

新媒体时代下的积极老龄化：老龄群体 自媒体时代主体性与创作实践分析

袁卓煜¹，刘慧欣²，文也涵³

(1.湖南师范大学新闻与传播学院, 2823509536@qq.com; 2.湖南师范大学新闻与传播学院, 897759778@qq.com; 3.湖南师范大学新闻与传播学院, 2128757884@qq.com)

摘要：在人口老龄化加快与自媒体迅猛发展的背景下，老年群体逐渐突破数字鸿沟，以“银发网红”为代表的老龄群体自媒体参与已经逐渐成为社会关注焦点。于是，本文以积极老龄化战略为研究背景，探讨老龄化群体在自媒体时代的主体性呈现与创作实践特征，挖掘自媒体时代老年群体从受众向传播者转变的动因，进而分析自媒体对老年群体生活与社会价值实现的影响。

关键词：自媒体；积极老龄化；银发网红；文化主体性

基金支持：湖南师范大学本科生创新创业计划项目（项目批准号：2016011）

一、引言

2024年国家统计局数据显示，我国60岁以上人口达31031万人，占全国人口的22.0%，65岁及以上人口22023万人，占比15.6%，人口老龄化程度持续加深，积极老龄化战略的贯彻与落地成为社会发展亟需考虑的重大议题。通过资料，笔者将积极老龄化定义为“强调老年人在健康、参与和保障的基础上，充分发挥物质、社会和精神层面的潜力，进而提升老年生活质量”。

新媒体技术的普及与自媒体平台的发展，为积极老龄化的实践提供了

全新的语境。短视频、直播等自媒体形态打破了信息传播的年龄壁垒，让老年群体在得以突破传统的社会角色定位基础上，以内容创作者、传播者的身份参与到时代当中，“银发网红”群体的出现更是成为老龄化群体自媒体参与的典型体现。飞瓜数据显示^[1]，抖音平台60岁及以上粉丝量超400万的老年网红已超20人，中国互联网络信息中心数据则表明，60岁以上网民占比达13%，互联网向中高龄人群的逐渐渗透，让老年群体的自媒体实践成为数字时代的重要组成部分。

在此背景下，将积极老龄化战略与新媒体技术加持下的自媒体创作相融合，探讨老年群体在自媒体时代的文化主体性构建与创作实践特征，不仅能够丰富积极老龄化政策的思考维度，更能为打造老年友好型数字社会、挖掘老年群体的社会价值提供新的思路。

二、新媒体语境下银发网红的内涵与发展现状

银发网红是人口老龄化与短视频直播行业发展融合催生的新型社会角色，指年龄在60岁以上，以抖音、B站、快手等自媒体平台为载体，通过短视频创作、直播等形式进行内容产出，拥有一定粉丝基础和社会关注度的群体。作为老年群体自媒体参与的标杆，银发网红的创作类型呈现出多元化特征，核心可分为三大类：一是生活类内容，涵盖生活记录、农村日常等，真实展现老年人的生活百态；二是文化技艺类内容，包括地方美食制作、手工艺传承教学等，成为乡土文化与传统技艺传播的重要载体；三是娱乐类内容，以幽默搞笑的琐事记录为主，凭借贴近生活的表达赢得

大众喜爱。

银发网红的崛起，是多重社会因素共同作用的结果。从社会层面来看，积极老龄化战略的推进与“智慧养老”理念的普及，为老年群体的社会参与提供了一定的支持，而自媒体平台的市场下沉战略，也让行业开始关注老年群体的商业价值与内容创作潜力，成为银发网红发展的外部推力。从代际层面来看，年轻一代的“数字反哺”是老年群体突破数字鸿沟的重要支撑。子女一是可以进行技术指导，二是可以提供情感支持，让老年人得以上手自媒体平台。从老年群体自身来看，退休后的社交需求、情感表达需求与自我价值实现需求只高不低，而自媒体平台的低门槛、高互动性特征，恰好契合了老年群体对于这一层次的需求。

银发网红的出现，打破了大众对老年群体的刻板印象。在传统的媒体叙事中，老年群体常被塑造成弱势、边缘化的形象，而银发网红通过个性化的内容创作，展现出老年群体乐观、多元、富有活力的一面，推动社会对老年群体价值的重新认知。同时，银发网红的实践也为广大老年群体提供了示范，激发了更多老年人参与自媒体创作的意愿，成为推动老年群体文化主体性构建的重要力量。

三、老龄化群体自媒体创作的动力机制

老龄化群体参与自媒体创作的动力并非单一维度，而是由内生性动力与外促性动力共同构成的有机体系，二者相互作用，推动老年群体从自媒体的被动受众向主动的创作主体转变，且整体动力呈现出低功利性、重精

