

# 积极老龄化：短视频中的银发时尚传播研究

## ——基于身体现象学视角的考察

冯雪晴, 闻 媛

浙江理工大学史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年1月29日; 录用日期: 2024年4月9日; 发布日期: 2024年4月18日

### 摘 要

时尚类银发网红的出圈传递出积极老龄化在媒介化时代的持续推进, 文章基于莫里斯·梅洛-庞蒂的身体现象学视角, 以抖音短视频中的时尚银发网红为例, 研究了移动网络中的银发时尚传播。通过在场、互动等几个身体现象学的重要层面, 文章首先揭示了时尚银发网红的出圈进路, 进而对具体的视频内容进行分析, 发现银发网红积极践行老有所为, 在抖音中的时尚表达呈现服饰、美妆和家居等多种类型, 塑造了再青春化和具有仪式感的积极老者形象。最后文章紧扣身体视角, 从知觉、意识和价值三个层面剖析了短视频中银发时尚传播的问题和影响, 根据现存问题提出传播过程中应重视群体关怀、利用好新媒介, 持续推进积极老龄化建设, 以期激活银发群体活力反哺时尚传播。

### 关键词

银发网红, 时尚传播, 身体现象学, 积极老龄化

# Active Aging: A Study of Fashion Communication in Aging in Short Videos

## —Investigation from the Perspective of Body Phenomenology

Xueqing Feng, Yu Wen

Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jan. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Apr. 9<sup>th</sup>, 2024; published: Apr. 18<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The popularity of fashion elderly Internet celebrities conveys the continuous advancement of active aging in the era of media. Based on Maurice Merleau-Ponty's perspective of body phenomenology, this paper studies the fashion communication of the elderly in the mobile network by taking the fashionable elderly Internet celebrities in short videos of TikTok as an example. Through several important aspects of body phenomenology, such as presence and interaction, the article first reveals the way of emerging from the circle of fashion elderly Internet celebrities, and then analyzes the specific video content, finding that the elderly Internet celebrities actively practice aging, and the fashion expression in TikTok presents various types such as clothing, beauty makeup and home furnishing, creating a positive image of the elderly with a sense of rejuvenation and ritual. In the end, the paper analyzes the problems and influences of fashion communication among the elderly in short videos from the three levels of perception, consciousness and value from the perspective of the body. According to the existing problems, it proposes that the communication process should pay attention to group care, make good use of new media, and continuously promote the construction of active aging, so as to activate the vitality of the elderly groups to feed fashion communication.

## Keywords

Elderly Internet Celebrities, Fashion Communication, Body Phenomenology, Active Aging

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

中国老龄化的社会背景与短视频的全民狂欢, 为银发网红的出现和发展提供机遇, 时尚类银发网红作为极具风格的一类中老年网红, 其视频影响愈加广泛。以抖音 APP 为例, 老年网红的时尚潮流类视频因打破了社会对银发群体的刻板印象而收获了众多点赞。多位“时尚爷爷”和“时尚奶奶”在短视频平台中展现出与传统认知不尽相同的一面, 这类视频的爆红也让人们重新认识年龄和时尚的无限可能, 增强积极老龄化的信心。另外, 技术的发展使传播不再拘泥于面对面的交流互动, 再次引发了人们对传播与身体关系的思考, 本研究将基于梅洛-庞蒂的身体现象学观念分析短视频中时尚银发网红的身体实践, 总结其问题和价值, 从银发网红的时尚传播中窥见中国式积极老龄化的更多样态。

## 2. 研究问题与研究思路

### 2.1. 老龄化社会背景下的时尚银发网红

国家统计局发布数据显示, 2023 年我国 60 岁及以上人口超 2.9 亿人, 65 岁及以上人口占全国总人口的 15.4% [1]。中国人口老龄化程度持续加深, 如何激发银发群体活力, 是推进中国式现代化的重要议题。2002 年, 世界卫生组织在第二次老龄问题世界大会上正式提出“积极老龄化”理念, 成为应对老龄化社会问题的行动纲领。其基本含义是“提高老年人的生活质量, 创造健康、参与、保障的最佳机会” [2]。数智化时代下银发群体的触网率越来越高, 据第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截

