

基于认知型社会资本的社区老年协同服务设计策略研究

殷亮¹, 吴祐昕²

(1. 米兰理工大学, 米兰 20158; 2. 江南大学, 无锡 214122)

摘要: **目的** 探析认知型社会资本对老年人在协同服务设计中的促进作用, 并进一步提出激活老年人社会资本, 提高老年人创新能力的策略。**方法** 通过介绍社会资本与老年人创新能力的关系和老年人参与协同服务设计的案例, 说明老年人参与设计的意义及社会资本在其中的作用。**结论** 老年人群是一个具有创新能力的群体, 认知型社会资本会激发其在协同服务设计中的创新能力, 设计师应该帮助老年人了解其所拥有的社会资本, 助力其在协同创新中发挥作用。

关键词: 社会资本; 协同创新; 服务设计; 老年人创新能力

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)02-0013-04

Collaborative Service Design Strategy for Old People Based on Cognitive Social Capital

YIN Liang¹, WU You-xin²

(1. Politecnico di Milano, Milan 20158, Italy; 2. Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

ABSTRACT: It aims to explore the impact of cognitive social capital of old people on collaborative service design and give some suggestions about how to activate their creativity based on social capital. Through case study and literature review, the relationship between innovation capabilities of old people and social capital has been analyzed. In the end, we find that old people is a creative group while social capital can activate their creativity in collaborative design process. For the designers, they have the role of helping old people realize their social capital and reach their full potential in service innovation.

KEY WORDS: social capital; collaborative design; service design; creativity of old people

老年人不仅仅是服务设计的对象, 也应该是设计活动的参与者。通常在协同设计中, 设计师侧重于发挥老年人的经验与知识等人力资本的作用, 而忽略了老年群体作为一个具有创新能力的人群, 其群体内在的社会资本在协同创新中的作用。近年来, 社会资本在组织内部创新的推动作用被反复印证^[1-3], 社会资本作为一种团队内部的创新资源被广泛认识和利用^[1,4]。设计师如何激活老年群体的社会资本, 使其能在协同创新中发挥积极作用, 是一个值得思考的问题。本文将通过介绍社会资本与老年人创新能力之间的关系, 分析如何激活协同设计中老年人群的社会资本, 从而开展社区老年服务设计活动, 推动社会创新。

1 社会资本, 社会创新与社区老年服务

社会资本是某一社会单位因拥有关系网络而获得或有可能获得的实际的或是潜在的资源总和^[5], 是一种人们透过社会网络获得的能力。Uphoff 将其分为代表客观存在的社会组织结构的结构型社会资本, 以及代表社会成员主观心理过程的认知型社会资本, 社区的认知型社会资本包括成员间的相互信任, 行为规范, 共同愿景, 共同价值观等。不同的社会资本会对社区活动产生不同的影响, 比如社区成员间对健康生活有相同的愿景能促进社区形成共同的健康生活方式, 成员间的相互信任和共同价值观不但能够推动成

收稿日期: 2017-11-05

基金项目: 江苏省社科基金重点项目 (15YSA001)

作者简介: 殷亮 (1985—), 男, 江苏人, 米兰理工大学博士生, 主要研究方向为用户体验与产品服务系统设计。

员间的相互帮助,还能提升成员的社区归属感和责任感。然而,社会资本就如同货币这种物质资本一样,根据使用途径和方法不同,某些情况下也会产生消极影响,如抽烟,疲劳工作等行为习惯在互动密度高的社群中传播得更快,这就需要设计健康的生活方式和模式,将社会资本有效地转化为社会价值和经济价值。另外,社会资本作为一种特殊的创新资源,不但在社区服务过程中起到调节作用,还能增强设计团队在服务设计阶段的创新能力。

