

农村中老年群体短视频使用现象研究

郭承田

上海理工大学出版学院, 上海

收稿日期: 2024年3月19日; 录用日期: 2024年6月6日; 发布日期: 2024年6月17日

摘要

当今社会数字化和老龄化并行不悖, 新型媒介正引起中老年群体的生活的巨大改变。中老年群体通常被认为是数字时代的弱者, 而随着互联网和移动终端普及, 众多中老年人凭借其鲜明的群体特征和独特的呈现方式在竞争激烈的短视频平台崭露头角。文章以农村中老年群体为研究主体, 阐述目前农村中老年群体的短视频使用现状, 发现其存在的困境并尝试提出切实可行的措施。

关键词

短视频, 中老年群体, 老龄化

Research on the Use of Short Videos by Middle-Aged and Elderly People in Rural Areas

Chengtian Guo

College of Publishing, Printing and Art and Design, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Mar. 19th, 2024; accepted: Jun. 6th, 2024; published: Jun. 17th, 2024

Abstract

In today's society, digitalization and aging go hand in hand, and new media are causing great changes in the lives of middle-aged and elderly groups. Middle-aged and elderly people are usually considered to be vulnerable in the digital age, but with the spread of the Internet and mobile terminals, many middle-aged and elderly people are emerging in the highly competitive short video platforms with their distinct group characteristics and unique presentation methods. This paper takes the rural middle-aged and elderly groups as the research subject, expounds the current situation of short video use, finds out the existing difficulties and tries to put forward feasible measures.

文章引用: 郭承田. 农村中老年群体短视频使用现象研究[J]. 老龄化研究, 2024, 11(3): 718-722.

DOI: 10.12677/ar.2024.113096

Keywords

Short Video, Middle-Aged and Elderly Groups, 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

21 世纪的中国，人口老龄化是不可逆转的经济社会常态现象，是我国的基本国情，正在改变国家发展的人口基础[1]。据国家统计局统计数据显示，截至 2020 年 12 月，我国 60 岁以上的人口数量达到 2.64 亿，占总人口的 18.7%，较 2010 上升了 5.44 个百分点[2]。此外，我国老龄办研究预测，到 2050 年前后，我国老年人口数将达到峰值 4.87 亿，占总人口的 34.9%。为应对日益严峻的老龄化问题，国家出台了一系列政策和措施着力解决老龄人口在养老、健康、精神文化生活、社会参与等方面的问题，切实增强广大老年人的获得感、幸福感、安全感。其中，《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》发展目标指出，让智能化产品和服务惠及更多的老年人。

随着互联网和移动智能终端的普及，我们的信息获取方式发生了根本性变化。第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)数据显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿人，50 岁以上的网民群体占比从 2022 年 6 月的 25.8%增加至 29.9% [3]。QuestMobile 2023 年 9 月数据显示，银发人群 App 使用偏好榜 TOP 榜前五名都是短视频应用；由此可见，互联网进一步向中老年群体渗透。此外，《报告》显示，农村网民规模已达 3.01 亿人，占全国网民总数的 27.9% [3]。根据上述数据可推算出 50 岁以上的农村短视频用户约有 0.86 亿人，占短视频用户总数的近 10%。

数字技术的更新迭代，人们对于互联网的依赖越来越高，也对中老年群体产生了较大影响。农村中老年群体作为老龄化大军中的一员，是农村经济发展和社会稳定的重要力量。本文通过对农村中老年群体短视频使用现象进行分析研究，发现其中存在的困境，基于现有的困境提出农村中老年群体短视频使用优化路径，加快弥合“银色数字鸿沟”。

2. 农村中老年群体短视频使用现状

在数字互联时代，短视频凭借其快捷方便、操作简单、内容丰富等特点深受农村地区的喜爱，而大多未接受过正规教育的农村中老年用户因为短视频易上手、社交性强的特点正逐步成为短视频的忠实用户。在农村地区，缺乏基础的娱乐设施；因此，短视频正逐步成为农村中老年群体重要的休闲娱乐和获取信息的重要媒介。