神体验的特征。

（一）内生性动力：自我需求满足与社会价值追求

内生性动力是老年群体自媒体创作的核心驱动力，这一结论源于老年人的心理需求、情感需求与自我价值实现需求。一方面，高层次的情感与精神需求成为内容生产的重要动因。退休后，老年群体的社会角色发生转变，部分老人会因失去工作而因此缺失的社会价值产生焦虑，自媒体创作在这一层面上就成为了丰富精神生活、缓解孤独感的重要方式。通过记录生活、分享爱好、与网友互动，老年群体能够重新建立社会连接，获得情感上的满足与精神上的充实。

另一方面，对社会资本与自我价值实现的期待，进一步推动老年群体进行持续性的内容创作。许多老年群体拥有丰富的生活经验、专业知识或手工技艺，自媒体平台为其提供了展示自身能力的舞台，通过分享养生知识、手工技艺、生活技巧等内容，老年群体能够实现知识与经验的传承，获得他人的认可与尊重，弥补退休后自我价值的缺失。此外，部分老年群体（特别是银发网红）通过自媒体创作可获得一定的物质回报，这便成为其创作的辅助动力，但相较于精神需求，物质需求的占比相对较低。

（二）外促性动力：平台、社会与代际多重支撑

外促性动力是老年群体自媒体创作的重要保障，主要来源于平台扶持、社会引导与代际支持三个方面。平台层面上，目前存在自媒体平台为适应积极老龄化战略与市场下沉需求，推出适老化改造措施，开设老年内容专

区等的措施。部分平台还通过流量扶持等方式，力图激发老年群体创作积极性。

社会层面上，“智慧养老”与“老有所为”理念的普及，让老年群体的社会参与更加开放、更受支持，银发网红的文化传承价值也得到社会认可。乡村银发网红通过传播地方美食、传统手工艺，实现了乡土文化的数字化传承，让老年群体的创作实践不仅具有个人价值，更具备社会文化价值。

从代际层面来看，年轻一代的“数字反哺”是老年群体突破技术壁垒的关键。子女通过教授智能手机操作、内容创作方法等，帮助老年人适应数字社会的新规。同时，子女的情感支持与鼓励，也成为老年群体创作的重要情绪价值来源。这种代际间的数字反哺，不仅消弭了“数字代沟”，更加强了家庭互动，让老年群体在创作过程中感受到家人的支持，提升创作的自信心。

四、老龄化群体自媒体实践的内容特征与偏好

老年群体的自媒体创作偏好与老年人不同的日常生活状态、性别特征、年龄阶段高度相关，呈现出一种“生活即创作”的特征。老年群体自媒体创作的内容选择与创作倾向充分反映了其生活体验与价值追求，同时也展现出鲜明的群体特征。笔者团队通过调查研究60-85岁共203位老人，得出以下结论：

（一）创作内容偏好：重实用、贴生活

老年群体在自媒体创作内容的选择上，以生活及专业技能教学类、日记式记录生活类为主，两类内容的创作意愿占比分别达29%与24%，是老年群体创作的首选。生活及专业技能教学类内容的创作意愿最高，经回访得知选择这一类内容的老年群体拥有丰富的生活经验与生活技巧等，他们希望通过自媒体平台将这些经验与技巧分享给他人，与老年群体“奉献、分享”的价值观念高度契合。日记式记录生活类内容则凭借创作门槛低、表达形式灵活的优点，成为老年群体的重要选择，这类内容主要记录老年群体的日常生活动态、家庭互动等，真实、质朴的表达不仅能够满足老年群体的情感表达需求，也能让受众感受到老年生活的质朴与乐趣。

相较于技能分享与生活记录，剧情剪辑类、纯口播类视频的创作意愿就显得比较低了，分别占6%与9%。主要原因在于这类内容对技术操作与表达能力要求较高（剧情剪辑需要掌握视频剪辑技术，纯口播则需要精准、清晰的语言表达能力），而老年群体受自身身体状况与技术水平限制，这类高难度的内容创作便难以胜任。

美食类与搞笑类内容的创作意愿则处于中等水平，美食类内容的创作与老年群体的家庭生活密切相关，许多老人希望通过分享美食制作技巧，展现自己的厨艺，而搞笑类内容则因创作需要一定的表演力与编剧创意，部分老人认为这“不符合年龄身份”“有些琐碎”，因而创作意愿相对较低。

（二）性别与年龄：偏好分化显著，年龄成为重要影响因素

性别差异在老年群体的自媒体创作偏好中呈现出较为明显的分化特征，这种分化源于男女老年群体在日常生活与家庭分工中的差异。女性老年群体因更多参与家庭内部活动，如主持家务、带孩子等，其创作偏好更偏向于美食类、日记式记录；男性老年群体则更倾向于参与户外集体活动，如运动健身等，其创作偏好则以生活及专业技能教学类为主，更注重内容的实用性与知识性。

年龄是影响老年群体创作偏好的重要因素。低龄老人（60-70岁）因身体状况较好、对新事物的接受度也较高，创作偏好便更为多元，不仅愿意进行生活记录与技能分享，也会尝试美食、搞笑等多种类型的内容创作，且参与自媒体创作的意愿更高；高龄老人（75岁以上）创作偏好更偏向于低门槛、易操作的生活记录类内容，且创作意愿相对较低，更多以受众的身份参与自媒体社会中。

