

银发浪潮下的数字叙事：中老年网络微短剧的文化逻辑与治理路径

黄秋荣

四川大学新闻传播与出版学院，四川 成都

收稿日期：2026年6月11日；录用日期：2026年7月9日；发布日期：2026年7月17日

摘要

网络微短剧的蓬勃兴起，既是数字技术深度嵌入日常生活的必然产物，也是新大众文艺在平台时代的典型表征。中老年群体从数字时代的边缘地带走向微短剧消费的中心场域，这一现象并非单纯的市场扩张所致，而是老龄化社会结构与平台化文化生产逻辑相互叠合的产物。研究以中老年网络微短剧为研究对象，考察其在平台化生产机制中的叙事特征、情感逻辑与文化功能。研究发现，中老年微短剧以家庭伦理、情感怀旧与身份逆袭为主要叙事类型，通过高密度的情绪供给与类型化的角色设定，为银发群体提供了一种情感代偿与准社会联结的文化空间。然而，这一新兴文化形态同时面临内容同质化、价值偏差与消费陷阱等结构性困境。本文提出，中老年微短剧的健康有序发展，需要从创作提质、平台适老、监管完善与数字反哺四个维度构建多元协同的治理框架。

关键词

中老年群体，网络微短剧，平台化生产，情感代偿，适老化

Digital Narratives amidst the Silver Wave: Cultural Logic and Governance Paths of Online Micro-Dramas for Middle-Aged and Elderly Audiences

Qiurong Huang

School of Journalism, Communication and Publishing, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: June 11, 2026; accepted: July 9, 2026; published: July 17, 2026

文章引用：黄秋荣. 银发浪潮下的数字叙事：中老年网络微短剧的文化逻辑与治理路径[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(7): 167-175. DOI: 10.12677/jc.2026.147188

Abstract

The booming rise of “Online Micro-Dramas” is not only the inevitable outcome of digital technology deeply embedded in daily life, but also a typical manifestation of new mass culture in the platform era. The transition of middle-aged and elderly groups from the margins of the digital age to the center field of short-form drama consumption is not merely driven by pure market expansion, but is the product of the intersection between an aging social structure and the logic of platformized cultural production. Taking short-form web dramas for middle-aged and elderly audiences as the research object, this study examines their narrative characteristics, emotional logic, and cultural functions within the mechanism of platformized production. The study finds that these short-form dramas primarily adopt narrative tropes such as family ethics, emotional nostalgia, and underdog counterattack (identity reversal). Through high-density emotional supply and typified character settings, they provide a cultural space of emotional compensation and parasocial connection for the silver demographic. However, this emerging cultural form simultaneously faces structural dilemmas such as content homogenization, value deviation, and consumption traps. This paper proposes that the healthy and orderly development of short-form dramas for the middle-aged and elderly requires the construction of a multi-agent synergistic governance framework from four dimensions: quality improvement in creation, age-friendly platform adaptation, regulatory perfection, and digital reverse socialization.

Keywords

Middle-Aged and Elderly Groups, Online Micro-Dramas, Platformized Production, Emotional Compensation, Age-Friendly Adaptation

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：数字化与老龄化交叠中的文化命题

数字技术的纵深发展正在深刻重塑当代中国的文化生产格局。当算法推荐成为内容分发的基础设施，当竖屏视频取代横屏叙事成为日常观看的主流形态，一种植根于数字沃土、由全民参与的新型文艺形态——新大众文艺——正在崛起。在互联网、人工智能与数字媒介深度嵌入社会肌理的当下，新大众文艺的兴起标志着一种由技术驱动、全民参与的文化范式正在确立。新大众文艺本质上是在“新媒体”环境下对“新大众”主体进行重塑的过程中所催生的“新文艺”形态[1]。

在新大众文艺的诸多形态中，网络微短剧以其迅猛的发展态势与广泛的用户渗透力，成为理解这一新型文艺生产机制最具代表性的样本。数据显示，2025 年上线播出的微短剧数量已达 3.3 万部，覆盖近 7 亿用户，市场规模较 2024 年翻番。微短剧以单集时长短、叙事节奏紧凑、竖屏交互等视听特征，在重构传统影视生产逻辑的同时，也重塑了大众的文化消费模式与审美习惯[2]。

社会学与人类学的日常生活研究已经揭示了日常生活的生成性，它作为人类活动的基本形态，不断孕育新的社会现象，因而本身就值得研究；与此同时，人们也通过日常生活实践进行意义生产，为自身和外在世界创造新的价值[3]。在这场由数字技术驱动的文化消费变革中，长期处于媒介叙事边缘的中老年群体正成为日益重要的参与者。《2024 微短剧行业生态洞察报告》显示，近一半的中老年人每天都会观看网络微短剧，82.3%的中老年人每周至少观看一次[4]。据《2025 年微短剧阶段性发展报告》，微短

