

技术-场景-价值：G村公共文化服务合作生产的运作逻辑与优化路径研究

张雪琪

西南交通大学公共管理学院，四川成都，610031；

摘要：在乡村振兴与数字治理深度融合的背景下，农村公共文化服务供给面临参与困境与供需错位。本文引入合作生产理论，构建“技术—场景—价值”分析框架，以四川省G村为个案，探究数字技术如何赋能农村公共文化服务。研究发现：技术嵌入通过工具效应与制度效应降低了合作门槛；场景建构通过物理、组织与意义的三维重构提供了互动载体；价值共创则实现了工具性、社会性与发展性价值的统一。然而，实践中仍存在技术适配性不足、场景形式主义及内生动力匮乏等问题。未来需从回归价值理性、推进场景生态化及构建内生激励机制三方面优化供给路径。

关键词：合作生产；农村公共文化服务；数字治理

DOI：10.69979/3029-2700.26.03.093

1 问题提出

文化振兴是乡村振兴的铸魂工程，我国农村公共文化基础设施已随国家投入实现显著改善。然而，在“自上而下”的行政主导供给模式下，农村公共文化服务依然面临着“供需错位”的结构性矛盾：一方面是政府供给的标准化产品难以满足农民日益多元化、个性化的精神文化需求；另一方面是农民作为文化主体在供给过程中的缺位，导致乡村文化内生动力不足，出现“政府干、农民看”的被动局面。

随着数字技术的下沉，以大数据、云计算、移动互联网为代表的技术手段正在重塑乡村社会的治理结构与互动模式。《中华人民共和国乡村振兴促进法》明确提出要提升乡村公共服务的数字化、智能化水平^[1]。数字技术为打破时空限制、降低参与成本提供了可能，也为引入“合作生产”（Co-production）机制创造了技术条件。在农村公共文化服务领域，如何利用数字技术赋能合作生产，激发农民的主体性，实现公共价值的最大化，是当前学界与实务界亟待解决的重要议题。

本文引入“技术—场景—价值”的整合性分析框架，选取具有典型代表性的四川省G村作为案例，深入剖析数字技术如何嵌入乡村社会，通过何种场景重构机制推动合作生产，并最终实现了怎样的价值共创。

2 理论视域与分析框架

2.1 公共服务中的合作生产

合作生产理论起源于20世纪70年代，由Ostrom

等人提出^[2]，旨在描述“由常规生产者（政府）与消费生产者（公民）合作提供公共服务”的模式。农村公共文化服务中的合作生产，指农民参与文化活动设计、组织、评价的全过程，而不再仅仅是看戏、读书的受众。

2.2 “技术—场景—价值”分析框架的构建

本文构建“技术—场景—价值”分析框架，将合作生产过程划分为三个逻辑递进的维度：首先，技术嵌入。技术不仅是工具，更是一种制度力量。技术嵌入通过“工具效应”降低信息交互成本，通过“制度效应”重塑乡村治理规则，为合作生产提供必要的前置基础。其次，场景建构。场景是技术与社会互动的具体场域。技术必须通过“场景化”才能转化为具体的服务体验。最后，价值共创。合作生产的终极目标是创造公共价值，这不仅包含服务效率提升的工具性价值，更包含增强社区凝聚力的社会性价值和促进乡村可持续发展性价值。如图2-1所示。

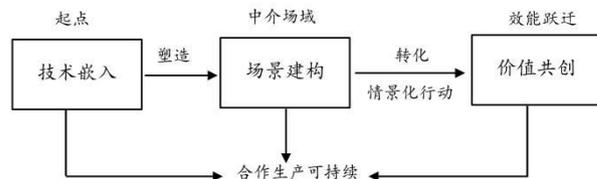


图 2-1 分析框架

3 案例呈现：G村公共文化服务合作生产的实践逻辑

G村位于四川省广元市，是全国乡村治理示范村。该村辖6个村民小组，户籍人口1138人，常住人口多

为留守老人与妇女，老龄化特征显著。近年来，G村依托数字乡村建设和文旅融合发展，积极探索公共文化服务的合作生产模式，形成了独特的实践经验。

3.1 技术嵌入：构建低成本的互动连接

在合作生产的启动阶段，G村通过数字技术的全域覆盖，打破了传统乡村治理的信息壁垒，确立了合作的“技术合法性”。

3.1.1 工具效应：信息与服务的“双向直达”

G村实现了全村无线网络覆盖，并搭建了以“月坝文旅度假区”微信公众号为中枢，以“村委会—组长—村民”三级微信群为毛细血管的数字化信息网络。这一网络极大地降低了动员成本。如筹备村集体活动时，村委会通过微信群发布信息、征集建议，村民线上接龙报名，大幅降低动员成本。

