

银发短剧的内容生产实践与价值建构研究

姬若云

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年4月14日; 录用日期: 2026年6月29日; 发布日期: 2026年7月7日

摘要

在数字文化产业向中老年群体持续渗透的背景下, 以中老年受众为核心目标群体的“银发短剧”迅速兴起, 已成为网络视听领域不容忽视的文化现象与重要市场增长点。银发短剧的流行并非偶然的流量现象, 而是因其精准捕捉并回应了银发群体的情感需求, 凭借高密度爽点设计、强情绪共鸣叙事与低认知接受门槛等内容策略, 依托平台算法推荐实现了精准触达与高效商业变现。在价值层面, 银发短剧助力积极老龄化、弥合数字鸿沟、满足情感慰藉, 但也存在算法茧房、情感收割、内容参差不齐、导向偏差等问题。未来, 银发短剧唯有坚守价值底线、彰显人文关怀, 才能实现行业健康发展, 助力银发经济与数字文化产业协同共进。

关键词

银发短剧, 情感传播, 内容生产, 价值建构, 算法推荐

Research on Content Production Practice and Value Construction of Silver-Haired Short Dramas

Ruoyun Ji

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

Received: April 14, 2026; accepted: June 29, 2026; published: July 7, 2026

Abstract

Against the backdrop of the continuous penetration of the digital cultural industry into middle-aged and elderly groups, “silver-haired short dramas” targeting this demographic have emerged rapidly, becoming a noteworthy cultural phenomenon and a crucial market growth point in the online audiovisual sector. The popularity of silver-haired short dramas is not an accidental traffic phenomenon;

rather, it stems from their precise capture and response to the emotional needs of the elderly population. Through content strategies such as high-density satisfying plot designs, narratives with strong emotional resonance, and low cognitive access thresholds, these dramas achieve precise audience reach and efficient commercial monetization via platform algorithmic recommendations. In terms of value construction, silver-haired short dramas facilitate active aging practices, bridge the digital divide, and fulfill emotional needs, yet they also face prominent issues including algorithm-induced information cocoons, emotional exploitation by capital, uneven content quality, and deviations in value orientation. Going forward, silver-haired short dramas must adhere to the bottom line of values and embody humanistic care to achieve healthy industry development and advance the coordinated progress of the silver economy and the digital cultural industry.

Keywords

Silver-Haired Short Dramas, Emotional Communication, Content Production, Value Construction, Algorithm Recommendation

Copyright © 2026 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

随着我国人口老龄化程度持续加深，“银发经济”从养老、健康、文旅等实体领域快速延伸至数字文化产业，中老年网民规模不断扩大，触网时长稳步提升，成为网络内容消费不可忽视的重要力量。第57次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2025年12月，我国网络视频用户规模达10.93亿人，其中微短剧用户规模达6.64亿人，占网民整体的59.0% [1]。

微短剧凭借轻量化、碎片化、强情绪等特征，迅速渗透中老年群体的日常生活，催生了垂直细分的“银发短剧”赛道。2024年以来，一批聚焦中老年生活、黄昏恋、家庭伦理、晚年逆袭等作品爆火，播放量屡破亿次。越来越多的电视剧演员也参与到短剧市场中，比如，喜剧演员潘长江主演的一部短剧播放量突破3亿次，进一步印证了银发题材的市场爆发力。

2. 银发短剧的内容生产策略

2.1. 轻量化叙事：降低传播门槛

银发短剧以低准入门槛与高情感回馈为核心传播导向，在内容生产与视听呈现上深度适配中老年群体的生理特征与心理接受习惯，构建起高效且精准的情感传播路径。

1) 短时碎片化叙事，降低认知负荷

短剧普遍采用1~5分钟的单集时长设计，叙事节奏紧凑，剧情呈现碎片化、间断化特征。该模式无需受众保持长时间专注状态与复杂剧情记忆，大幅降低了信息接收与认知负荷，从而实现了广泛受众覆盖与高效触达。

2) 直白化伦理叙事，强化情感认同

剧情推进明快直接，戏剧冲突密集且反转高频，价值立场呈现鲜明的二元对立结构，恪守“善有善报、恶有恶惩”的朴素正义伦理。此种叙事范式简化了受众的情感解码过程，通过强爽感内容快速激发中老年群体的情感共鸣与价值认同，进而有效推动了情感层面的人际传播。