1.1 社会资本与社会创新

社会资本不但是服务设计的前置因素,也是社会创新的助推器。Ezio Manzini 指出设计师需要创造性地整合包括社会资本在内的多种资源,推动社会创新^[6]。Andre' Habisch 等人将社会创新中的社会资本分为微观(个人之间)、中观(企业, NGO 等组织之间)和宏观(政府,跨国组织等不同行业之间)3个级别^[7],并指出社会资本是个人有效地与其他社会成员合作克服社会困境的保障。可以看出,社会资本丰富的团体,合作效率更高,创新能力更强。一些社区老年群体长期聚居,彼此有着深厚的信任关系和相同的价值观,有条件开展高效的协同设计工作,他们是社会创新的有力推动者。

1.2 老年协同服务设计

老年人在社会创新中的作用在近年来被不断提及,在欧盟 Horizon2020 的资助下,AGE 等组织针对老年人生活现状,进行多种商业和社会创新。INNOVAGE 是由谢菲尔德和路德等多个院校参与的,基于积极老龄化理念的社会创新运动^[8]。该项目开展了多项针对老年人生活质量的服务设计,例如致力于应对老年肥胖的社区服务设计,基于 ICT 技术的社区护理服务等。该项目组认为老年人不仅仅是服务设计的对象和受益者,而应该更加积极主动地成为创新活动的参与者和发生器,同时主张设计师有责任为老年人表述概念提供帮助,并提出了若干建议。如设计师应该使用直白的语言和老年人交流,减少抽象逻辑的表述,多用举例和事实陈述的方式和老年人对话;使用肢体语言、照片和视频演示等作为交流手段。INNOVAGE 为研究老年肥胖而组织的焦点小组,见图 1(图片摘自 INNOVAGE 网站)。

2 协同设计,社会资本与老年人创新

协同设计是一种多方利益相关者参与并为共同目标相互合作的设计方法,协同设计广泛应用于服务设计以及社会创新等研究领域。协同设计中,设计师会鼓励用户参与设计过程,并运用各种方式激发各利益相关者创造共同的语言、愿景和策略^[9]。在服务设



图 1 INNOVAGE 为研究老年肥胖而组织的焦点小组
Fig.1 Focus group for old obese organized by INNOVAGE

计的协同创新过程中,用户将作为自身体验的专家参与到设计活动中,设计师则承担起解读和转译用户观点的工作。

如何鼓励老年人参与到协同创新活动中,一直是设计师和学者研究的课题。Östlund 等人发现,由年轻人为主体的先锋用户所设计的产品和服务模式,不能顺利地被老年消费者接受,并表示老年人的自主创新能力应该在设计活动中得到体现^[10]。Magnusson 等人声称协同创新活动不应该将思维迟钝的老年人视为障碍,而应该努力使设计活动更具包容性,设计师应该为老年人表述观点提供帮助^[11]。Essén 等人在前人研究的基础上,针对服务设计,总结了若干激发老年人协同创新能力的方法^[12],包括不预设问题寻求答案,服务提供者,设计师和老年人一起描绘愿景并架构问题;鼓励老年人通过陈述具体案例和事件表象来表达观点,设计师不但要提供工具帮助老年人陈述,还要将具象事实转译成抽象的观点,在其介绍的服务项目中,设计师通过图片分享,视频演示等方式将两种社会资本(共同愿景和共同语言)具象化,从而提高老年用户的协作效率。

2.1 协同设计中的社会资本

共同语言、愿景和相互信任关系是 3 种常见的认知型社会资本,在协同设计中发挥着促进成员相互理解,提高协作效率和效果的作用。协同设计团队成员的共同愿景体现了成员的协作目标和愿望,并影响着他们的交流方式。Tsai 认为共同愿景可以提高团队凝聚力,鼓励成员间进行包括知识信息在内的资源交换。共同语言是指使用社会网络的成员共同拥有的词汇、符号和认知能力^[13],除了能促进成员间的相互理解,共同语言还能将隐形知识外显化,促进成员间的有效沟通,提高团队的知识贡献能力。相互信任指团队成员认为其他成员是可信的,可以依赖的^[14]。成员间的相互信任会使成员对他人的需求变得敏感,并积极自主地提供帮助。同时,信