2.1. 短视频正成为农村中老年群体最受欢迎的媒介形式之一

以短视频等为代表的移动视像化媒介正成为占据他们生活主导地位地位的媒介形式。在农村地区中，电视等传统大众媒体已经不再是唯一的媒介，媒介使用方式的巨大变革发生了巨大变革，短视频凭借信息传播速度快、受众面广、互动性强等特点成为广大中老年人休闲娱乐和信息获取的重要渠道。据观察发现，越来越多的农村中老年人加入了这场“短视频社交狂欢”中。他们更喜欢围坐在一起，互相分享有用的内容或自己拍摄的短视频，发表自己的观点和看法。一方面，通过短视频的社交功能，满足他们同辈之间的沟通交流和隔辈之间的代际联系。另一方面，短视频平台提供了丰富多样的内容，如新闻、

歌舞、戏曲、小品、生活技巧等，满足了农村中老年人获取信息和娱乐休闲的需求。可以看出以“短视频”为代表的新兴媒体，以其多功能、多样化的传播方式，逐渐发展为广大农村中老年群体所喜爱的大众传媒。

2.2. 观看时间相对固定且视频内容呈现单一性

从事体力劳动的农村中老年群体，大部分时间都要在田间劳作，在工作之余浏览短视频会有一定难度。他们通常利用空闲时间看短视频，比如在饭后、晚上休息前等，这些时间段相对固定，是他们辛苦劳作一天后放松心情、享受生活的重要时刻。此外，笔者随机采访发现农村中老年群体在观看短视频时，通常更倾向于选择那些与自身生活紧密相关、易于理解和接受的内容。这导致他们可能更多地关注农业知识、乡村文化、家庭生活等方面的视频，而对于社会新闻、科技动态等更为广泛和深入的信息则相对较少关注，对短视频应用的使用只停留在单一内容的浏览上，顺从地成为信息的接收者，这进一步限制了他们通过视频获取信息的范围和深度。

2.3. 女性用户偏多且短视频使用习惯因性别不同有明显差异

短视频作为一种新兴媒体，迎合了男性和女性用户在使用短视频的习惯方面的不同，但在随机采访中发现农村的中老年群体的差异比较明显，农村中老年女性观看短视频的时间和频率都高于男性，并且拍摄短视频并上传平台的也是女性居多。从观看内容方面来看，农村的中老年女性对生活小妙招、歌舞视频、亲子关系、美妆服饰、家庭伦理等内容更为重视。上传各大短视频平台的也以歌舞的视频居多，舞蹈种类也多为广场舞类型，歌曲绝大部分都是对口型演绎；此外，农村的中老年女性也喜欢和他人一起合拍。而农村地区的中老年男性则对时事新闻、历史事件和军事外交之类的内容比较感兴趣，拍摄短视频并上传的频次少于女性，且上传的视频大多数是记录劳作。不难看出，农村中老年女性把短视频作为一种休闲娱乐方式，男性则把其作为一种获取知识信息的手段。与此同时，农村地区的中老年女性通过短视频社交的频率明显高于男性，她们喜欢分析短视频内容并通过短视频发表自己的观点。然而农村中老年用户对短视频的使用呈现出不同的性别特征，其背后一定隐藏着更深层次的社会根源。

3. 农村中老年群体短视频使用的现实困境

3.1. 短视频新媒介尚未弥合“银色数字鸿沟”

中老年人在数字时代面临诸多困难，数字鸿沟将长期存在[4]。这一鸿沟，在农村中老年群体身上表现得更加明显。一方面，农村中老年群体本身受教育程度和认知水平有限，对数字键盘和智能手机的掌握十分薄弱；加之随着年龄增大，视力也逐渐降低；因此，他们绝大多数对于短视频的使用还处于初级阶段，难以继续开拓更高级别的功能。另一方面，据观察发现，他们“刷视频”已成为生活的常态，只是一味的单向接受信息。很多中老年群体仅会点开应用软件下滑屏幕浏览内容，收藏、评论、搜索等功能还尚未知晓，创作并上传内容更是难上加难。对于他们来说，短视频的吸引力即在闲暇时间方便快捷地休闲娱乐。由此可见，信息社会的数字鸿沟并不会因为老年友好型新媒介而弥合，克服技术难关，顺畅地进行内容创作仍然存在困难，技术和认知的壁垒使得许多农村中老年用户难以熟练地表达自我，短视频的许多便捷功能无法被农村中老年群体所触及。

