

情感传播视角下老年网红的媒介生产实践研究

唐思敏

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月18日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2024年10月28日

摘要

随着互联网的普及, 老年群体逐渐成为网络文化的重要参与者。本文以情感传播理论为视角, 运用语义网络分析法和情感分析法, 对抖音平台上五位高粉丝量的老年网红账号进行深入研究。研究发现, 老年网红通过分享日常生活、美食制作、时尚穿搭等内容, 引发观众共鸣, 成为连接代际沟通的桥梁, 并积极传递社会主义核心价值观, 展现出了“积极老龄化”的独特魅力。

关键词

老年网红, 情感传播, 语义网络分析, 情感分析

A Study on the Media Production Practices of Elderly Internet Celebrities from the Perspective of Emotional Communication

Simin Tang

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 18th, 2024; accepted: Oct. 17th, 2024; published: Oct. 28th, 2024

Abstract

With the popularization of the Internet, the elderly demographic has increasingly become a significant participant in online culture. This study employs the theory of emotional communication and utilizes semantic network analysis and sentiment analysis to conduct an in-depth investigation of five high-follower elderly influencers on the Douyin platform. The findings reveal that these elderly influencers, by sharing everyday life, culinary skills, and fashion tips, resonate with their audience, acting as a bridge for intergenerational communication and actively promoting the core values of socialism. They demonstrate the unique charm of “active aging”.

Keywords

Elderly Influencers, Emotional Communication, Semantic Network Analysis, Sentiment Analysis

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. 问题的提出

随着数字适老化服务的不断完善和网络应用的加速普及，多措并举推动更多人民不断“触网”。第54次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示，我国新增网民742万人，其中60岁及以上群体占新增网民的20.8% [1]。互联网的普及为老年人提供了新的社交和表达平台，老年网红应运而生。他们通过分享自己的生活经验、智慧和情感，吸引了大量粉丝，成为网络文化中不可忽视的现象。老年网红的媒介生产实践不仅丰富了老年人的精神生活，也对年轻一代产生了积极的影响。

目前对于老年网红的研究还相对较少，尤其是从情感传播的视角进行的研究更为匮乏。本文旨在基于对老年网红的媒介生产文本分析，探讨其如何通过媒介生产实践实现自我表达和塑造公众情感，揭示情感传播的独特价值和作用。研究老年网红的媒介生产实践，有助于理解网络文化中的新现象，为网络平台的情感传播机制研究提供新的视角。同时，对于老年人群体的媒介使用和情感需求的理解，也有助于推动老年人的数字包容和社会参与。

2. 理论基础与文献综述

2.1. 情感传播

情感传播是指通过传播媒介传递情感信息，引发受众情感共鸣和情感反应的过程。情感传播理论认为，情感是人类行为的重要驱动力，能够影响人们的认知、态度和行为，情感传播在人际交往、社会互动和文化遗产中起着重要作用。近年来，随着新媒体的发展，情感传播的方式和效果也发生了深刻变化，情感的传递可通过“动之以情”“情感运作”“触景生情”“托物寓感”等方式实现[2]。关于情感传播的研究涉及心理学、社会学、传播学等多个学科领域，是当前传播学研究的热点之一。

2.2. 老年网红的研究

目前，关于老年网红的研究主要集中在其现象分析、成因探讨和社会影响等方面。吴晓东和王准从引爆点理论的视角分析了老年网红潮的成因，包括个别人物的推动、话题的附着力以及环境的影响，并探讨了老年网红潮带来的问题[3]。刘阳和冷淞从短视频社交场景出发，指出“银发网红”现象的兴起反映了老年群体积极参与交流、展示自我价值和积累社会资源的渴望，同时也需要警惕短视频对老年群体的控制[4]。孙一楠、谭天分析了老年网红的崛起原因、类型以及他们在文化、舆论和商业方面的价值与影响，强调了老年网红对网络社会结构优化和互联网文化的积极作用[5]。

除了聚焦于老年网红的文化和经济属性外，也有部分研究从老年社会参与和积极老龄化的视角出发，强调老年网红现象是老龄化与网络化交织并存下的必然产物，为老年人的社会参与提供了新的机遇[6]。老年人通过自我接入式、家庭作坊式和机构辅助式三种平台参与模式，实现了数字社会参与[7]。此外，部分研究着眼于老年网红的身份建构、共情传播等微观视角，探讨了他们身份建构的积极转向和消极身份的产生，为研究银发网红的身份认同提供了新的理论框架[8]。