任关系也会提高成员间的互动意愿，从而提高成员间知识分享和创造的效率。

2.2 老年服务设计中社会资本的激活策略

团队的社会资本通过成员间的互动发挥作用，协同设计中成员的互动形式决定了社会资本的作用效果。Thompson 发现成员间的信任表达可以提高团队凝聚力，促进情感传达并提升成员的责任感，声称团队管理者有必要进行队伍设计，激活团队共同语言并组织互动活动来促进成员间信任感的表达和对共同目标的认同^[15]。

服务设计流程中，为了挖掘参与设计人员间的社会资本，设计师不但会通过发放问卷和小组访谈了解用户间的人际关系，还会提供各种工具，帮助利益相关者表达自己的价值观，愿景和社区归属感等。针对老年协同创新者，使用图像化的工具激活其共同愿景和共同语言被广泛使用。由米兰理工设计学院 DESIS 实验室发起，Davide Fassi 主持的 CampUS 项目致力于建设一个向社区老年人开放的公共空间并提供有益身心健康的社区服务。设计团队邀请了社区常住的老年人作为协同设计的主体，并使用了多种方法激活老年人群的社会资本，发挥其创新能力，包括以下方面。

1) 帮助老年人理解设计任务和表达自己的观点，从而通过团队成员间的相互了解和沟通建立信任关系。共识是建立信任关系的基础，CampUS 的设计团队在协同设计过程中除了借助各种图像化工具介绍设计任务外，还积极寻求老年人对问题看法的共同点，促进老年人之间的相互沟通从而达成共识。笔者作为该项目参与者，发现向老年人清晰准确地传达信息是促进老年人有效沟通的基础，而快速准确地归纳老年人的发言并转译给其他团队成员是建立相互信任的有效手段。在该项目中，笔者总结了若干向老年人传达信息的准则：避免在短时间传达大量信息；给予老年人较长的反应和理解时间；通过设计可视化道具帮助老年人表达观点；将关键性信息和有共同认识的观点图像化，放置于团队成员可以观察到的位置；讨论中，设计师可以通过暗示的方法并提供一些线索引导老年人达成共识。老年人借助可视化道具表达观点见图 2。

2) 使用可视化工具作为表达词汇激活共同语言。设计团队将社区过去景象的照片悬挂在树枝上，这些照片不单唤起了老年人的共同记忆还能作为老年人有共同认识的表达词汇，能够方便他们表述自己的个人经历。老年人使用照片表述经历见图 3。

3) 通过设计道具激活共同愿景。设计团队将不同分组的老年人对建设公共空间的愿景归纳为简短的文字表述和具象的图片，贴在纸质方盒的四面，使



图 2 老年人借助可视化道具表达观点
Fig.2 Old people express themselves with visual tools



图 3 老年人使用照片表述经历
Fig.3 Old people share their experience with photos

共同愿景具象化。对愿景有相同看法的老年人再继续对愿景进行讨论和细化，最终在设计师的协助下，完成细节丰富的社区服务流程设计。老年人借助工具构建共同愿景见图 4。



图 4 老年人借助工具构建共同愿景
Fig.4 Old people build their shared vision by toolkits

在以老年人为主体的设计团队的工作下，CampUS 团队最终完成了一个基于经历分享的社区服务设计。社区的某处公共空间被设计成老年人回忆的展览馆，老年人将会和家人（主要是第三代）一起，通过分享经历促进彼此的情感交流。CampUS 设计的社区服务见图 5（图片摘自 CampUS 网站）。