3) 适老化视听设计，夯实沉浸基础

视听层面采用大字号字幕、高对比度画面、清晰化音量调控等适配性设计，并深度对接平台长辈模式，保障了中老年人舒适的使用体验，有助于完成沉浸式的情感代入，为持续的情感传播提供了坚实的载体支撑。

2.2. 现实化题材：精准锚定情感痛点

银发短剧题材高度贴合中老年现实需求，主要围绕家庭伦理、黄昏恋、养老反诈、老年逆袭等方向展开，聚焦代际冲突、赡养矛盾、家产争夺、养老骗局、晚年情感与自我实现等议题，借夸张戏剧化演绎，在揭露现实难题之余，正向传递亲情和睦、理性养老、自我觉醒、向阳生活的价值导向，引导中老年人正视晚年困境、树立健康婚恋养老观念，找寻晚年精神寄托与自我实现。

部分中老年情感短剧沿用了经典情感偶像剧的叙事模式，同时结合中老年群体的生活现实与新媒体传播特点，对旧的故事框架做出了创新调整。如以老年企业家与摆摊谋生的离异单身女性展开黄昏恋为主线，讲述二人历经多重考验最终收获圆满结局的故事。剧集聚焦老年人情感需求长期得不到关注的社会问题，促使观众重新探讨晚年情感生活与个人幸福的选择权。此外，中老年题材微短剧在呈现中老年浪漫爱情的同时，融入养老、医疗、孝道、家庭变迁等现实伦理议题，贴近中老年人现实处境，极易引发共情[2]。

在传统影视叙事中，中老年群体长期处于配角化、边缘化地位，其真实情感与价值追求长期被遮蔽与忽视。而在新兴网络视听作品中，以中老年作为叙事主体的创作日益增多，凸显了寻找自我精神力量与生命价值的正面形象，展现出老有所乐的积极养老景观[3]。有效填补了中老年题材内容的创作空白，同时通过塑造独立自强、积极乐观的正面形象，传播孝老爱亲、家庭和和睦的圆满结局，契合社会主流价值观。

2.3. 爽文式人设：构建情感代偿机制

银发短剧在主角塑造上跳出了传统中老年形象的符号化桎梏，形成了“现实底色 + 爽文配置”的人设模式。该模式既扎根于中老年群体的生活经验，又通过极致的反差设定，满足了其深层的情感需求。

在人物形象塑造方面，大多数银发短剧作品以 40~65 岁群体为核心叙事主体，尤其侧重塑造独立坚韧的中老年女性形象。创作弱化衰老、弱势、依附性等刻板标签，摒弃“恶婆婆”“悲情长辈”等固化套路，转而刻画自尊自爱、善良通透又不失棱角的正面人物；在身份设定方面，普遍采用阶层反差结构：女主角多为保洁、保姆、退休职工、单亲母亲等普通基层女性，男主角则常设置为隐藏富豪、集团董事长等强势角色，通过身份反差制造戏剧张力；在人物成长轨迹方面，前期多隐忍克制、深陷家庭或生活困境，后期在矛盾刺激下实现自我觉醒，敢于反抗不公、争取权益与幸福，精准呼应了中老年观众对尊严与价值感的心理诉求。

这类反差化爽感人设，构成了银发短剧最核心的吸引力。剧中主人公不再是被动承受的弱势者，而是拥有话语权与主导权的行动主体。人设虽带有夸张的反套路色彩，却精准击中了现实中老年群体的情感痛点：退休后的价值失重、空巢带来的孤独空虚、社会尊重与掌控感的缺失，以及青春时期未能实现的情感与人生遗憾。中老年群体在虚构叙事中弥补了现实缺憾，完成了情感代偿。

2.4. 戏剧化冲突：强化情绪快感体验

银发短剧依托高密度、强对抗的冲突设计推进叙事进程，并形成了高度模式化的爽点叙事结构。外部冲突围绕中老年群体的日常生活场域展开，主要体现为婚恋选择中的子女干预、社会层面的年龄歧视与身份偏见、利益算计、养老纠纷等现实风险。在内部冲突设计上，多围绕中老年群体衰老焦虑、情感孤独、自我价值失落、身份认同迷茫等心理困境展开。人物内心活动简单直接、情绪指向明确，极少进