老年网红现象已成为一个跨学科的研究热点，涉及传播学、社会学、老年学等多个领域。尽管如此，对于老年网红的研究仍缺乏系统的理论研究框架。老年网红的分类已基本达成共识，但对细分群体的研究不足，如农村老年网红等特定群体未受到足够的关注。对于老年网红在追求商业价值过程中可能会面临的资本异化行为、生产创作压力、缺乏独立性和可持续性等问题研究还不够深入，且研究多集中于宏观层面的分析，老年网红的媒介实践细节和情感传播机制等尚未进行充分的探讨。因此，未来的研究需要继续构建一个系统的理论框架，以便更全面地理解老年网红现象及其社会文化意义。

3. 研究设计

3.1. 研究方法

本研究采用语义网络分析法和情感分析法相结合的方法。语义网络分析法用于分析老年网红发布内容的主题和关键词之间的关系，揭示其内容的语义结构；情感分析法用于分析观众对老年网红发布内容的情感反应，评估其情感传播效果。

3.1.1. 语义网络分析法

语义网络分析(Semantic Network Analysis)是一种流行的文本分析技术，它通过将文本中频繁出现的词汇作为节点，并根据这些词汇共同出现的频率来定义节点之间的联系，从而构建一个以有向图的形式呈现信息的精神意境图[9]。使用语义网络分析有助于提炼、归纳老年网红媒介生产实践的主题、特征与内在倾向，以及网友对其媒介内容的偏好、反应与态度。在语义网络分析的基础上，本文对高频词进行进一步的主题归类，以便对老年网红之间不同的媒介生产实践进行分析比较。

3.1.2. 情感分析法

情感分析旨在探究表达者在传达语言信息时所隐含的情绪状态，对其意见或态度进行判断、评估，分析其中蕴含的正面、负面或中性情感[10]。情感分析常被应用于网络文本的分析中，对老年网红发布的媒介内容进行情感分析，有助于揭示其情感倾向、情感需求，并了解网友的情感反应。

3.2. 研究样本

本研究选取了抖音平台上五位粉丝数量达到千万级别的老年网红账号作为研究对象，这些账号的持有者年龄均超过 60 岁。鉴于这些老年网红在社交媒体上拥有庞大的粉丝群体和显著的影响力，他们的媒介生产实践和情感传播模式更能充分反映出老年网红群体的典型特征。此外，这五位研究对象的账号内容覆盖了多样化的作品类型，包括但不限于日常生活分享、娱乐搞笑、美食制作、时尚穿搭以及生活感悟等内容。所选样本的基本信息如表 1 所示。

Table 1. Basic information on the study sample

表 1. 研究样本基本信息

账号名	粉丝数	作品数	作品类型
我是田姥姥	3508.8 万	408 个	日常生活, 娱乐搞笑
潘姥姥	3445.1 万	604 个	美食制作
只穿高跟鞋的汪奶奶	1284.5 万	395 个	时尚穿搭, 生活感悟
陕西老乔	1203.4 万	525 个	美食制作
末那大叔	1607.5 万	190 个	日常生活, 祖孙三代

3.3. 数据收集与处理

利用 Goo Seeker (集搜客)网络爬虫软件,对五位老年网红的抖音账号作品进行数据爬取,获取其作品标题等文本信息。之后,对所有文本进行预处理和清洗,包括文本信息去噪(删除广告等明显无意义文本)、同类词归一化处理,处理后得到 1328 条视频标题文本。完成这一步后,使用 ROST CM6 软件进行词频统计、语义网络建构与情感分析。参考文本内容,首先需建立自定义词典(如网络新词、地方美食、制作手法等词),以提高分词的准确性。其次进行词频统计,限定词频数 ≥ 3 ,词对频数 ≥ 3 ,最终获取排名前 100 的高频词并制作相应标签云。再次,将共现矩阵数据表格导入语义网络分析软件 Gephi 进行可视化处理。按度的大小为节点排名,按各节点间的共现频次分配连边权重,并选择 Fruchterman Reingold 布局呈现模块化聚类的结果,绘制语义网络共现图。

在情感分析时,本文以中文情感词汇本体库文档为情感评价词典资源,将情感极性分为积极、中性与消极三类,情感强度分为一般、中度、高等三个等级,用于判断老年网红在媒介生产实践中的情感、态度。最终得出情感情况统计结果,并制作环形情感分布图。

4. 结果与分析

4.1. 主题词分析

通过对老年网红账号的作品标题进行词频统计,同时根据词性进一步分类,最终得到相关主题词词云图,如图 1、图 2 所示。对高频主题词的词性进行分析,主要以名词、动词和形容词为主。其中,“姥姥”、“姥爷”、“奶奶”等家庭称谓词汇出现较多,这反映出老年网红们在视频中经常以家庭成员的身份出现,增强了观众的亲切感和共鸣。同时,作品的美食主题突出。诸如“好吃的”“味道好”“美味的”等词汇频繁现身,明确了美食在老年网红的作品中的重要地位。具体美食名称如“凉皮”“凉粉”“浆水”“汤面”“猪蹄”等的出现,结合“陕西”这一地域词,表明老年网红的作品涉及丰富的地域特色美食。作品的社交属性也十分明显。“分享”一词高频出现,表明老年网红具有强烈社交意识,借助抖音平台扩大影响力。