图 5 CampUS 设计的社区服务
Fig.5 Community service designed by CampUS

3 结语

以老年人为设计主体的协同设计能够针对社区老年人产生良好的体验效果,是以老年人为终端用户的服务设计的有效途径。另一方面,认知型社会资本是协同创新中的推动因素^[16]。在协同设计中激活老年人的社会资本,可以有效地促进团队成员间的信息分享并提高老年人的创新能力。设计师一方面要作为设计活动的控场者,引导老年人达成共识并建立信任关系,另一方面,设计师需要创造性地提供各种工具,设计老年人的表达词汇,符号和方式,帮助老年人激活其社会资本,发挥其在服务设计中的创造力。

参考文献:

- [1] AHN S Y, KIM S H. What Makes Firms Innovative? The Role of Social Capital in Corporate Innovation[J]. Sustainability, 2017, 9(9): 1564.
- [2] HAU Y S, KANG M. Extending Lead User Theory to Users' Innovation-related Knowledge Sharing in the Online User Community: the Mediating Roles of Social Capital and Perceived Behavioral Control[J]. International Journal of Information Management, 2016, 36(4): 520—530.
- [3] RUIZ O M J, PARRA R G, GARCÍA V P M. Do Territorial Agglomerations Still Provide Competitive Advantages? A Study of Social Capital, Innovation, and Knowledge[J]. International Regional Science Review, 2016, 39(3): 259—290.
- [4] JI Y G, HWANGBO H, YI J S, et al. The Influence of Cultural Differences on the Use of Social Network Services and the Formation of Social Capital[J]. Journal of Human Computer Interaction, 2010, 26(11—12): 1100—1121.
- [5] NAHAPIET J, GHOSHAL S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage[J]. Academy of Management Review, 1998, 23(2): 242—266.
- [6] MANZINI E. Making Things Happen: Social Innovation and Design[J]. Design Issues, 2014, 30(1): 57—66.
- [7] HABISCH A, ADAUI C R L. A Social Capital Approach Towards Social Innovation[M]. Springer Berlin Heidelberg, 2013.
- [8] INNOVAGE. Guidelines on Involving Older People in Social Innovation Development[EB/OL]. <http://www.innovage.group.shef.ac.uk/about-innovage.html>.
- [9] 张朵朵, 季铁. 协同设计“触动”传统社区复兴——以“新通道·花瑶花”项目的非遗研究与创新实践为例[J]. 装饰, 2016(12): 26—29.
- ZHANG Duo-duo, JI Tie. Synergetic Design "Touched" Traditional Community Complex-Case Study on Design Research and Practice of "New Channel · HuaYaoHua" Project on Intangible Cultural Heritage[J]. Zhuangshi, 2016(12): 26—29.
- [10] ÖSTLUND B. The Silver Market Phenomenon[C]. Berlin: Marketing and Innovation in the Aging Society, 2011.
- [11] MAGNUSSON PR. Benefits of Involving Users in Service Innovation[J]. European Journal of Innovation Management, 2003, 6(4): 228—238.
- [12] ESSÉN A, ÖSTLUND B. Laggards as Innovators? Old Users as Designers of New Services & Service Systems[J]. International Journal of Design, 2011, 5(3).
- [13] TSAI W, GHOSHAL S. Social Capital and Value Creation: the Role of Intrafirm Networks[J]. Academy of Management Journal, 1998, 41(4): 464—476.
- [14] 赵晶, 汪涛. 社会资本、移情效应与虚拟社区成员的知识创造[J]. 管理学报, 2014, 11(6): 921—927.
- ZHAO Jing, WANG Tao. Social Capital, Empathy Effects and Knowledge Creation of Virtual Communities[J]. Journal of Management, 2014, 11(6): 921—927.
- [15] THOMPSON L L, THOMPSON M. Making the Team: A Guide for Managers[M]. Prentice Hall, 2000.
- [16] FOUNTAIN J E. Social Capital: a Key Enabler of Innovation[J]. Investing in Innovation Lewis, 1998(5).