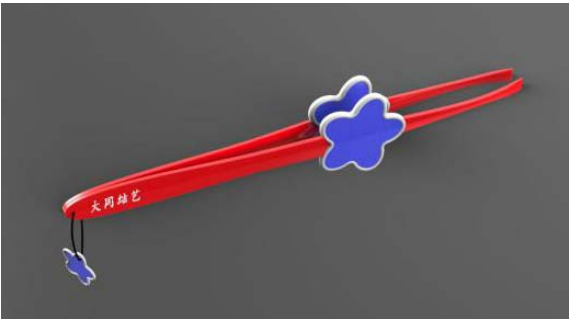


图 6 融入结艺元素的镊子
Fig.6 Tweezers with knot art elements

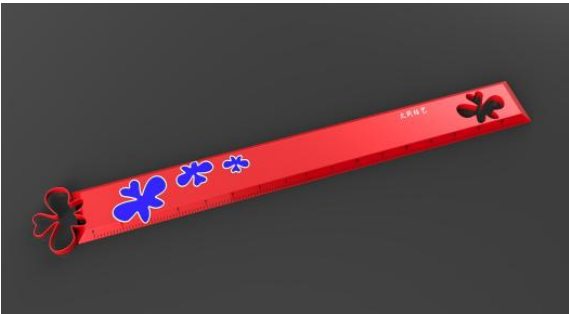


图 7 融入结艺元素的尺子
Fig.7 Ruler with knot art elements

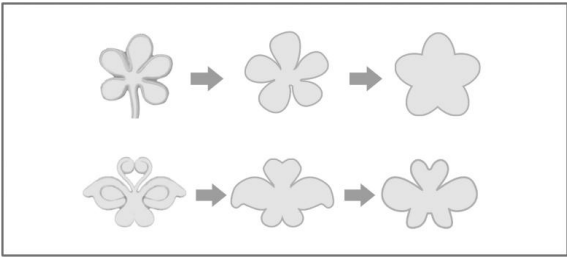


图 8 形态变形过程
Fig.8 Deformation process of shape



图 9 应用结艺元素的墙画设计
Fig.9 Wall painting design with knot art elements



图 10 应用结艺元素的装饰物设计
Fig.10 Ornament design with knot art elements

6) 将表 1 中本能层提取的元素融入大同结艺地域文化体验服务环境要素的设计, 创设吉祥典雅的服务情境, 充分刺激游客的五感, 使其在接受服务的过程中沉浸在吉祥典雅的服务氛围中, 感受到结艺文化元素的独特魅力。可将墙壁颜色粉刷为表 1 本能层有形文化物质中提取的颜色、设计一些应用结艺元素的装饰物, 如墙画设计 (见图 9) 应用了表 1 中提取的红色和传统结艺的造型之一, 也可将结艺本身制成装饰物 (见图 10) 等, 通过一系列的设计来营造强烈的大同结艺文化元素服务氛围。

7) 形成的大同结艺地域文化体验服务要素设计 (见表 2) 使游客在本能层和行为层上都能对大同结艺地域文化进行多角度体验, 进而让游客在反思层上感受到结艺吉祥典雅的文化内涵, 使游客能全方位了

表 2 大同结艺地域文化体验服务要素设计
Tab.2 Datong knot art regional cultural experience service elements design

服务要素	设计内容	具体设计
隐性服务要素	确定服务传达的氛围及给予游客的感受	传达吉祥、典雅的服务氛围,使游客感受到吉祥、典雅的地域文化魅力
显性服务要素	确定服务内容	展览传统结艺及据此设计制作的其他结艺 展览与售卖盘扣画及结艺制作的饰品 游客亲自参与结艺成品制作的过程
物品要素	服务过程中涉及到的物品设计	融入从结艺有形文化物质上提取的典型元素
环境要素	服务情境的营造	融入结艺本能层文化元素,营造吉祥典雅的氛围

解大同结艺,感受到大同独有的结艺文化魅力,获得良好的服务体验。

大同结艺地域文化体验服务要素设计之后,需进行结艺地域文化体验服务提供过程设计,整合各服务要素,设计合理的大同结艺地域文化体验服务流程,形成完整的大同结艺地域文化体验服务设计。