3.2. “信息茧房”固化思维导致认知偏差

桑斯坦在其著作《信息乌托邦》提出了“信息茧房”的概念：信息传播中，因公众自身的信息需求并非全方位的，公众只注意自己选择的东西和使自己愉悦的通讯领域，久而久之，会将自身桎梏于像蚕

茧一般的“茧房”中[5]。对于农村中老年人群来说，首先，他们关注的内容大多都是偏向于生活化的题材，而在“算法”的加持下，同质化的内容会源源不断的推送到他们的移动终端，从而形成信息茧房，久而久之，片面化的信息会禁锢他们对世界的认知和理解，固化其思维方式。其次，农村中老年群体在短视频使用过程中，缺乏主动搜索信息的能力，他们更多地是被动接受平台推荐的内容，这种获取信息的方式也加剧了他们的信息茧房现象。此外，短视频上的信息繁杂多样，其中不乏虚假、误导性的内容。农村中老年群体由于年龄、教育水平等因素的限制，他们可能难以区分视频内容的真伪，容易受到不实信息的误导，进而导致认知偏差，形成错误的观念。

3.3. 数字素养缺失容易深陷骗局之中

中老年群体是数字时代的“弱势群体”，而生活在农村地区的中老年群体的劣势更加明显。有研究表明，六成老人曾在刷视频时遭遇谣言[6]。信息真假难辨，当下的短视频平台中，用户生成内容层出不穷，形成了庞大且复杂的信息流。与此同时，视频与电商的紧密结合使得营销手段更加多样，但也为虚假信息的传播提供了温床。对于作为数字移民的农村中老年群体而言，在大众媒介中成长的思维模式使得他们无法从中筛选出有效信息，因此暴露在假新闻和虚假信息的侵害之下[7]，甚至可能对信息产生依赖和盲从。在这种情况下，虚假新闻和电商虚假宣传往往能够轻易骗取他们的信任，诱使他们做出错误的消费决策。更为严重的是，一些不法分子甚至利用短视频平台制造骗局，专门针对农村中老年群体进行诈骗，使他们陷入虚假信息和电商骗局的泥潭。

4. 农村中老年群体短视频使用的优化路径

4.1. 数字反哺助力跨越“银发数字鸿沟”

随着信息技术的快速发展，数字鸿沟现象日益凸显，不同年龄群体在数字技能和信息获取方面存在着明显的差异。而数字反哺作为一种跨越年龄的信息交流方式在弥合数字鸿沟中发挥着不可或缺的重要作用。

年轻一代通常更容易掌握新技术、接受新媒介，而年长一代可能在这方面面临挑战。因此，代际间的数字反哺核心在于建立有效的沟通桥梁。首先，建立良好的家庭沟通机制。家庭成员应积极参与中老年父母的短视频使用过程，了解他们的需求和困惑，提供必要的帮助和指导。例如，可以教他们如何下载和安装短视频应用，如何搜索和浏览感兴趣的内容，以及如何辨别和避免虚假信息。此外，鼓励家庭成员共同观看和讨论短视频内容，分享彼此的感受和看法，增进彼此之间的理解和信任。

其次，成立村委会数字互助小组。建立村委层面的数字互助小组，邀请年轻一代担任志愿者，为年长一代提供技术支持和咨询服务。这不仅可以解决年长者在短视频使用方面的问题，还可以有效避免农村中老年群体被短视频中的虚假信息和劣质产品所欺骗。

最后，加大短视频相关知识的宣传力度。大学生与当地的村委会等组织合作，共同开展短视频使用的宣传活动。可以通过举办讲座、培训班等形式，向农村中老年群体普及短视频的相关知识，并解答他们在使用过程中遇到的问题。同时，也可以邀请已经掌握短视频技能的中老年人进行分享，激发更多人的学习兴趣。