行复杂细腻的人性挖掘与深层心理思辨，且往往依托外部矛盾激化内心挣扎，冲突解决也偏向于依靠即时性的情绪宣泄与伦理化的圆满结局，以此快速唤起受众共鸣并实现爽感满足。

从叙事本质来看，这类冲突设计的核心功能并非对现实进行客观呈现与深度反思，而是以持续性情绪生产为核心目标。通过构建愤怒、同情、解气、感动等情绪体验，推动中老年受众形成高强度情感投入与观看依赖，进而在商业逻辑层面转化为有效观看时长与付费转化行为。

2.5. 圈层话语：激活情感传播场域

在文本表达与叙事话语层面，银发短剧已形成高度模式化、极具圈层特色的话语体系，成为锚定受众、强化传播的关键符号载体。这套话语体系深度贴合中老年群体的认知习惯与情感诉求，表达直白通俗、情绪指向性极强，同时又善于吸纳网络语态，在通俗与潮流之间形成独特话语魅力，能够快速搭建起内容与受众之间的共情纽带。

既有“我为这个家付出一辈子”“人老了就不值钱了”等戳中老年人尊严焦虑、情感孤独的生活化台词，也有彰显老年群体自我价值追求与逆袭态度的口号式表达。通过对经典台词进行金句化提炼与二次创作传播，用朗朗上口、记忆点强的短句强化传播性，使中老年观众既能听懂、又愿意转发，实现了内容的接地气与网感化。

3. 银发短剧的价值建构分析

3.1. 探索新型养老模式，赋能积极老龄化实践

世纪之交，世界卫生组织发起“积极老龄化全球行动”，衍生出“积极老龄化(active ageing)”理念，将老龄化视为正向、富有生机的过程，强调老年群体健康生活与贡献社会的重要性，其核心支柱为“健康、参与、保障”：健康指老年人身心精神保持积极状态，提升生活质量；参与指老年人结合自身兴趣能力，以多种方式融入生活、贡献社会；保障指家庭和社区为老年人提供支持，维护其尊严与权利[4]。

积极老龄化的核心意涵指向对老年人主观幸福感的关注[5]。银发短剧作为一种新型媒介实践，打破了传统养老模式的局限，不再将老年人局限于“被照顾者”的角色，而是通过生动的剧情呈现，引导老年人走出家庭的小圈子，主动参与社会生活、发挥自身价值。剧中塑造的老年角色，不再是体弱多病、需要被呵护的形象，而是能够主动探索兴趣、展现自我的个体。这种剧情设定不仅为老年人提供了全新的养老参考，更推动了积极老龄化的实践落地，让“养老”不再是单纯的生活照料，而是成为兼具价值感与幸福感的生活方式，打破了“老年人只能安于现状”的固有认知，为社会养老事业的发展注入了新的活力。

3.2. 弥合数字鸿沟，助力银发数字融入

银发短剧凭借轻量化的形态优势与场景化的内容特质，成为助力中老年群体跨越数字鸿沟、实现数字融入的重要媒介载体。一方面，短剧轻量化的形态显著降低了中老年群体的技术使用门槛，无需复杂的操作流程与专业知识，契合中老年群体的媒介接受习惯，让高龄、低数字素养的老年人能够轻松接触、观看，为其接触数字技术搭建了便捷桥梁。另一方面，短剧以场景化内容为核心，将数字技能融入生活化剧情，摒弃生硬的说教式引导，把数字操作相关内容自然嵌入日常场景之中，潜移默化地帮助中老年群体熟悉数字媒介操作。

银发短剧让中老年人感受到数字生活的便捷与乐趣，主动打破“数字弱势群体”的标签，让更多中老年人能够融入数字时代，享受数字技术带来的便利，实现数字时代的媒介公平。

3.3. 回应情感诉求，赋能晚年美好生活

已有大量实证研究支持，互联网作为社交工具，具有缓解使用群体孤独感的作用[6]。作为面向中老年群体的数字文化产品，银发短剧精准契合中老年群体的核心情感诉求，对缓解其孤独感与精神空虚具有显著作用。剧集所营造的温暖积极的叙事氛围，如夕阳红爱情、家庭和解、祖孙温情等，可有效舒缓中老年群体的心理压力，鼓励其主动追求精神愉悦，摆脱“衰老”“无用”等负面标签的束缚。