6 结语

本研究基于诺曼情感层次理论对地域文化体验服务要素进行重新分类,并建立了要素与服务间的映射关系,在此基础上提出了地域文化体验服务要素设计流程。此流程所设计的地域文化体验服务要素,可为游客带来更好的服务体验,但流程中的一些细节有待进一步完善,比如文化元素反思层上的意向词汇如何概括;设计地域文化体验服务物品要素时,如何对提取的典型文化元素进行变形等。另外,地域文化体验服务要素设计之后的服务提供过程设计也有待进一步研究,进而形成完整的地域文化体验服务设计。

参考文献:

[1] 殷紫燕,黄安民.文化创意旅游街区游客参与对重游意愿的作用机制研究——基于旅游体验及记忆的中介模型[J].资源开发与市场,2019,35(8):1087-1092.
YIN Zi-yan, HUANG An-min. Study on the Mechanism of Tourists' Participation in the Cultural and Creative Tourism Block on Their Willingness to Revisit: an Intermediary Model Based on Tourism Experience and Memory[J]. Resource Development and Market, 2019, 35(8): 1087-1092.

[2] 吴玉琴,陈志钢,陈会娜.基于结构方程模型的乾陵游客满意度研究以文化价值感知和文化体验为中介

变量[J].资源开发与市场,2016,32(6):754-758.
WU Yu-qin, CHEN Zhi-gang, CHEN Hui-na. The Study of Tourist Satisfaction in Qianling Based on Structural Equation Model Takes Cultural Value Perception and Cultural Experience as Intermediary Variables[J]. Resource Development and Market, 2016, 32(6): 754-758.

[3] 刘春.基于同伴角色差异的文化体验研究[D].济南:山东大学,2016.
LIU Chun. A Study of Cultural Experience Based on Peer Role Differences[D]. Jinan: Shandong University, 2016.

[4] 白洁.基于文化主题的大同古城墙体验旅游开发研究[J].重庆科技学院学报(社会科学版),2019(1):87-90.
BAI Jie. Research on Experience Tourism Development of Datong Ancient City Wall Based on Cultural Theme [J]. Journal of Chongqing University of Science and Technology (Social Science Edition), 2019(1): 87-90.

[5] 李湘豫,梁留科,韩辉.河南佛教文化体验式旅游 ASEB 分析[J].地域研究与开发,2011,30(4):98-102.
LI Xiang-yu, LIANG Liu-ke, HAN Hui. ASEB Analysis of Buddhist Culture Experience Tourism in Henan[J]. Regional Research and Development, 2011, 30(4): 98-102.

[6] 陈春华.泉州文化体验旅游产品开发研究[D].泉州:华侨大学,2016.
CHEN Chun-hua. Research on the Development of Cultural Experience Tourism Products in Quanzhou[D]. Quanzhou: Overseas Chinese University, 2016.

[7] 张重阳,樊治平,徐皓,等.服务方案设计中的服务要素优化配置[J].计算机集成制造系统,2015,21(11):3063-3071.
ZHANG Chong-yang, FAN Zhi-ping, XU Hao, et al. Optimal Allocation of Service Elements in Service Scheme Design[J]. Computer Integrated Manufacturing System, 2015, 21(11): 3063-3071.

[8] 朱玉清,程岩.移动多媒体隐性服务要素组合优化研究[J].工业工程与管理,2012,17(1):84-90.
ZHU Yu-qing, CHENG Yan. Research on Optimizing the Combination of Implicit Service Elements of Mobile Multimedia[J]. Industrial Engineering and Management, 2012, 17(1): 84-90.

[9] 刘丽文.完整服务产品和服务提供系统的设计[J].清华大学学报(哲学社会科学版),2002(2):39-45.
LIU Li-wen. Design of Complete Service Product and Service Provision System[J]. Journal of Tsinghua University (Philosophy and Social Sciences), 2002(2): 39-45.

[10] 苏建宁,刘怡麟,师容,等.面向跨文化融合的产品意象造型设计方法[J].包装工程,2019,40(8):10-15.
SU Jian-ning, LIU Yi-lin, SHI Rong, et al[J]. Product Image Modeling Design Method for Cross-cultural Integration[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 10-15.

(下转第 123 页)