4.2. 构建高效监管体系引领内容品质升级

政府在推动农村中老年群体短视频使用的普及与提升中，扮演着举足轻重的角色。首先，政府应制定和完善相关法律法规，构建高效监管体系，营造健康的信息生态环境，明确短视频平台的责任和义务。加大对虚假信息和电商虚假宣传的打击力度，保护农村中老年群体的合法权益，提升他们在数字时代的

融入感。

其次，政府应引导短视频平台建立健全内容审核制度，严格把关用户生成内容。借助人工智能算法和大数据分析技术对视频内容进行快速而准确的识别，及时过滤掉虚假信息和不良内容，一旦发现虚假信息或不良内容，平台应立即进行删除，并对相关用户进行严肃处理，以儆效尤。同时，政府还应鼓励平台加强技术研发，提升内容审核的效率和准确性，为农村中老年群体提供更加优质的内容服务。

最后，短视频平台还应加强与政府、行业协会等相关部门的沟通与合作，共同制定行业标准和自律规范，确保平台内容的合规性和健康性。同时，平台也应积极倡导用户自觉遵守网络文明规范，共同打造并维护一个绿色清朗的网络空间。

4.3. 提升数字媒介素养筑牢虚假信息甄别防线

网络诈骗和虚假信息层出不穷。因为对虚假短视频缺乏识别能力，相当数量的中老年人成为数字谣言的传播者、网络骗局受害者，人身和财产利益遭到损害，而这也阻碍了中老年群体真正融入媒介化社会[8]。通过提升他们的数字媒介素养，可以帮助他们更好地利用数字媒介，融入现代社会，享受科技带来的便利。

第一，开展针对农村中老年群体的媒介素养教育活动至关重要。通过举办讲座、开设培训班、制作宣传资料等方式，向他们普及短视频平台的基本操作、信息辨别技巧以及网络安全知识，提升他们的数字媒介素养，使他们具备识别虚假信息和防范网络诈骗的能力，保护自己的合法权益不受侵害。

第二，除了普及相关理论知识和技巧外，还应加强实践锻炼。开展一系列数字媒介能力提升活动或比赛，通过实际操作和真实案例分析，让他们在实践中掌握数字技能，并学会如何鉴别虚假信息。此外，村委会应牵头建立信息分享互助微信群，分享数字媒介使用经验和鉴别虚假信息的技巧，提高整个群体的数字媒介素养水平。

第三，政府和社会各界也应加强对农村中老年群体数字媒介素养提升的宣传和引导。通过制作和播放相关的宣传视频、广告、公益片等，普及数字媒介素养知识，向农村中老年群体传递正确的信息观念，引导他们正确认识和使用数字媒介，提高公众对虚假信息的警惕性。

参考文献

- [1] 原新. 积极应对人口老龄化是新时代的国家战略[J]. 人口研究, 2018, 42(3): 3-8.
- [2] 国家统计局. 《第七次全国人口普查主要数据》[EB/OL]. <https://www.stats.gov.cn/sj/pcsj/rkpc/d7c/202303/P020230301403217959330.pdf>, 2024-02-23.
- [3] 中国互联网络信息中心. 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWQAV.pdf>, 2024-02-27.
- [4] 靳永爱, 刘雯莉, 赵梦晗, 等. 短视频应用平台的使用与中老年人生活——基于专项调查的探索性研究[J]. 人口研究, 2021, 45(3): 31-45.
- [5] 梁锋. 信息茧房[J]. 新闻前哨, 2013(1): 87.
- [6] 中国老龄产业协会. 《首届老年数字素养建设交流会在京召开》[EB/OL]. http://www.zglcy.com/chanye/news_in.php?fdongtai&nohao=952, 2023-03-29.
- [7] 刘光胜. 数字时代的老龄化之殇: 迷失在短视频中的“银发群体”[J]. 视听, 2021(6): 190-192.
- [8] 潘曙雅, 祝宇欢, 谢乐滋. 中老年人对虚假短视频的识别判断路径分析[J]. 国际新闻界, 2023, 45(2): 127-155.