

从边缘到可见：银发网红的社会角色重构与积极老龄化实践

李婉月

南京林业大学人文社会科学学院、生态文明传播学院，江苏 南京

收稿日期：2026年5月6日；录用日期：2026年8月19日；发布日期：2026年8月27日

摘 要

在人口老龄化与数字社会双重转型的交汇点上，银发网红现象的兴起，为观察老年群体如何在数字时代重新定位自身社会角色提供了一个具体而鲜活的切口。在一批老年人主动站到镜头前，从传统话语体系中的“被观看者”转变为内容的生产者。本研究基于积极老龄化视角，采用案例分析法和网络民族志法，考察抖音平台银发网红的传播实践。研究发现，这些老年创作者以非典型老年、情感型长者、老顽童、智慧长者等不同形象出现在公众视野中，一定程度上打破了媒体长期以来对老年人的标签化呈现。然而，随着资本的广泛介入，在商业利益驱动下的内容生产也开始出现主体性弱化、身份被代劳、内容模式化等问题，银发网红从边缘走向可见的过程中其主体性也逐渐被削弱。对此，研究认为银发网红的健康发展需要家庭层面的数字反哺、平台层面的制度规范以及老年人个体价值的实现三者共同发挥作用，才能使这一群体在数字社会中获得应有的文化位置。

关键词

积极老龄化，银发网红，代际融合，数字反哺

From Margin to Visibility: The Social Role Reconstruction of Silver-Haired Internet Celebrities and the Practice of Active Aging

Wanyue Li

Faculty of Humanities & Social Sciences, School of Ecological Civilization Communication, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 6, 2026; accepted: August 19, 2026; published: August 27, 2026

文章引用：李婉月. 从边缘到可见：银发网红的社会角色重构与积极老龄化实践[J]. 老龄化研究, 2026, 13(8): 481-488.
DOI: 10.12677/ar.2026.138582

Abstract

At the intersection of population aging and the dual transformation of digital society, the rise of silver-haired internet celebrities provides a concrete and vivid entry point for observing how older adults are repositioning their social roles in the digital age. A group of elderly individuals have proactively stepped in front of the camera, transitioning from being “the observed” within traditional discourse to becoming content producers. Drawing on the perspective of active aging, this study employs case analysis and online ethnography to examine the communication practices of silver-haired influencers on the Douyin platform. The findings reveal that these elderly creators present themselves to the public through diverse personas—such as atypical elders, emotionally resonant figures, playful oldsters, and wise elders—thereby challenging, to some extent, the long-standing stereotypical portrayals of older adults in the media. However, with the extensive involvement of capital, content production driven by commercial interests has begun to exhibit issues such as weakened subjectivity, the replacement of authentic identity by proxy performances, and content homogenization. As silver-haired influencers move from the margins to visibility, their agency is gradually being eroded. In response, this study argues that the healthy development of silver-haired influencers requires the joint efforts of intergenerational digital feedback at the family level, institutional regulation at the platform level, and the awakening of older adults’ own subjective consciousness. Only through these three dimensions can this group secure its deserved cultural position in digital society.

Keywords

Active Aging, Silver-Haired Internet Celebrities, Intergenerational Integration, Digital Feedback

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. 研究背景

人口老龄化是 21 世纪中国面临的最为深刻的社会结构变迁之一。截至 2025 年末，全国 60 岁及以上人口已达 3.2 亿，占总人口的 23.0%，65 岁及以上人口 2.24 亿，占 15.9%¹。预计到 2030 年前后，中国将进入“超级老龄化”社会，老年人口占比超过 20%，到 2060 年可能达到 37.4% [1]。在这一宏观社会背景下，老年群体如何实现积极的社会参与，成为社会学与老年学研究亟需回应的核心议题。

与此同时，以短视频为代表的数字平台迅速崛起，深刻重塑了社会交往与信息传播的基本形态。在这一“老龄化社会”与“数字社会”双重转型的交汇点上，一个值得关注的社会事实逐渐浮现：部分老年群体并未如传统刻板印象所描述的那样被排斥于数字世界之外。反而以内容创作者的主动身份活跃于抖音等平台，成为备受瞩目的“银发网红”群体。“银发网红”是老年人中的特殊群体，通常被指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[2]。大量老年人开始出现在抖音平台上，在以发布短视频为主的传播实践中逐渐吸引大量粉丝关注，成为“网红大军”的一员。