3.1.2 制度效应：规则透明与信任重构

技术嵌入改变了乡村治理的隐性规则。过去，物资采购、补贴发放往往依赖“熟人社会”的口头约定，易生嫌隙。现在，G村利用数字化手段实现了全流程留痕与公示。例如，春节晚会的开支明细、演出人员的补贴金额、获奖名单等，均第一时间在微信群内公示。春节晚会开支、演出补贴、获奖名单等全流程在群内公示，以数据透明消解村民猜疑，重构干群信任。

3.2 场景建构：打造多元参与的共治场域

技术本身不会自动带来合作，必须通过具体的场景建构将技术潜力转化为行动能力。G村通过物理、组织、意义三维场景的重构，让合作生产“落地生根”。

3.2.1 物理场景的智能化拓展：虚实融合的体验升级

G村对传统文化空间进行了数字化改造。核心场所“兴隆大戏台”实现线下演出与线上直播同步，农家书屋、景区完成数字化改造，使单一的物理空间升级为智能文化场域。

3.2.2 组织场景的资源整合：模块化协作与流程再造

在组织大型文化活动时，G村利用数字技术重构了协作流程。活动被拆解为若干“功能模块”，通过契约化方式整合资源。如将“中式传统娶亲展演”等大型民俗活动被拆解为功能模块，由村民文化队、专业公司、合作社分别承接，村委会通过数字化工具跨部门调度。这种“村委会统筹+多元主体认领+数字化协同”的组织场景，极大地提升了资源配置效率，使得大规模合作生产成为可能。

3.2.3 意义场景的认同强化：乡土文化的数字化再生产

技术不仅传递信息，更生产意义。G村利用短视频、直播等新媒体手段，对“耍灯”、“唱山歌”等濒临失

传的本土文化进行了抢救性记录与创新性传播。在“年夜饭”直播中，镜头特写与字幕解说深度阐释了民俗背后的礼仪与寓意，赋予了传统文化新的时代价值。通过短视频、直播抢救传播本土民俗文化，阐释民俗内涵，唤醒了村民的身份认同与文化自信。

3.3 价值共创：合作生产的效能转化

通过技术嵌入与场景建构，G村的公共文化服务供给实现了从单向输送向价值共创的跃升。

3.3.1 工具性价值：供需精准匹配与效能优化

合作生产解决了长期以来的“供需错位”难题。问卷调查显示，G村村民对公共文化服务供给的满意度高达4.38分。例如，村委会通过线上投票发现村民对“火烧馍”非遗技艺感兴趣，便及时增设了相关培训课程。服务内容从“政府配餐”转变为“群众点单”，实现了资源的高效利用。

3.3.2 社会性价值：社区凝聚力与社会资本积累

合作生产过程本身就是社会资本的培育过程。频繁的线上互动与线下的集体排练、坝坝宴、拔河比赛，增加了村民间的非正式交流机会。调查显示，64.17%的村民表示愿意更多参与文化服务合作。在集体活动中，邻里关系得以修复，社区归属感显著增强。

3.3.3 发展性价值：文旅融合与内生动力激活

G村将公共文化服务与乡村旅游产业深度融合，实现了文化资源的经济价值转化。村民通过参与表演获得劳务补贴，农产品通过“乡村走秀”提升了品牌附加值。这种“文化搭台、经济唱戏”的模式，让村民实实在在获益，从而激发了其参与文化建设的内生动力，实现了从“输血”到“造血”的转变。

4 现实审视：合作生产赋能的阻滞因素

尽管G村的实践取得了显著成效，但深入剖析发现，其合作生产模式仍处于初级阶段，面临着多重阻滞因素，制约了供给效能的进一步提升。

4.1 技术适配性不足：数字排斥与互动困境

技术的工具理性往往忽视了乡村社会的特殊性。G村人口老龄化严重，初中及以下学历村民占比近六成。现有的数字平台设计多沿用城市化逻辑，操作复杂，导致大量老年群体面临“技术性排斥”。调查显示，仅51.41%的村民认为平台操作简便，仍有33.16%的村民未使用过线上平台进行互动。此外，数字参与呈现明显的“浅层化”特征，村民更多是在“服务执行”环节被动参与（47.59%），而在“需求调研”（15.51%）和“决策”（4.81%）等核心环节的话语权依然微弱。