至 2023 年 6 月, 50 岁及以上网民群体占比近 30%, 与此同时, 我国网络视频用户规模为 10.44 亿人, 其中短视频用户规模为 10.26 亿人, 占网民整体的 95.2% [3]。技术的发展能够极大地促进老龄人口的社会参与, 进而在交往活动中改善身心健康, 如今互联网不断向中老年群体渗透, 日常生活的媒介化推动了这一群体向短视频领域的进入和使用, 以抖音平台为例, 在一众具有影响力的网红中不乏中老年人的身影。由此, 短视频平台或将作为挖掘银发群体活力的重要渠道, 在对银发网红的传播研究中探索老年群体在数字时代的社会参与、现实诉求及发展问题, 有利于推动我国的积极老龄化建设。

时尚, 大多与年轻、潮流、名牌等词汇捆绑, 而在时尚银发网红的短视频里, 老年和时尚的组合让更多人看到皱纹之下的鲜活和不受约束的时尚, 展现了传播过程中的积极老者形象, 时尚老年网红主动适应社会, 践行并推动着积极老龄化。本文将银发群体置于媒介研究的范畴, 分析其在时尚领域的身体实践和数字融入。银发网红的兴起已经引发一些概念界定及生产内容的学理性探讨, 杜鹏和马琦峰对银发网红的发展缘起和机遇挑战进行了系统梳理, 将银发网红定义为: “通过短视频等形式展现自身的行为、态度与特质, 引发网民关注、取得较高热度的老年个人及团体” [4]。基于此界定, 可以认为时尚银发网红是以类似形式展现时尚行为、态度和潮流特质的老年个人或团体。有学者从传播研究中的性别议题切入, 分析了时尚潮流类银发网红的时尚表达及其隐忧[5], 对本文分析这类银发网红的时尚表征提供了借鉴。围绕时尚银发网红的短视频内容及其传播, 本文提出以下问题:

Q1: 时尚类银发博主为什么能够走红?

Q2: 短视频中的银发时尚有哪些类型? 呈现出怎样的银发形象?

Q3: 人口老龄化背景下银发族的时尚传播有哪些价值?

## 2.2. 基于身体现象学考察时尚传播与积极老龄化

身体现象学是莫里斯·梅洛-庞蒂(Maurice Merleau-Ponty)对胡塞尔现象学的继承和发展, 强调身体的“主体性”。在西方传统哲学的发展历史中, 身体一直不被重视甚至遭受打压。从柏拉图开始, 肉身即被认为是充满欲念和感性的皮囊, 身体的不确定性会阻碍心灵获得纯粹和智慧。20 世纪 40 年代, 梅洛-庞蒂提出“具身主体性”(embodied subjectivity), 认为传播是基于肉身的实践, 打破了身心二元的认识论困境, 开启传播研究的身体转向[6]。目前国内外对于时尚与身体的研究多为身体美学研究和性别议题讨论, 鲜有从梅洛-庞蒂的身体现象学出发研究媒介时尚表达, 但它与时尚和传播的耦合, 为该理论视角对短视频中银发时尚的研究提供了可能。而积极老龄化的相关研究集中于社会学和心理学, 如今老年群体不断与传播媒介建立深度连接, 将其纳入媒介研究具有现实意义和理论价值, 他们的具身参与也使身体视角下的老龄化研究得以顺利展开。

广义的时尚不仅指时装配饰、时尚的产品设计等具体物品, 还包括流行的风尚、态度理念或行为方式, 因而时尚传播即是对有形的时尚物品和无形的时尚理念的传播。而梅洛-庞蒂将身体视为传播的基本前提, 身体具有知觉和意识, 人们在身体间性互动中完成观念传递。银发网红的时尚表达必然通过身体展开, 借助梅洛-庞蒂的身体哲学, 不仅能够研究时尚类银发网红外在的时尚表征, 也可以从意识、行为和价值等层面透视银发时尚的问题。积极老龄化是一种整体性的老龄观, 根据学界对积极老龄化的理论研究, 它是指老年群体不仅在机体、社会、心理方面保持良好状态, 而且积极地面对晚年生活, 继续为社会做出贡献[7]。身体现象学的身心合一理念意味着传播离不开具有主体性的身体, 这种积极状态正是通过银发网红的身体传播表达出来。知觉、行为和意识等身体表现直接反映出时尚银发网红的生活态度和社会交往, 从身体视角出发进行研究, 能够深刻展示银发群体的精神风貌、社会参与等与积极老龄化核心内涵相关的情况。