依托弹幕、评论等场景构成集体情感共鸣场，通过共情、安慰、声讨、感动等互动，完成对现实中孤独、委屈、代际矛盾等情绪的疏导与代偿；弹幕中相似经历、人生经验、价值立场，有助于中老年人构建“想象共同体”与身份认同，减少社会边缘化感受；还能够填补线下社交不足，为中老年群体搭建低成本、高适配的线上精神社交空间，在虚拟陪伴中获得情感慰藉与归属感，进一步丰富其精神文化生活。

3.4. 价值异化：银发短剧的多维发展困境

3.4.1. 算法拟态环境与信息茧房效应

平台算法基于用户行为数据构建的个性化推荐系统，在为中老年群体提供精准内容服务的同时，也加剧了信息茧房效应。算法通过持续推送符合中老年用户既有兴趣和认知偏好的内容，不断强化其固有观念，使中老年人长期沉浸在单一化、同质化的信息环境中，难以接触多元观点和新鲜事物。

这种信息茧房不仅限制了中老年群体的认知视野，还为虚假信息的传播提供了温床。部分平台为追求流量，大量推送未经核实的养生偏方、理财骗局和夸大其词的广告内容，严重威胁中老年用户的身心健康和财产安全。更值得警惕的是，算法会根据用户的点击和停留时间不断调整推送策略，形成“越看越爱看、越爱看越推送”的恶性循环，使中老年群体逐渐丧失信息选择的自主性，沦为算法的被动接受者。

3.4.2. 爽感代偿扭曲传统伦理道德

银发短剧的火爆很大程度上依赖于“爽感叙事”的构建，这种爽感本质上是一种“代偿性满足”，是对现实生活中无法实现的愿望和需求的虚拟补偿。

部分银发短剧为了极致放大爽感，采用极端化、狗血化的创作手法：刻意放大代际矛盾、激化赡养冲突、扭曲家产分配逻辑，将复杂的家庭关系简化为非黑即白的善恶对立。为博取流量，它消解了传统伦理中“孝悌为本”“家和万事兴”的核心内涵，将亲情异化为利益交换的工具，将婚恋简化为物质与身份的匹配。长期沉浸于此，不仅会导致中老年群体混淆戏剧虚构与现实生活，形成对家庭关系、代际相处的错误认知，更会潜移默化地扭曲其对传统孝道、婚恋伦理与家庭责任的理解，甚至加剧现实中的家庭矛盾与伦理冲突。

3.4.3. 数字资本主义对银发流量的情感收割

在数字资本主义逻辑下，中老年群体的情感需求被异化为可变现的商品，银发短剧成为资本“围猎”银发流量的重要工具。资本通过精准捕捉中老年群体的情感缺口，批量生产套路化、同质化的短剧内容，以“情感陪伴”为幌子，实则进行赤裸裸的商业收割。

这种情感收割主要通过三种方式实现：一是付费解锁剧情，利用中老年群体的完型心理，在关键情节处设置付费点，诱导用户不断充值；二是广告植入，将养生保健品、医疗器械、理财保险等产品巧妙融入剧情，利用中老年群体对剧中角色的信任进行营销；三是私域转化，通过引导用户加入粉丝群、关注公众号等方式，将流量导入私域池，进行更精准、更深度的收割。更有甚者，部分不良商家利用 AI 技术塑造人物形象，与中老年用户建立虚假的情感联系，进而实施诈骗。这种将情感商品化的行为，不仅损害了中老年用户的经济利益，也严重伤害了他们的情感和尊严。

4. 银发短剧价值建构的优化路径

4.1. 坚守价值内核，构建多元叙事体系

银发短剧创作应坚持“内容为王”，摒弃低俗化、套路化的创作倾向，深入挖掘中老年群体的真实生活和精神世界，打造既有温度又有深度的精品力作。一方面，要拓宽题材范围，在题材拓展方面，应当突破家庭伦理、黄昏恋、代际冲突等传统叙事框架，将创作视野延伸至中老年人的数字生活、文化传承、艺术追求、志愿服务、再就业实践等多元领域。在价值表达层面，需要实现“情感爽感”与“价值引领”的有机平衡，既要通过贴近中老年群体生存体验的叙事方式提供情感慰藉与心理共鸣，又要在潜移默化中传递积极健康的养老理念、家庭观念与消费文化，引导中老年群体树立积极乐观的生活态度。