从社会学视角来看，银发网红的出现并非偶然，而是人口结构转型与媒介技术演进交互作用的产物。银发网红现象提供了一个重要的经验窗口，藉此可以考察：在数字时代，老年群体如何突破结构性障碍、

¹https://www.stats.gov.cn/zwfwck/sjfb/202602/t20260228_1962662.html

重构社会角色、实现积极的社会参与？老年人成为“网红”的现象，有力地推动了积极老龄化的进程，呈现出桑榆非晚的生活态度和精神面貌[3]。对全社会营造树立积极老龄观氛围有着巨大的促进作用，也恰恰反映了我国老龄化社会背景下“积极老龄化”的诉求得以实现的可能性。

2. 银发网红群体的社会生成机制

2.1. 银发网红的兴起与发展

受抖音“记录美好生活”的平台定位影响，平台用户将自己随手拍的日常生活作为主要的短视频生产内容，也是在这种偶然的生活记录中，部分老年人通过自身较为“出圈”的某种特质或行为语言在平台上获得受众喜爱。如网红“蔡某”在2018年7月首次出现在其孙女拍摄的短视频中，90岁的高龄奶奶要喝可乐使得这条视频意外收获了二十万以上的阅读量。这并不在账号主人孙女的意料之中，拍摄视频的初始目的也仅仅是为了记录自己与奶奶的日常生活，却误打误撞的收获粉丝一跃而红。随着意料之外的老年IP走红意味着新的营利渠道出现，其商业价值的被发现，老年网红现象应运而生。在获得充足发展之后，老年网红群体开始进入精细化分类深入发展阶段，既有原有明星进入老年网红市场，又有MCN机构不断继续挖掘素人通过鲜明的特征成为网络红人，逐渐形成了老年头部IP与后起之秀融合发展的老年网红现象。

2.2. 外部条件：“积极老龄化”政策下的资本涌入

随着生活水平的提升和医疗卫生水平的进步，全世界人口的寿命越来越长，老年人的身体素质越来越好，世界卫生组织于第二次老龄问题世界大会上系统阐述了“积极老龄化”理念。该理念中的“积极”具有多重意涵：不仅指向健康维护层面的主动性，更强调老年人口应当持续融入社会经济与文化生活的各个领域。需要指出的是，这一理念所覆盖的参与主体具有广泛包容性，既包括受过高等教育的老年知识分子，也涵盖广大普通老年群体。基于上述认识，适度推迟老年人口的退休年龄、有效推动其“再就业”进程，便成为推进积极老龄化、回应现实需求的必然选择。

2021年我国发布《中共中央 国务院关于加强新时代老龄工作的意见》²，意见表明我国需要将如何解决人口老龄化与满足老年人的需求相结合。并且提出一系列举措，包括促进老年人的社会参与、培育银发经济、健全养老服务体系、完善老年人健康支撑体系等。以政策为导向，资本也纷纷布局老年赛道。一方面，各大手机厂商不断对自己对产品进行适老化改造。另一方面，各大主流APP还对软件进行了适老化改造，比如抖音推出了“长辈模式”，快手推出“大字模式”等。以抖音为代表的短视频平台及其衍生工具“剪映”，凭借简化的功能设计与标准化剪辑模板，形成了对老年内容创作者的技术赋能机制。这种被戏称为“傻瓜型”的操作逻辑，在客观上降低了视频制作的难度，缓解了老年群体面对数字工具时的技术焦虑，从而为其从“被动的数字难民”转化为“主动的内容生产者”提供了物质基础与技术条件。正是政策引导与资本介入的叠加效应，构成了银发网红群体兴起的重要制度环境。

2.3. 内部动力：银发群体社交与自我实现的需要

社交是社会上人与人之间的社会交往，是人们通过特定的行为、手段、工具来进行信息传递、思想交换的社会性活动。银发人群同样具有社交的需求。“银发网红”的走红一定程度上也离不开银发群体对社交的需求。

传统社交方式难以满足部分老人的交往需求，因此他们开始寻找更为丰富的社交渠道，短视频平台的出现恰好为其提供了这样一种线上的社交空间：一方面，老年人通过平台获取资讯、拍摄视频表达个