综合视频内容、风格和影响力等因素, 本文分别选取抖音平台中不同粉丝级别的时尚银发博主代表

作为研究对象, 从身体现象学视角对时尚银发网红的出圈、发展和影响开展进一步分析, 以期推动老龄化背景下银发族的数字融入和社会参与。截至 2024 年 1 月 20 日 0 时, 账号数据等信息如表 1:

**Table 1.** Basic information of fashion elderly web celebrity bloggers on TikTok  
**表 1.** 抖音平台中时尚银发网红博主的基本信息

网红博主	年龄	性别	粉丝数	作品数	账号简介
末那大叔(北海爷爷)	77	男	1660w	194	记录三代人相处方式 精致日常消费观 种草分享性价比好物 生活需要仪式感
只穿高跟鞋的汪奶奶	82	女	1328w	370	年龄只是数字 我的精彩人生才刚刚开始!
康康和爷爷	87	男	641w	690	记录康康和爷爷的生活日常
时尚奶奶团(团体)	/	女	369w	190	中国中老年女性群体的生活时尚风向标 Slogan: 用时尚重新定义年龄!
菲戈	60	男	298w	276	年龄不是问题, 态度才是一切!
63 奕姐	63	女	83.7w	222	健身和机车, 最近喜欢球鞋
姐像十一月的寒风刺入 他心	73	女	64w	17	别把姐当老年人, 懂二次元的梗, 也喜欢年轻人的二次元
汉服奶奶	78	女	57.8w	306	一名退休京剧演员

### 3. 何以走红：时尚类银发网红的出圈进路

#### 3.1. 生存更新：媒介化社会下的技术赋权

媒介始终嵌于社会的发展进程中, 安德烈亚斯·赫普(Andreas Hepp)以“深度媒介化”来概括媒介化在数字时代的新特征, 数字媒介带来的传播革命重构着各种社会关系、改造着社会基本形态[8]。我们所处的生存环境日益成为“万物皆媒”的网状世界, 个体的媒介化生存程度不断加深, 网民群体中的银发一族也不例外。在积极老龄化理念的引领下, 我国鼓励“老有所为”, 呼吁老年人积极参与社会的同时, 政府、社会也积极提供老年服务保障, 各个领域的银发网红在这样的时代语境和政策氛围中悄然诞生。

信息化时代的中老年群体因生存变化产生了新的社交、尊重和自我实现等需求。近年来我国努力推进数字适老化发展, 为老年人提供了友好的触网环境, 以此满足他们更高层次的需求。例如抖音于 2021 年就推出“长辈模式”, 解决了使用问题, 还上线“老友客服专线”、推出《银龄互联网使用手册》等, 保障老年人健康安全用网。技术赋权下的中老年群体不仅热衷于观看短视频, 更是由用户转变为生产者, 银发博主们通过短视频创作在各个领域表达自我, 圈粉无数。时尚领域是主流银发网红创作的重要阵地, 在这类视频中, 银发网红不遗余力地展现自己的时尚态度和时尚生活, 主动接入社会并与之对话, 突破了数字浪潮中的技术桎梏。

#### 3.2. 身体在场：具身书写银发的时尚与魅力

短视频中不同时空的身体可以“共时在场”, 观看用户与银发网红因此建立联系, 为时尚银发网红的出圈奠定受众基础。在梅洛-庞蒂看来, “身体是身体-主体的存在, 存在本身意味着一种状态, 即身体不仅指物质性的单一肉身, 也包含身体周遭的氛围和情境, 可以理解为‘场’, 身体并不脱离时空而存在”[9]。智能技术的发展使在场由实际到场发展至更多维度, 一方面短视频传播借助图像和声音创造了临场感, 人们看短视频时可以借助视听元素调动身体的感官, 达到一种“缺席的在场”, 另一方面,