Figure 1. Adjective word cloud map
图 1. 形容词词云图

4.3. 情感分析

在情感计算过程中，赋值为正数表示积极情绪，0 表示中性情绪，负数表示消极情绪。为了细化情感程度，情感功能将积极情绪赋值为 0~10(一般)、10~20(中度)和 20 以上(高度)，将消极情绪赋值为-10~0(一般)、-20~-10(中度)及-20 以下(高度) [11]。最终的情感分析结果显示(见表 2)，老年网红的作品标题中积极情感占据了主导地位，占比达到 59.48%。这一比例显著高于中性情感(27.52%)和消极情感(13.00%)。这表明老年网红在媒介生产实践中倾向于传递积极、乐观的情感信息，而消极情感的表达相对较少。

具体来说，积极情感高频词所涉及的语境和主题都比较丰富，涵盖生活的方方面面，包括但不限于家庭幸福、美食制作与享受、个人成长与体验等。例如，作品中常出现“幸福”、“快乐”、“美食”、“家庭”等词汇，这些词汇不仅反映了老年网红对美好生活的追求，也展现了他们对家庭的深厚情感。此外，积极情感的表达还涉及到对健康、时尚、文化传承等主题的关注，这些内容的分享有助于老年网红构建一个积极向上的媒介形象。消极情感指涉的对象则比较边缘，且主要集中在对生活中的挫折和遗憾的描述上。如“遗憾”、“挫折”等词汇的出现，虽然频率不高，但它们的存在揭示了老年网红在媒介实践中也会涉及对人生挑战和困难的反思与表达。

Table 2. Sentiment analysis statistics

表 2. 情感分析统计

情感极性	界限值	情感强度	占比	总占比	语句示例
积极情绪	(0, +∞)	一般	34.46%	48.31%	65 岁姥姥给曾外孙准备的礼物，为他封满月酒祈福，愿岁岁平安，事事喜乐；我姥攒了一年的快乐在这一刻释放了；
		中度	8.62%		
		高度	5.23%		
中性情绪	[-5, 0]			45.85%	一家三代的日常相处；
消极情绪	(-∞, -5)	一般	5.54%	5.85%	还有什么比这更让人难受的事；老一辈的遗憾
		中度	0.31%		
		高度	0		

5. 结论与讨论

5.1. 真实情感表达，引发情感共鸣

银发网红通过情感表达在社交媒体上获得共鸣，他们展现的积极老年形象，潜移默化地影响着观众 [12]。老年网红们通过真诚分享自己的真实生活经历和情感体验，使观众感受到他们的真诚与温暖，从而建立起紧密的情感连接。这种情感连接并非建立在刻意追求完美之上，而是源于老年网红勇敢展现真实自我的勇气，而这种真实感又具有强烈的感染力，足以激发观众的共鸣。

例如，“只穿高跟鞋的汪奶奶”在其作品中频繁分享自己的时尚穿搭经验，她不仅展示了对时尚的独到理解，还紧跟时代潮流，与年轻群体建立起了共同的话题和情感共鸣。她的作品不仅是对个人风格的展示，更是对老年群体时尚态度的一种宣言，这种态度跨越了年龄的界限，触动了不同代际观众的心。

老年网红在数字劳动过程中的情感表达，不仅是一种个体的自我实现，更是一种社会文化现象。他们的真诚分享和勇敢展现，不仅赢得了观众的共情，也为数字时代的老年群体形象塑造和价值传递提供了新的启示。这种情感的力量，无疑将在数字媒介的浪潮中，继续激发更多的共鸣和思考。

5.2. 跨代沟通桥梁，构建和谐交流

老年网红的內容在促进代际沟通和理解方面发挥着重要作用，有效消除了代沟，使年轻人能够更好地

地了解老年人的生活和思想。他们为代际交流提供了宝贵平台，有助于构建和谐社会关系。通过分享家庭故事、美食文化和生活经验，老年网红为观众带来了温暖和启发，同时也为年轻人打开了一扇了解老年群体的窗口。年轻人可以通过这些作品，更加深入地了解老年人的内心世界，增进对他们的尊重和理解，从而促进代际之间的和谐共处。