4.2 场景形式主义倾向：设施悬浮与意义异化

在物理场景中，部分智能化设施存在“展示性嵌入”问题。新建的综合文化服务中心使用率仅为10.16%，远低于传统的文化站和农家书屋。电子屏更多用于播放政策宣传片，缺乏村民原创内容，导致设施与日常生活的疏离。在组织场景中，微信群逐渐沦为单纯的“通知群”，缺乏深度的议事协商功能，出现了“组织内卷化”现象。

4.3 价值共创动力匮乏：激励短视与机制缺失

合作生产的可持续性依赖于稳定的激励机制。目前G村的激励手段高度依赖一次性的现金补贴或物资奖励，缺乏精神激励与长效机制。调查中，仅19.25%的村民认为技术引入提升了“持续合作意愿”。此外，合作机制尚未制度化，权责边界模糊。村委会往往在压力型体制下习惯性“包办”，村民则习惯性“搭便车”，缺乏常态化的协商、反馈与调解机制。

5 优化路径：迈向高质量的合作生产

针对上述问题，必须从技术、场景、机制三个维度进行系统性优化，推动农村公共文化服务合作生产从“形式耦合”走向“深度融合”。

5.1 技术向善：从“工具理性”回归“价值理性”

技术嵌入应坚持“以人为本”的原则，构建包容性的数字环境。

5.1.1 推进适老化改造与数字赋能

开发操作极简、语音交互为主的微信小程序或关怀版界面，降低老年人的使用门槛。实施数字反哺计划，通过家庭互助、网格员帮扶等方式提升村民数字素养。

5.1.2 深化全流程的数据驱动

不仅利用技术发布通知，更要利用大数据分析村民的浏览习惯、搜索记录与互动内容，精准描绘需求画像，为决策提供科学依据。

5.1.3 构建实质性的数字议事平台

在线上平台增设“议事厅”板块，将重大文化活动的决策权部分让渡给村民，实行“线上提案、线下审议、全程公开”的闭环机制，让技术真正成为赋权的工具。

5.2 场景重塑：从“盆景展示”走向“生态融合”

场景建构应打破“为展示而建”的逻辑，将文化服务嵌入村民的日常生活。

5.2.1 推动物理空间的日常化与生活化

激活闲置设施，将文化广场、戏台打造成村民茶余饭后的社交中心。电子屏应更多播放村民自制的短视频、家庭相册或本地历史故事，增强空间的亲和力与归属感。

5.2.2 建立权责对等的组织实体

探索成立法人化的“乡村文化合作社”，由村民代表、文化能人与村集体共同管理。实行“清单式”服务外包，明确各方在活动中的权利义务，使合作关系契约化、规范化。

5.2.3 回归乡土文化的本真性

在发展旅游经济的同时，保留民俗仪式的原真性与仪式感。鼓励村民开展自娱自乐式的“村晚”、“赛歌会”等，让文化活动首先服务于本村人的精神需求，再外溢为旅游资源，避免文化的过度商品化。

5.3 机制创新：从“外部输血”转向“内生造血”

构建多元化、可持续的激励体系，激发价值共创的内生动力，将村民参与文化志愿服务、提供创意、传承非遗等行为量化为积分，可兑换生活物资或服务。同时，设立乡村文化发展基金，将文旅经营收益的一部分反哺于公共文化服务；开发具有鲜明地域特色的文创产品与研学课程，让文化资源变现，为合作生产提供持续的物质保障。然后，建立“反馈-协商-调解”闭环，确保村民的意见“件件有回应”；改变单纯以活动场次为标准的考核导向，引入以村民满意度、参与深度、社会资本增长为核心的多元评估指标。

6 结论

G村的实践表明，合作生产是数字时代破解农村公共文化服务供给难题的有效路径。通过“技术—场景—价值”的全链条赋能，政府与村民之间可以建立起一种新型的合作伙伴关系，实现从“单向投喂”到“共同创造”的治理转型。然而，技术仅仅是手段，场景仅仅是载体，价值共创才是根本。在推进过程中，必须警惕技术治理主义的陷阱，避免陷入形式主义与功利主义的误区。唯有尊重农民主体地位，融合技术与乡土逻辑，构建内生可持续的合作机制，才能为乡村振兴注入持续的精神动力。

参考文献

- [1] 中华人民共和国乡村振兴促进法[M]. 北京：人民出版社，2021：19.
- [2] Ostrom E, Parks R B, Whitaker G P, et al.. The public service production process: a framework for analyzing police services[J]. Policy Studies Journal, 1978, 7: 381.

作者简介：张雪琪（2001.07-），女，汉族，四川广元人，硕士研究生，研究方向：公共管理。