银发网红的肉身实体被视频捕获的声音与影像, 形成了崭新的远程在场方式。

抖音等短视频平台是充满张力和想象的网络文化空间, 银发网红的创作环境天然地具备一种时尚文化氛围, 网络热梗、流行配乐等元素能够为具身参与的创作者建构起时尚感知。银发网红的身体因处于特定的时尚场域, 而变成一个具有附加意义的身体, 在观看用户与时尚银发网红共时在场的条件下, 他们的短视频成为一个时尚知觉空间, 例如“时尚奶奶团”的短视频中不乏潮流街拍和情景演绎, “末那大叔”的短视频中频现西装和别墅, “汉服奶奶”、“康康和爷爷”的短视频中则多见汉服变装和时尚穿搭。具身参与时尚场域的银发网红从视觉上给观众带来年龄的反差感, 由此吸引流量。

### 3.3. 情感联结：对话互动高效输出时尚观念

时尚类银发网红持续引发关注的关键在于银发时尚的有效传播, 以及他们与观众的情感维系。身体现象学强调身体的主体性, 不可见的事物之所以变得可见且能够被感知, 正是经由身体。这里指向的既是观看的身体, 也包括表现的被观看身体[10], 因此银发网红短视频的时尚传播本质是身体间性的时尚信息传递。身体作为身体-主体的存在还具有“可逆性”, 即身体感受外界的同时也在被观看和感知。传播过程中观看者得以了解这一乐活群体, 一改传统对中老年群体的认知和态度, 观众与银发网红通过时尚身体引发的情感巩固联系, 进而助推视频的宣传。

短视频中观看者与时尚银发网红的交流互动完成了身体间传播的闭环。这种身体间互动表现在时尚银发网红短视频中, 即为观看用户与时尚银发网红的评论对话。首先, 爷爷奶奶的表达视角更容易拉近观众的心理距离, 从“最喜欢北海爷爷慈祥的笑容”“好想让你当一次我的奶奶”“看到爷爷总会想起我的外公”等评论中可以看出相比同辈博主, 银发网红带给观众焕然一新的观感, 普遍具有良好的观众缘。其次, “我老了也要这样”“优雅永不过时”等类似评论反映出银发时尚引发观众情感共鸣, 使之与银发群体进入共通的意义空间。最后, 银发网红经常主动翻看回复评论, 并由此创作新的视频内容(如图 1), 增强了用户粘性, 动态的身体实践不仅高效输出了时尚观念, 也进一步推动了银发网红的时尚出圈。



Figure 1. Fashionable elderly Internet celebrities responded to comments with a short video

图 1. 时尚银发网红以短视频回应网友评论

## 4. 有何形态：短视频中传播时尚的积极老者

积极老龄化是提高老年人生活质量的过程，短视频中的银发时尚传播正是推进这一过程的一种方式。“健康、参与、保障”是该理念的三大支柱，其中“参与”是至关重要的环节，老年人根据兴趣、能力和需求自愿地参加家庭、市场和社会的活动，此时他们在参与中的贡献不局限于经济层面，也包括文化、社会等层面。“康康爷爷”、“汉服奶奶”等时尚银发网红根据自己的特点和喜好，以短视频创作的方式参与时尚传播，展现了老有所为、身心健康的积极老者形象。随着影响力的扩大，他们的主动参与和积极状态带动更多人重新认知老年，不仅在树立积极的老龄观中发挥了正面作用，也在文化发展、市场消费等方面创造了无限价值，成为积极老龄化的践行者。