4.3 日常活动与创作偏好：生活体验成为创作源泉

老年群体的日常生活动态与自媒体创作偏好呈现出高度的关联性，日常活动是创作的重要源泉，笔者用“做什么就创什么”作为老年群体创作实践的显著特征。比如：在家带孩子与从事园艺、农业劳作的老人，因日常生活中涉及大量的食品制作、加工环节，更倾向于创作美食类内容；参加运动体力类的老人，因积累了丰富的运动技巧与心得，更愿意进行生活及专业技能教学类内容的创作。这种与日常活动高度关联的创作偏好，让老年群体的自媒体创作更具真实性与生命力，也降低了创作的灵感获取难

度。

五、自媒体对老龄化群体的多重影响

自媒体平台的发展，不仅为老年群体提供了新的娱乐与社交方式，更对其生活状态、社会角色、代际关系与文化主体性构建产生了全方位、深层次的影响，这种影响既有积极与消极两个方面，具有复杂性与多元性。

自媒体让老年群体的信息获取更加便捷，丰富了其精神文化生活。传统的信息获取方式如电视、报纸，存在信息传播滞后、单一的问题，自媒体平台则为老年群体提供了随时随地、个性突出的信息获取渠道，老年群体可以通过短视频、直播了解新闻时事、养生知识等内容，满足其多样化的信息需求。同时，自媒体平台的娱乐性内容，如搞笑视频、广场舞教学等，也成为老年群体丰富精神生活、缓解孤独的重要方式。

自媒体为老年群体提供了自我表达与价值实现的平台，推动其文化主体性构建。文化主体性强调主体在文化实践中的自主性、能动性与创造性，在传统社会中，老年群体的文化表达往往被边缘化，而自媒体平台打破了这种文化壁垒，让老年群体能够根据自身的意愿、爱好与生活体验进行内容创作，展现其独特的生活态度与价值追求。

自媒体消弭了代际之间的“数字代沟”，促进了代际关系的和谐发展。年轻一代是数字社会的前沿参与者，而老年群体则是后来者，数字技术曾成为两代人之间的沟通障碍。而自媒体平台有潜力成为两代人共同的信息、娱乐载体，老年群体通过使用抖音等自媒体平台，接触到年轻一代的流行

文化与话题，与后代的共同话题增多，沟通更加顺畅。同时，年轻一代对老年群体的“数字反哺”，也让两代人在技术教学与互动过程中，增进了彼此的理解与情感联结，让代际关系更加和谐。

自媒体推动了老年群体的再社会参与，实现了“老有所为”。老年群体通过自媒体平台分享知识、传承技艺、传播文化，不仅为社会提供了有价值的内容，也实现了自身的社会价值。部分银发网红还通过自媒体创作实现了再就业，获得了一定的物质回报，成为“银发经济”的重要参与者，让老年群体的社会价值得到了全新的体现。

自媒体影响老年群体的发展过程中也存在亟待解决的问题。第一，技术壁垒与心理障碍是老年群体自媒体参与的重要阻碍，部分老人因不会操作智能手机、自媒体平台，难以参与内容创作，部分老人则因缺乏自信，认为自己“无法成功”，产生创作焦虑。第二，银发网红景观生态的构建，一定程度上遮蔽了真实的老年窘境，进而带来了同辈压力。自媒体平台上的银发网红往往展现出丰富、精彩、乐观的老年生活，而现实中许多老年人面临着疾病、孤独、生活单调等问题，这种鲜明的反差会让部分老年人产生年龄焦虑与心理落差，甚至引发心理问题。

六、结语

新媒体时代的到来，为积极老龄化战略的实践提供全新机遇与路径，老龄化群体的自媒体实践，不仅让老年群体突破了数字鸿沟与传统社会角色的局限，更让其得以在数字社会中构建文化主体性、再实现自我与社会

价值。

老年群体的自媒体创作具有低功利性、重精神体验、贴生活实际的特征，自媒体对老年群体的影响是多元且复杂的。自媒体既丰富了老年群体的精神文化生活、消弭了代际差异、推动了老年群体的再社会参与，也带来了技术壁垒、心理焦虑等问题。

未来，随着数字技术的进一步发展及积极老龄化战略的深入推进，老年群体的自媒体参与度将进一步提升，其创作实践也将更加多元化、深度化。挖掘老年群体自媒体创作的文化价值与社会价值，推动老年文化与数字文化的深度融合，不仅能够使老年群体更好地共享数字社会的发展红利，更能为构建老年友好型社会、实现积极老龄化提供坚实的支撑，让每一位老年人都能在新媒体时代拥有有质量、有尊严、有价值的老年生活。

致谢

本文系湖南师范大学本科生创新创业计划项目（项目批准号：2025564）成果，得到校级大创项目支持。

参考文献

[1] 左美云. “银发网红”的现状和启示[J]. 中国社会工作, 2024 (23): 14