²https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5659511.htm

人观点，并与评论区用户进行互动，以此实现非面对面的社会交往；另一方面，直播功能的实时互动特性，使银发网红能够与屏幕另一端“看不见的朋友”进行同步交流，这种线上社交活动在一定程度上缓解了老年人的孤独感，回应了其情感联结的内在需求。值得注意的是，银发网红的社会交往并非仅限于网络平台，以工作需求为联结的线下互动同样成为满足其社交需求的方式。银发网红内容创作往往需要与运营团队成员、商业合作伙伴就拍摄内容与环节进行持续的沟通协调。以“我是T姥姥”与同为银发网红的“Z大爷”联动拍摄元气森林气泡水广告为例，为了达成理想的广告效果，两位老年创作者需要进行深入的前期沟通与现场配合。尽管这种互动以商业合作为基础，但在客观上也为参与者提供了线下的、面对面的社会交往机会，满足了其对现实社交的需求。

其次，对于“银发网红”来说，无论是不经意间的走红，还是筹备已久地走红，都能够让其在有限的生命中实现个人的价值。一方面，通过视频的展示来让更多人了解并且喜欢上自己，可以让“银发网红”在知命之年享受被关注被喜欢的愉悦。另一方面，一些“银发网红”通过发表自己的看法而走红，并且被相当数量的用户肯定，这种正向的反馈不仅激发了老年创作者自身的潜能与创造力，更帮助其在社会层面赢得尊重，甚至实现年轻时未曾满足的“获得关注、地位与声望”的需求。从社会心理学角度看，银发网红现象为老年群体在数字时代重构自我认同、延续社会生命活力提供了一条可借鉴的路径。

3. 银发网红的社会角色类型与身份建构

在积极老龄化视角下，银发网红并非以单一身份“老年标签”出现在公众视野中，而是呈现出多元、立体、富有张力的形象特征。通过对当前活跃于短视频平台的老年内容创作者进行系统观察与类型化分析，可以将其形象特点归纳为以下四种类型。

3.1. 代际文化融合下非典型老年形象

该部分银发网红将自身特点融合年轻潮流，塑造出了一种充满反差感的形象，这种形象代表着传统与潮流的碰撞，打破了受众对于银发一族“保守”“落伍”的刻板印象[4]。例如，“时尚奶奶”中的成员虽年逾花甲，却身着潮牌、走秀T台、拍摄时尚大片，以极具视觉冲击力的方式重新定义了老年女性的形象边界。这种传统与潮流的碰撞不仅制造了传播上的“反差萌”效应，更在符号层面上解构了年龄与行为之间的刻板关联，展现出老年人同样可以具备时代感与审美表达能力的可能性。

3.2. 家庭伦理与情感共鸣型长者形象

这一类银发网红则以温和、亲切、富有生活智慧的长者姿态出现，成为连接代际情感、唤起集体记忆的重要媒介人物。这类网红通常以讲述人生经历、分享家庭琐事、传授生活经验为主要内容形式，其话语风格朴实自然，情感表达真挚温暖。例如，“末那”中的父亲形象，通过温润的语言与细腻的互动，建立起类似“邻家爷爷”的情感连接，使不同年龄段的观众都能从中获得情感慰藉与身份认同。这种长者形象在传播过程中承担了情感纽带的功能，有助于缓解代际隔阂，强化家庭伦理与社会信任。

3.3. 幽默亲民老顽童形象

这部分银发网红刻意弱化年龄的严肃性，以幽默、自嘲、夸张的方式参与内容创作，呈现出“老顽童”式的叙事风格。例如，“T姥姥”通过夸张的语速、真实的反应和极具代入感的家庭互动场景，成功塑造了一位接地气、爱吐槽、充满烟火气的老年女性形象。在碎片化的媒介环境下，银发网红幽默的形象因此得以在粉丝和观众心目中留下深刻的印象[5]。同时也在不自觉中传播了积极老龄化所倡导的乐观、开放与参与精神。

3.4. 专业底蕴与人生阅历并重的智慧长者形象

还有一类银发网红以专业知识和人生阅历为核心竞争力，以知识分享者的身份参与传播实践。其形象往往具有明显的教育属性，内容涵盖历史、医学、传统技艺、人生哲理等领域。例如，“阿木”凭借娴熟的木工技艺与对传统工艺的执着热爱，以沉浸式的手工艺制作视频赢得广泛关注，其形象兼具技术权威与文化传承者的双重属性。智者型银发网红的存在，不仅打破了老年群体“数字能力低下”的偏见，也在知识传播层面凸显了老年人在文化延续与社会教育中的不可替代性。