### 4.1. 风采四溢：时尚的丰富性和多元化

银发网红的时尚表达与实际生活息息相关，基本上涵盖了衣、食、住、行各个方面，没有拘泥于单一的时尚类型。通过分析所选银发网红的短视频发现，服饰时尚和美妆时尚是这类视频中最常见的时尚类型，其中“康康和爷爷”、“汉服奶奶”这两个账号以服饰时尚创作为主，康康爷爷的穿搭风格多变，几度爆红，广受 Z 世代欢迎。汉服奶奶刘维秀实力演绎经典古风角色，系列变装视频尽显汉服之美。在“只穿高跟鞋的汪奶奶”、“时尚奶奶团”和“63 奕姐”的视频中，奶奶们落落大方地打扮和表达自我，不受质疑和年龄的束缚。

除了最直观的穿着和妆容，休闲时尚和家居时尚也是银发网红时尚展示的重要内容。在时尚银发网红分享的视频中，可以发现日常休闲中的爷爷奶奶始终热爱生活、能量满满。“63 奕姐”的退休生活是护肤、健身和玩摩托，在“菲戈”和“姐像十一月的寒风刺入他心”两个账号中，甚至可以看到银发网红在网游、二次元和摇滚乐中怡然自得。“末那大叔”的视频更是将北海爷爷一家三代的生活仪式感展现的淋漓尽致。从卧室、厨房等室内日常到出行、运动等休闲生活，银发网红们的积极心态和时尚风采已然拭去了皱纹和白发的几许黯淡。

### 4.2. 赏心悦目：外表的精致感和青春化

纵观时尚银发网红的短视频，服饰、妆容和日用品作为一种视觉符号迅速建构起银发网红的时尚形象，外表普遍呈现出再青春化的特点，与年龄形成反差。从穿搭来看，银发网红的服装常见经典的基础色系，搭配卫衣、牛仔裤、T 恤、衬衫等百搭单品，营造出满满的少年感，而西装、连衣裙等正装走秀、情景变装较好地凸显了银发群体的精气神和年轻态。整体风格不乏赛博朋克、新国潮、运动嘻哈、多巴胺等青年亚文化元素，金属项链、胸包、贝雷帽和口罩等配饰也增加了穿搭的创造力，推动银发网红视觉上的“逆生长”。再观妆容，银发网红以眼镜、假发及彩妆等物品修整面貌，精致考究又青春时尚。一些奶奶在视频中身穿公主裙搭配少女感妆容，真诚地展示对美的追逐。另外，许多银发网红的生活用品也与青年高度重合，例如机车、潮牌球鞋和头戴式耳机。时尚银发网红将外在的无龄感贯彻到方方面面，反而造就了减龄的时尚感。最后，bgm 卡点、变速剪辑、新品开箱和变装视频等表现手法，增强了短视频的身体叙事效果，强调表演属性的同时也戏剧性地呈现出银发网红的时尚外表。

### 4.3. 自信优雅：生活的仪式感和个性化

银发网红在其短视频中的行为表现和生活状态完成了更深层的身体叙事，此时网红身体与场景共同塑造了他们自信优雅的时尚形象。情景演绎和日常分享是这类身体叙事的主要方式，如“末那大叔”账号中主要展现了三代人的日常，北海爷爷多以西装革履出现，视频中的日常护肤、购物旅行等充满仪式感。“时尚奶奶团”、“菲戈”和“63 奕姐”的视频中多见银发网红在职场、家庭或摄影棚等不同场景

中的个性化表达和故事分享, 不遗余力地展现中老年之自信和时尚, 这些视频中弱化了银发网红的年龄, 一方面通过直接的话语表达如“时尚真的无关年龄”来彰显时尚态度, 另一方面银发网红通过模仿潮流舞蹈、玩飞盘游戏等融入青年社群突出其生活的自主性。ID为“姐像十一月的寒风刺入他心”的银发网红刘林芳更是以姐自称, 以73岁的外表过着20岁的生活, 17个作品吸粉数十万, 视频中她经常戴着耳机和墨镜, 搭配摇滚曲风的bgm尽显随性优雅。