4.2. 优化算法伦理，完善适老化服务体系

平台应承担起社会责任，优化算法推荐机制，打破信息茧房的束缚。在算法设计层面，建议引入“内容多样性指数”与“价值导向权重”，合理调控不同类型、不同主题内容的推送比例，避免过度迎合用户偏好导致的内容窄化，为中老年用户构建更加丰富多元的信息生态。同时，平台需建立健全全流程内容审核机制，运用人工智能与人工审核相结合的方式，加大对虚假信息、低俗内容、诱导性广告及诈骗信息的筛查与处置力度，净化中老年网络空间。此外，应当持续深化适老化改造工程，从界面设计、操作流程、功能设置等多个维度进行优化，降低数字使用门槛，为其提供更加便捷、安全、友好的数字文化服务体验。

4.3. 完善监管机制，推动行业规范自律

银发短剧市场的规范化发展离不开政府的有效监管与政策引导。相关部门应当加快完善行业法律法规与标准体系，明确内容创作、传播运营、广告投放等环节的行为边界，严厉打击诱导消费、虚假宣传、金融诈骗等侵害中老年群体合法权益的违法违规行为。同时，通过设立专项创作基金、举办专业评奖活动、搭建交流展示平台等方式，加大对优秀银发短剧作品的扶持力度，引导创作资源向优质内容倾斜。行业协会应当充分发挥自律作用，制定行业公约与职业道德规范，引导市场主体树立正确的经营理念，自觉抵制恶性竞争与短期逐利行为。

4.4. 强化代际与社会反哺，提升中老年群体媒介素养

数字反哺作为老年人信息能力与素养建设的关键环节，是一种内生性、可持续的辅助力量[7]。当前，中老年群体已广泛接触并观看银发短剧，但其媒介辨别能力仍有待提升。家庭成员应努力营造“数字反哺”的沟通氛围，促进情感交流和信息共享[8]，更要注重引导中老年群体提升媒介素养，教会其辨别银发短剧中的虚假信息、低俗内容及不良导向。社会层面，应整合社区资源，依托社区文化活动中心、服务站开展数字能力与素养教育，发挥相关工作人员、志愿者及同辈群体的帮扶作用[9]。依托代际数字反哺与社会支持，有助于逐步提升中老年群体的媒介认知水平，引导其在纷繁复杂的网络视听环境中形成理性判断，从容、健康地感受银发短剧带来的精神价值与情感慰藉。

5. 结语

银发短剧以情感叙事唤醒中老年群体的自我意识，使其跳出传统家庭附属角色的束缚，回归个体生命价值，并在跨屏互动与群体共鸣中获得身份认同与精神慰藉，为积极老龄化的实践提供了重要的媒介路径。但在流量逻辑与商业利益的驱动下，内容同质化、价值观功利化、诱导消费等问题不断显现，既影响数字文化生态，也容易对认知判断能力相对较弱的中老年群体形成认知误导，侵害其合法权益。未来，银发内容创作应在满足中老年情感需求的同时坚守价值底线，强化人文关怀与理性引导，以正向、

健康、有温度的内容真正尊重和守护中老年群体，推动代际包容与数字文明的良性发展。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 57 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. 2026-02-05. <https://www.cnnic.cn/n4/2026/0304/c88-11549.html>, 2026-04-22.
- [2] 马越然, 王心路. 想象延展与媒介补偿: 老年题材微短剧的叙事与传播研究[J]. 中国电视, 2025(11): 76-81.
- [3] 田晔, 吴云涛. 中国老年题材网络剧的老年群体媒介形象新构[J]. 云南艺术学院学报, 2024(1): 116-121.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 郎颖, 宋沙沙. 互联网使用对老年人健康的影响研究——基于孤独感视角的分析[J]. 社会治理, 2026(1): 53-67.
- [7] 杨峥威, 曹书丽. 媒介发展中的“数字遗民”问题及其应对策略[J]. 社会福利(理论版), 2021(2): 16-20.
- [8] 陈宗海, 蒋俏蕾. 媒介架桥·社会共治: 老年人数字融入与积极老龄化的双向赋能[J]. 中国出版, 2026(2): 27-32.
- [9] 陆杰华, 韦晓丹. 老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择——基于数字鸿沟与知沟理论视角[J]. 人口研究, 2021, 45(3): 17-30.