4. “银发网红”现象的社会效果

4.1. 塑造新形象，唤起老年群体潜力

长期以来，在媒体的报道呈现中，老年形象往往与衰弱、孤独、被动等负面标签相关联，缺乏积极正向的形象展示。老年人如果长久接触关于自身形象的负面信息，则容易陷入一种“自证”的预言，也就是自身的行为与其所接受和认同的负面信息越来越相似。银发网红的出现打破了这刻板印象，通过展示积极、健康、时尚的形象，呈现老年人的活力和多样性[6]。例如，北海爷爷记录人生中第一次烫头的视频，获得了234.1万个赞，有网友评论“精致的帅爷爷”。“银发网红”通过呈现出精致、活跃、富有生命力的晚年生活状态，为同龄观众提供了“原来老年生活也可以这样过”的替代性想象。这种榜样效应不仅缓解了部分老年人对衰老的焦虑心理，也激发了其主动参与社会活动、尝试新鲜事物、经营晚年生活的主观能动性。并且很多银发网红具有“草根”特征，进一步深化老年人对这一群体的身份认同，唤起潜在的积极老年群体的潜力。从积极老龄化理论来看，银发网红在无形中扮演了“同辈激励者”的角色，推动了老年群体从被动养老向主动享老的观念转变。

4.2. 缓解“老年歧视”，形成积极老龄观

大众媒介的报道不仅会对老年群体产生影响，同时也对受众的老年观产生教化作用。长期以来，主流媒体与商业平台的内容生产多围绕青年群体展开，老年人要么被边缘化，要么被刻画为需要帮助的弱势对象。以至于传统的老龄观认为，随着人们年岁的增长，人的生命处于一个动态的衰退过程，并逐渐被社会所遗忘。加之媒体展现出的形象与现实生活中的真实形象存在一定差距，一些固执无理、体弱色衰等负面形象的长期报道，使社会公众在潜移默化中便形成了对于老人一些污名化的刻板印象，也就是所谓的“老年歧视主义”[7]。银发网红的出现丰富了媒介内容多样性，在一定程度上缓解了长期存在的“老年歧视”现象，改变了年轻群体的老龄观。比如有网友在“只穿高跟鞋的汪奶奶”视频下方评论：“但愿我老了也能像奶奶一样，有勇气做自己想做的事”“汪奶奶活出了每个女性都渴望的生活模样”“全国老年人的楷模”。观念引导行动，当社会上的年轻群体形成了对老年人的积极印象后，他们便会在精神上更加敬重爱戴老年人，在行为上、政策上、服务上展现出有利于老年人发展的倾向。并且促进其积极老龄观的形成，接受我们每个人都终将变老的事实，并认识到老人仍然可以创造价值。从长远来看，银发网红积极向上的形象打破社会对于老年人的刻板印象，提高老年群体的媒介能见度，通过移情效应唤起老年群体的潜力，促进整个社会积极老龄观的形成[8]，在全社会形成积极的良好氛围。

4.3. 增进代际理解，制造跨代际的情感共鸣

代际关系的和谐是构建老龄友好型社会的重要维度。然而，在现实语境中，年轻群体与老年群体之间普遍存在着认知隔阂与刻板印象，这种年龄偏见不仅表现为对老年人能力、审美、价值观的轻视与否定，更在深层次上导致了代际对话的断裂。银发网红的出现，恰好在年轻群体与老年群体之间搭建了一