## 5. 归向何处: 从身体出发再思银发时尚与积极老龄化

### 5.1. 警惕衰老向青春的趋从, 重视群体关怀

银发网红的具身实践是身体间性的互动, 一方面时尚银发网红通过虚拟在场的身体互动表达了时尚态度和观念, 另一方面, 也在这种互动中消解了时尚作为一种潮流文化的创新性和独特性。抖音中的时尚银发网红置身于以青年群体为主导的网络文化中, 以年轻潮流为风尚, 一定程度上带有时尚趋从的意味。值得注意的是时尚类银发网红除了是短视频的创作者, 同时也是观看者, 参与着新一轮的身体互动, 不断进入其他网红博主的身体传播过程也会使银发网红们的时尚表达趋于同质化。美国语言学家、人类学家萨丕尔曾说, “时尚本身带有赞同或否定的意味”[11]。时尚银发网红从穿搭、妆容、行为举止等身体呈现上重返青春, 一定意义上也是对年龄的刻意遮蔽。

世界卫生组织出版的《积极老龄化政策框架》一书指出, 促进精神健康和社会接触的政策和机会, 与那些促进身体健康的计划一样重要[2]。“健康”被置于积极老龄化的首位, 它不仅指生理健康更包含心理健康, 透过银发时尚我们要看到中老年群体的自我期望和个体差异, 不刻意回避年龄, 既支持他们的时尚表达, 也肯定他们的时尚态度和创作价值, 注重群体关怀。我们鼓励银发群体在时尚等更多领域的自我呈现, 并发挥Z世代在后喻文化时代的数字反哺作用, 帮助银发族多方面开展数字融入。例如已经出现的青年网红和银发网红共创, 不仅能多维度拓展银发群体的社会融入, 也可能将内容创作推向新的高度。

### 5.2. 树立积极老龄观, 充分发挥新媒介作用

“独立、参与、尊严、照料和自我实现”是“积极老龄化”概念的基本原则[12]。我们应将老年人视为平等参与社会活动的公民, 时尚银发网红的短视频充分反映了老年人不是社会发展的负担而是重要资源, 传递出更加积极的老龄观。首先, 身体主体性体现在主体自我意识的觉醒, 主体能够对自我形成有效的自我管理和节制等[13]。因此, 热爱生活的银发网红在参与视频创作时, 持续开展积极自信、健康时尚的自我表达, 并借此满足社交和尊重的现实需求, 在实践中完成自我实现。其次, 基于身体传播的时尚短视频也会丰富媒介文化、为受众提供情绪价值甚至带动社会消费, 康爷爷、时尚奶奶团等银发网红爆火后都表示希望通过抖音带动更多老年人积极面对生活, 许多青年网友也表示向往银发网红的生活状态, 潜移默化中树立起积极老龄化观。

身体视角下的时尚银发网红尽显自信和魅力, 中老年群体健康积极的媒介呈现可以提振银发族接入数智社会的信心。第二届世界老龄大会将“积极老龄化”作为21世纪解决老龄问题的政策框架, 强调老年人应该学习信息技术[14]。短视频的常态化几乎覆盖了全年龄层用户, 随着数字进入和使用鸿沟的缩小, 新媒介也为积极老龄化提供了基础设施。诸如时尚类银发网红短视频的内容创作, 是青年群体与中老年群体的跨世纪对话, 也是老龄化社会积极健康发展的福音。

### 5.3. 遏制资本的异化, 激活时尚的文化基因

网红的出现与互联网消费和商业模式创新相关, 时尚类银发网红精致华丽的外表体现了时尚背后的

流量支撑。梅洛-庞蒂的身体哲学强调身体的空间性和时间性, 其中空间性是指身体动态的空间性。银发网红所展示的场景就是其身体运动的空间, 这些空间几乎同时指向凡勃伦所指出的“时尚与炫耀性消费密切相关”。例如北海爷爷、汪奶奶等银发网红的视频中经常展现奢华的服饰和悠闲轻松的日常, 涉及到的身体空间不乏英伦建筑、豪华衣帽间和顶级豪车, 无形中炫耀着优越的经济基础。他们的身体、所处场景也会成为隐性的商品展示载体, 视频中常见带货话题标签, 主页一般都有商品橱窗, 由此可见, 部分创作对流行话语的追逐和充满商业气息的精致, 使得银发时尚未能脱离流量的裹挟和资本的约束。