剧用户中 40 至 59 岁的人群占比约为 36.7%，60 岁以上人群占比约为 15.8%，且呈现持续增长态势[5]。红果短剧、河马剧场等平台吸引了大量银发用户，《闪婚老伴是豪门》《60 芳华正当年》等老年题材微短剧持续保持较高热度。

这一现象并非孤立的产业事件，而是两个宏观社会趋势的交汇：一方面，中国正加速步入中度老龄化社会，老年群体的精神文化需求日益凸显；另一方面，数字技术的普及正在突破年龄壁垒，将越来越多的中老年人纳入新媒体文化的参与场域。中老年群体在文化生产链条与传播结构中的角色正经历重塑——他们不再仅仅是数字时代的“难民”或“移民”，而是逐渐成为文化内容的主动消费者乃至意义生产的参与者。本文以中老年网络微短剧为研究对象，在平台化理论视角下，考察其叙事类型、情感机制与文化功能，剖析其面临的结构性困境，并在此基础上探讨中老年微短剧健康有序发展的可能路径。研究力图回应以下问题：中老年微短剧呈现了怎样的叙事特征与文化逻辑？它为何能够在中老年群体中获得广泛的接受与深度的情感投入？这一新兴文化形态面临着怎样的困境与挑战？如何通过多元主体的协同治理推动其良性发展？

2. 平台化理论下的微短剧生产

微短剧的爆发式增长，已使其成为理解数字时代文化生产逻辑结构性重塑的核心样本。何塞·范·迪克等学者提出的“平台社会”概念，深刻揭示了网络平台与社会结构的不可分割关系——平台媒体已不再仅仅是技术中介，而是逐渐渗透至社会制度与日常实践的各个层面。在这一宏观背景下，“平台化”研究应运而生，强调在线应用程序如何通过其基础设施、商业模式与治理机制，主动塑造文化和社会生活的过程[6]。微短剧的爆发式增长不仅是一种内容形态的更迭，更关涉数字平台对社会文化生产方式的系统性重组。有学者从“平台”到“平台化”的理论框架，为理解这一进程提供了关键认识论工具：平台研究正从对技术架构与商业模式的内部考察，转向对平台影响力向社会诸领域延伸的过程性审视。“平台化”因而不仅是平台经济扩张的经验现象，更构成观察媒介与社会相互转型的理论棱镜[7]。就微短剧生产而言，平台化的解释力在于，它要求研究者不再将微短剧视为在既定平台容器中流动的内容产品，而是追问数字平台如何通过基础设施层、市场层与治理层的逐级渗透，重构微短剧从创意生成、制作分发到价值实现的全链条逻辑。

平台化对微短剧生产最深刻的介入在于媒介逻辑的制度化迁移。借鉴媒介化理论中“强媒介化”的界定，众多社会活动正在转换为平台形式——创作依赖平台界面交互、传播受算法排序支配、收益经由数据化流量变现[8]。在微短剧场域，传统影视生产以叙事完整性为中心的价值评判体系，逐渐让位于以完播率、互动密度与情绪唤醒度为指标的平台适配逻辑。叙事节奏被打散为三秒定生死的前置钩子，情节密度服从于数据反馈的实时调试。但这并不意味着存在单一、预先给定的“平台逻辑”；事实上，平台化作为一种动态过程，其影响机制的展开始终伴随既有制度逻辑的抵抗与协商。

微短剧的爆发式增长，已使其成为理解数字时代文化生产逻辑结构性重塑的核心样本。具体而言，平台通过数据化的用户行为建模，直接调控内容在关键入口的曝光程度，使流量竞争自上游创作阶段即被制度化。在这一机制下，微短剧的内容形态从传统的“作品”演变为动态的“文化单元”，其本体由“叙事作品”逐步演化为“数据化存在体”——这意味着微短剧的文化功能不再局限于叙事表达，而是深度嵌入平台的数据流通与注意力竞争之中。

3. 平台化生产与年龄叙事的生成机制

（一）微短剧的媒介形态与生产逻辑

理解中老年微短剧的文化逻辑，首先需要认识微短剧这一媒介形态的基本特征。微短剧一般指单集

时长从数十秒到二十分钟以内、具备相对明确的主题主线与连续完整故事情节的网络剧集作品。其核心媒介特征可概括为三个方面。

(1) 竖屏制式与碎片化适配。

微短剧普遍采用 9:16 的竖屏画幅，这并非简单的画幅裁剪，而是一种基于便利逻辑的媒介适应性选择。在手机终端与短视频平台流量逻辑的共同作用下，竖屏成为最适配用户碎片化消费场景的视觉方案。竖屏天然不擅长展现宏大叙事与复杂场面调度，却擅长通过近景与中景调动用户情绪——这一形式特征深刻影响了微短剧的叙事语法。