座具有情感温度的沟通桥梁——他们以同龄人的身份进入年轻受众的视野，通过内容生产与互动实践，在认知、情感与行为等方面系统性地消解了年龄偏见，促进了代际之间的理解与认同。银发网红与年轻群体之间的代际理解，并非单向的“老年人向年轻人证明自己”，而是双向的互动与共建。短视频平台的评论区、直播间、合拍功能等技术机制，为不同年龄段的用户提供了低门槛、高频次的互动可能。在这种互动中，代际对话不再是正式、严肃的家庭教育或社会宣传，而转变为轻松、自发的日常交流。典型案例是抖音平台上部分银发网红与年轻粉丝之间的“反向代际指导”现象。当“银发网红”分享一款新潮应用的使用体验、一种网络流行语的解读，甚至对某一社会热点发表看法时，年轻粉丝往往会主动在评论区进行补充、纠正或调侃。这种互动中，年龄不再是话语权的决定性因素——老年人的经验优势与年轻人的信息优势在对话中形成互补，而非对立。更为关键的是，这种平等的互动模式在潜移默化中塑造了年轻群体对代际关系的认知图式：代际沟通不必是自上而下的教诲或自下而上的服从，而可以是基于平等、尊重与好奇心的双向交流。

4.4. 银发网红的现象的潜在风险

在探讨老年网红对积极老龄化发展过程中推动作用的同时，我们不能否认的是受制于心理和身体的双重制约，银发人群在媒介化社会中会面临多种不确定性和挑战[9]。在高度规模化发展与商业化运营的深度介入下，银发网红在传播实践中逐渐暴露出的若干问题与困境制约着银发网红自身的可持续发展，也在一定程度上消解了其本应承载的积极老龄化价值导向。银发网红的兴起初期，多以个体自发创作、家庭亲友协助运营为主要模式，呈现出较强的自主性与真实性。然而，随着“银发经济”潜力的释放与MCN机构的规模化介入，越来越多的银发网红被纳入专业化、工业化、流量导向的内容生产体系。这种商业变现引发了老年创作者在传播关系中的主体地位失衡问题。

部分银发网红在签约MCN机构后，其选题方向、叙事风格、出镜频率乃至语言表达均受到幕后团队的严格把控，老年人从“主动表达的主体”异化为“按照脚本表演的工具”。例如，某知名银发网红曾被曝出视频内容完全由团队策划、拍摄与剪辑，老人仅负责出镜表演，其个人意愿与生活经验在内容中几乎无从体现。这种“被代言”“被表演”的模式，实质上剥夺了老年人作为传播主体的能动性，使其沦为资本逻辑下的流量商品。加之，在银发网红的商业变现环节中，老年创作者往往处于弱势地位。由于大部分老年人缺乏法律意识、合同审阅能力与议价谈判经验，其在签约过程中容易被以“机会提供者”自居的机构压低分成比例。更为严重的是，商业化的内容生产要求高频更新、持续互动与数据导向的选题优化，这对老年人的身体状况与心理承受能力构成了严峻挑战。部分银发网红在走红后被迫参与密集的拍摄、直播带货、线下活动，出现疲劳过度、健康恶化甚至猝死风险。与此同时，来自网络舆论的压力、负面评论的冲击以及流量波动的焦虑，也可能对老年人的心理健康造成不可忽视的伤害。当积极老龄化所倡导的“健康参与”异化为“透支式劳动”时，银发网红的传播实践便与初衷背道而驰。

5. 促进“银发网红”现象健康发展的建议

5.1. 构建全社会数字反哺体系

数字反哺指的是年轻一代在数字技术使用、媒介素养与网络文化理解等方面对长辈进行反向教导与支持的过程。对于诸多银发网红而言，虽然他们借助自身努力、技术反哺、政策扶持与流量激励，实现了从“边缘围观”到“公共可见”的初步跃迁，但由于触网时间较短、技术迭代速度快及学习能力相对放缓，深层的“数字鸿沟”依然制约着其社会角色的持续重构与积极老龄化实践[10]。因此，数字反哺不仅是老年人成功触网的技术前提，更是破解商业化困境、激发内容创新、保障主体尊严的重要机制。从家庭层面到社会层面，构建系统性的数字反哺体系，对于促进银发网红现象的健康发展具有基础性意义。

家庭内部的代际协作支持不仅可以帮助老年人克服技术门槛、提升内容质量,更能在商业合作谈判、合同审查、收益分配等关键环节发挥监护与辅助作用。大量成功的银发网红案例表明,老年创作者背后往往有子女或孙辈作为拍摄、剪辑、运营与风险把控的支持力量。家庭内部的数字反哺应当从“替老人做”转向“教老人做”与“陪老人做”,在保障效率的同时,尊重并强化老年人的主体地位。鼓励子女与老年父母共同策划内容、共同面对网络舆论、共同分享创作成果,使银发网红的传播实践成为增进代际情感、传承家庭文化的纽带,从而在微观层面实现积极老龄化。同时,除了家庭内部的支持,社区、老年大学、公益组织等社会机构也应当参与到数字反哺体系的建设中来^[11]。可开设针对老年内容创作者的专题培训课程,内容涵盖短视频拍摄技巧、账号运营基础、网络安全知识、商业合作风险识别等。鼓励年轻志愿者以“数字伙伴”的形式与老年创作者结对,提供长期、稳定、个性化的技术支持与心理陪伴。