银发网红媒介形象的构建，往往融合了青年话语及流行文化元素[13]。例如，在“我是田姥姥”的系列作品中，我们经常能够目睹田姥姥与其孙子之间的温馨互动。其视频作品不仅在内容编排上融入了时下年轻人所喜爱的流行元素，而且在表达方式上也借鉴了年轻人的话语风格。这种巧妙的融合使得她的作品不仅深受老年观众的喜爱，同时也能够吸引年轻一代的眼球，实现了跨代沟通与共鸣。“末那大叔”的账号则通过记录一家老中青三代人之间的日常生活，将三世同堂这一传统家庭模式具体化、形象化。这种生动的家庭生活写照，不仅让观众感受到了家的温暖，也引发了人们对家庭价值和代际关系的深刻思考。社交媒体场域中的代际主体及其文化镜像在银发网红的媒介生产实践中不断丰富，为代际间的相互认知与沟通创造了机遇和范本[13]。

5.3. 积极价值观传递，促进“积极老龄化”

老年网红在其作品中热忱地传递着积极向上的价值观，如乐观、坚强、善良等。这些价值观激励着观众勇敢地面对生活中的各种困难和挑战。同时，他们也用自己的实际行动生动地诠释了这些价值观，成为网友们学习的楷模。

老年网红凭借其深厚的生活经验、乐观的生活姿态和个性化的传播方式，无疑将形成特有的媒介影响力。这种影响力不仅能够积极塑造老年人的网络生活和互联网应用行为，还可能对网络社会的整体氛围产生正面的促进作用。同时，还有助于老年群体再度挖掘和重塑自身价值与内在能力，进而推动我国社会实现“积极老龄化”[14]。新媒体时代的来临，丰富了社会主义核心价值观的传播路径。“老年网红”作为网络中的关键群体，其先进事迹在网络上广泛传播，对推动公众自觉弘扬社会主义核心价值观有着重大意义。

6. 小结

本文从情感传播的视角出发，以语义网络分析法和情感分析法为工具，对当前活跃于抖音平台的老年网红进行了深入的媒介生产实践研究，揭示了其在数字媒介环境中独特的情感表达方式及其对观众情感共鸣的影响力。研究发现，老年网红通过分享个人的真实生活经历和情感体验，在社交媒体上成功构建了积极、健康的老年形象。他们的内容不仅满足了观众的情感需求，而且在促进代际沟通、增进社会融合、推动社会主义核心价值观传播方面发挥了重要作用。

总体而言，老年网红的媒介生产实践不仅是个体自我实现的过程，更是社会文化现象的体现。他们的真诚分享和勇敢展现，赢得了观众的共情，为数字时代的老年群体形象塑造和价值传递提供了新的启示。随着数字媒介的不断发展，老年网红的情感传播力量将继续激发更多的共鸣和思考，对社会文化的积极影响也将持续显现。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2024/0828/c208-11063.html>, 2024-08-29.
- [2] 李建军. 对外传播形式的新向度[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2016(6): 46-50.
- [3] 吴晓东, 王淮. 引爆点理论视域下老年网红潮的成因与问题[J]. 青年记者, 2020(3): 41-42.
- [4] 刘阳, 冷淞. 老年群体的网络实践——基于短视频社交场景中的“银发网红”研究[J]. 电影评介, 2021(16): 109-

112.

- [5] 孙一楠, 谭天. 最美不过夕阳红——老年网红价值与影响分析[J]. 新闻爱好者, 2021(4): 28-31.
- [6] 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.
- [7] 曹书乐, 王心路. 跨越鸿沟重返舞台: 积极老龄化视角下“银发网红”平台参与模式研究[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(4): 162-171.
- [8] 王玉凤. 可见性视角下银发网红的老年身份建构研究[J]. 新闻爱好者, 2024(5): 93-96.
- [9] Doerfel, M.L. and Barnett, G.A. (1999) A Semantic Network Analysis of the International Communication Association. *Human Communication Research*, **25**, 589-603. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1999.tb00463.x>
- [10] 刘勘, 袁蕴英. 基于自动编码器的短文本特征提取及聚类研究[J]. 北京大学学报(自然科学版), 2015, 51(2): 282-288.
- [11] 李杰, 陶源, 冯良珠. 俄乌冲突背景下俄罗斯顶级智库涉华评论主题和情感分析[J]. 情报杂志, 2023, 42(8): 29-35, 48.
- [12] 韩敏, 孙可欣. 数字情感劳动: 银发群体再社会化[J]. 青年记者, 2022(6): 59-61.
- [13] 吴炜华, 姜俣. 银发网红的网络实践与主体追寻——基于视频社交场景中的“老年 Up 主”族群研究[J]. 新闻与写作, 2021(3): 14-21.
- [14] 赵隆华, 刘俊冉. “银发网红”的传播特点与发展路径构建[J]. 青年记者, 2020(12): 48-49.