消费社会下我们要遏制资本可能对时尚造成的异化, 同时也要肯定消费背后的银发经济价值, 并引导其高质量发展。从所研究的时尚银发网红来看, 时尚不止于现代化和未来化, 国风国潮类时尚短视频也备受瞩目。国潮热和新中式的爆火, 源于中国传统文化与现代时尚的盛世邂逅, 时尚银发网红的国风短视频不仅让我们看到了无龄化的时尚, 更感受到跨越千年的东方魅力。汉服奶奶刘维秀走红后, 不仅参加各类汉服活动, 专注科普汉服文化、展现汉服魅力, 还积极拥抱流行元素和新兴力量, 发掘汉服的时尚创新之径, 例如与青年网红共创的“国风多巴胺”短视频(如图2), 展现了自带流量的中式审美。汪奶奶、康爷爷等银发网红也多次创作国风变装视频, 持续激活时尚的文化基因。由此, 时尚银发网红推动下的积极老龄化是起点而非终点, 传统文化赋能的时尚正向世界输出国风之韵。



Figure 2. Fashionable elderly Internet celebrities' short video of national style  
图2. 时尚银发网红的国风短视频

## 6. 结语

从网络边缘群体变成充分表达自我的新时代网民, 银发一族在媒介化时代逐渐找到了更强的存在感。从他们的短视频中, 我们可以看到时尚没有性别的限制, 也不是年轻人的特权, 流动的时尚彰显着银发群体对生活的热爱和对衰老的无畏。时尚打开了中老年的社交圈, 作为网络 KOL, 他们将自身影响力化为社会参与感和责任感, 自发传播正能量, 破除社会对中老年群体的狭隘认知, 有效推动了积极老龄化建设。但银发网红的部分时尚风格和观念似乎又呈现出时尚的“伪流动”, 年龄粉饰下的银发时尚并不能掩盖衰老的现实问题, 在短视频中进行内容创作时, 须洞察中老年群体的真正需求, 祛除青春崇拜与流量拥趸才有利于形成真正流动时尚, 从而将“年龄只是数字”贯彻到底, 以积极老龄化带动社会的健康可持续发展。

## 参考文献

- [1] 澎湃新闻. 国家统计局: 2023 年末中国 60 岁及以上人口超 2.9 亿人[EB/OL]. [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_26040208](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_26040208), 2024-01-17.
- [2] 邬沧萍, 彭青云. 重新诠释“积极老龄化”的科学内涵[J]. 中国社会工作, 2018(17): 28-29.
- [3] 中国互联网网络信息中心. 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. 2023-08-28. <https://cnnic.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>, 2024-01-20.
- [4] 杜鹏, 马琦峰. 银发网红: 缘起、机遇与挑战[J]. 社会建设, 2023, 10(2): 15-25.
- [5] 陈宁, 柯玉媛. 性别视角下银发网红短视频的时尚表达与规训研究[J]. 传媒, 2023(5): 72-75.
- [6] 刘海龙, 束开荣. 具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2019, 47(2): 80-89.
- [7] 陈友华, 孙永健. 积极老龄化: 理念、局限与拓展[J]. 杭州师范大学学报(社会科学版), 2024, 46(1): 113-126.
- [8] 喻国明, 耿晓梦. “深度媒介化”: 媒介业的生态格局、价值重心与核心资源[J]. 新闻与传播研究, 2021, 28(12): 76-91+127-128.
- [9] 孔令洁, 林青. 梅洛-庞蒂身体现象学的四个关键概念[J]. 差异, 2022(1): 199-208.
- [10] 莫里斯·梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 255-256.
- [11] 赵春华. 时尚传播学[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2018: 8.
- [12] 赵娜, 谭天. 社交媒体中的积极老龄化探析——基于马斯洛需求层次理论[J]. 新闻爱好者, 2021(3): 22-26.
- [13] 李海华, 袁爱清. 观看与展演: 视觉心理下抖音短视频的身体性隐喻研究[J]. 未来传播, 2020, 27(4): 85-90.
- [14] 蒋俏蕾, 陈宗海. 银发冲浪族的积极老龄化: 互联网使用提升老年人主观幸福感的作用机制研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(12): 41-48.