(2) “投流”驱动的传播模式。

微短剧构建了一套以流量投放为核心的传播机制，形成分工明确、高速运转的标准化生产线。剧本创作呈现出显著的模板化特征，以快速响应市场风向。这种对生产效能的极致追求，高度依赖于平台的大数据分析与定向投流机制，使得微短剧能够以极低成本进行市场测试并实时调整策略。

(3) 数据逻辑对叙事的深度嵌入。

在平台化生产体系中，内容并非一次性创作完成的“作品”，而是处于持续测试、反馈与复制循环中的“产品”。平台通过数据指标不断筛选“有效叙事”，并将其转化为可被快速复制的内容模板。一位微短剧创作者坦言：“我们写剧本其实是在跟数据对话，哪一类角色跑得快，后面就会一直写下去，很少有人敢完全另起一套。”这种生产机制为年龄叙事的类型化埋下了结构性伏笔。

(二) “被看见”与“被制造”：年龄可见性的双重性编码方式

在平台化生产的逻辑下，中老年群体的形象与故事并非自然而然地进入叙事场域，而是被一套特定的编码机制所塑造。从角色功能来看，中老年角色在微短剧中往往以高度功能化的方式出现，其叙事任务集中于推动冲突、完成情绪转折。从演员选用来看，平台化生产进一步强化了年龄的符号化倾向。由于拍摄强度的约束与风险控制的需要，制作方更倾向于使用能够稳定完成拍摄任务的年轻演员，通过化妆与表演技巧“扮老”来呈现中老年角色。“我们要的是‘看起来像’，而不是‘真的老’，只要观众一眼能识别，真实年龄并不重要。”^[9]这一行业惯例表明，平台需要的并非真实的年龄和经验，而是符合叙事预期的年龄形象。

由此，中老年网络微短剧中的年龄叙事呈现出一种吊诡的状态：中老年群体的文化可见性前所未有地提升了，但可见的内容却可能是被平台逻辑重塑后的年龄想象。有研究者指出：“中老年微短剧通过时空场景的精心还原，再现特定历史时期的生活图景，以此唤醒观众的怀旧情结，以具象场景对观众产生情感冲击，强化中老年群体的身份归属感”^[10]。中老年微短剧确实打破了传统影视作品中对中老年群体的边缘化处理方式。它将镜头对准这一群体的日常生活、情感世界和精神追求，在角色塑造上颠覆了传统影视中中老年群体单一、被动、依赖他人的刻板形象，将其塑造成具有独立人格的个体。

另一方面，这种可见性被限定在有限的叙事框架内。当某类中老年角色在平台上获得较高点击率后，类似设定便会被反复调用，成为内容生产的“安全选项”。于是，“霸总父母”“逆袭老人”“恶婆婆”等类型化形象被不断复制。年龄的文化意义在复制中逐渐脱离具体的中老年主体，转而服务于叙事效率与商业逻辑。这种“虚假自由”揭示了平台化生产中年龄叙事的结构性困境。

4. 情感代偿与准社会联结：中老年微短剧的接受逻辑

(一) 情感需求的结构性缺口

理解中老年群体对微短剧的深度卷入，不能仅从媒介技术或内容形态的角度加以解释，更需要回到中老年群体所处的社会结构位置与情感状态。

中国科学院心理研究所与社会科学文献出版社联合主办的《心理健康蓝皮书：中国国民心理健康发

展报告(2023~2024)》显示,老年人因社交圈缩小、子女陪伴缺失、身体状况等因素,易出现焦虑情绪。从积极老龄化理论的视角来看,现代老年人表现出强烈的社会参与意愿,他们拒绝被边缘化,希望通过文化消费保持与社会的连接。与此同时,老年人面临着数字鸿沟与社会参与的双重挑战——他们既希望掌握数字技能以避免成为“信息孤岛”,又期待通过数字内容实现代际沟通。

在这种结构张力中,微短剧等轻量化内容形态因其技术门槛低、互动性强,成为老年人融入数字时代的理想切入点。短视频、微短剧等内容已成为其日常数字消费的重要选择,这类轻量化信息载体在其社会参与实践中发挥着连接外界的作用。观看微短剧,可以被理解为老年人通过文化消费获得情感慰藉与心理补偿的一种代偿形式。