5.2. 平台的责任规制：优化权益保障

短视频平台作为银发网红内容生产与传播的基础设施,在塑造传播生态、规范商业合作等方面拥有不可替代的制度性权力,应当承担起相应的社会责任。通过制度设计与技术手段,为银发网红的健康发展提供制度保障,助力其社会角色的有序重构与积极老龄化实践。针对部分 MCN 机构通过“代运营”“代出境”等方式制造“伪银发网红”的现象,平台应当建立更为严格的身份认证与内容真实性审核机制。同时针对老年人法律意识薄弱问题,制定老年创作者权益保护指南,为银发网红提供合同审查、收益核算、隐私保护等方面的标准范本与咨询服务。过制度化的权益保障机制,降低老年创作者在商业化合作中的信息弱势与谈判劣势,使其能够在相对公平的环境中参与内容生产与价值分配。此外,平台还可优化算法推荐机制,鼓励老年内容的多样呈现。例如,设立“银发创作者激励计划”,开辟“老年生活多样性”专属推荐通道,以此吸引更多老年创作者加入,丰富积极老龄化的实践路径,推动银发人群从社会边缘走向公共表达的可见中心。

6. 结语

银发网红的兴起,既是人口老龄化与数字社会双重转型交织下的时代产物,也是老年群体主动打破刻板印象、重构社会角色的生动实践。本研究从积极老龄化视角出发,考察了抖音平台银发网红的传播实践,发现这一群体以非典型老年、情感型长者、老顽童、智慧长者等多元形象进入公众视野,在塑造积极老龄观、缓解老年歧视、增进代际理解等方面发挥了积极作用。然而,随着资本与 MCN 机构的深度介入,银发网红在从边缘走向可见的过程中,也面临主体性弱化、身份被代劳、内容模式化等现实困境,其传播实践存在从“主动表达”异化为“被动表演”的风险。

银发网红现象的健康发展,不能仅依赖个体老年人的自我调适,而需要家庭、平台与社会的协同发力。家庭层面的数字反哺应从“替老人做”转向“教老人做”与“陪老人做”,在技术支持的同时尊重并强化老年人的主体地位;平台层面应建立健全身份认证、权益保障与算法激励机制,为老年创作者提供公平、可持续的内容生产环境;社会层面则需进一步营造积极老龄化的文化氛围,推动老年群体从社会边缘真正走向公共表达的可见中心。唯有如此,银发网红才能超越流量逻辑的裹挟,成为积极老龄化进程中真正有力量、有尊严的文化参与者。

参考文献

- [1] 徐建中. 银发经济蓝皮书: 中国银发经济发展报告(2025) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2026.
- [2] 温婧. 积极老龄化背景下“银发网红”现象及社会效应[J]. 石河子大学学报: 哲学社会科学版, 2025, 39(6): 48-53.
- [3] 吴炜华, 姜保. 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.
- [4] 袁革. 论短视频“银发网红”的形象传播——以抖音为例[J]. 科技传播, 2022, 14(5): 113-117.
 - [5] 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.
 - [6] 张洋. 积极老龄化背景下抖音银发网红的形象建构、影响因素与社会意义[J]. 新媒体研究, 2025, 11(12): 84-88.
 - [7] 师曾志, 仁增卓玛. 生命传播与老龄化社会健康认知[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(2): 20-24.
 - [8] 谭晓云. 抖音短视频平台老年用户使用行为影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 电子科技大学, 2021.
 - [9] 姜学艳. 抖音平台“银发网红”现状、问题与改进研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2022.
 - [10] 武晓立. 跨越“数字鸿沟”: 社交媒体时代老年人媒介素养的提升[J]. 青年记者, 2020(25): 16-17.
 - [11] 顾雅婷. 抖音平台中银发网红的媒介形象建构研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2025.