(二) 准社会互动与情感代偿机制

从接受心理的角度审视,中老年微短剧的吸引力不仅来自其娱乐功能,更来自其提供一种特殊的“准社会联结”。微短剧以短小精悍、直抒胸臆的表达,演绎中老年用户喜闻乐见的故事情节,成为其重要的情感依托。沉浸于与剧中人物的情感互动时,用户自身的社会参与感和存在感得到重拾,进而唤起对现实人际联结的渴望。这种“准社会联结”在很大程度上弥补了中老年人现实交往的缺失,缓解了孤独感和疏离感。中老年用户并非被动地接受内容,而是基于自身的生活阅历、价值观念、情感状态,对作品所呈现的故事情境、人物遭遇、情感表达进行解读和意义建构。其次中老年微短剧在叙事上致力于反映中老年人的社会处境、贴近其心理需求。情节大多围绕家庭琐事、邻里纠纷、老年再婚、退休生活等日常生活展开。如《今生有你》呈现了单身中老年女性可能面临的关系困境——儿子的不孝、儿媳的算计、邻居的冷漠——在一定程度上触及了老年人的真实生活境况。有研究者指出:“中老年微短剧通过时空场景的精心还原,再现特定历史时期的生活图景,以此唤醒观众的怀旧情结,以具象场景对观众产生情感冲击,强化中老年群体的身份归属感,也通过鲜明的时代符号壁垒,无形中构筑了年轻观众难以共情的文化边界。”^[11]这类作品通常选取生活化的场景作为故事的主要发生地,如家中的客厅、卧室,小区空地,老年人日常活动的公园、广场等。这些普通日常、令人感到熟悉的生活场景,既有助于激发观众的代入感与情感共鸣,又容易集中展现情节中的矛盾点。

部分中老年观众因担心与年轻人想法脱节、难以和子女交流,便通过追剧的方式了解年轻人的生活节奏和想法,并特别留意剧中年轻人如何处理现实矛盾和人与人之间的关系,以及年长一辈如何与年轻人进行有效沟通。因此,家庭伦理类微短剧对家庭日常的讲述,在客观上为中老年人提供了一条寻找生活矛盾解决方法的认知渠道。

(三) 爽感体验与认知冲突的张力

中老年微短剧的情感满足并非单一的慰藉,而是在“爽感”与“共鸣”之间形成了一种复杂的张力结构。微短剧以短时长、快节奏为特点,致力于在短时间内为受众密集输送情绪。老年题材微短剧也通过高密度的反转、身份逆袭与情感刺激,为老年观众提供了从剧情张力到视听刺激的多层次爽感体验。早期微短剧大量运用逆袭、复仇、暴富等“爽点”元素,通过强烈的冲突和反转,让观众在短时间内获得情感上的宣泄和满足。这种踩“爽点”的模式在吸引中老年观众注意力方面效果显著——《闪婚老伴是豪门》上线后连续五日霸榜第一,抖音话题量超25亿,便是明证。

但从长远来看,这种模式的局限性也日渐显现。“爽点”元素往往缺乏深度和内涵,容易使观众产生审美疲劳,难以形成长期而稳定的情感连接。更为关键的是,部分微短剧制作商过分追求效率与利益最大化,将缺乏逻辑、不讲常识的内容当作剧情炒作的“万金油”,使本该温暖的银发叙事在“流量为王”的逻辑下传递出低俗、扭曲的价值观。当蓄意激化矛盾的剧情和脸谱化的人物反复出现时,难免会影响中老年群体对现实生活的认知,给个人生活平添烦恼与矛盾。

中老年用户期待视野与微短剧内容间的认知冲突,根源在于部分创作者对老年生活的替代性想象—

—其情节呈现脱离了老年人的真实经验，是年轻创作者对老年生活的想象性建构。这一矛盾对老年题材微短剧的未来生产提出了新的挑战。

5. 失序与规制：中老年微短剧的结构困境

（一）内容生产的同质化危机

在资本入局与流量红利的双重驱动下，微短剧行业呈现出“野蛮生长”的发展态势，同时也面临盲目追求数量扩张而忽视质量沉淀的发展困境。这一问题在老年微短剧领域尤为突出。老年微短剧在创作上存在明显的同质化问题。大量作品聚焦宫廷心计、豪门霸总、神医等主题，缺少对老年群体偏好的深度思考。部分作品内容局限于夸张化叙事，忽视了老年群体的真正内心需求。《人生何处不逢春》《被弃后，我成了他高攀不起的人》等作品，均以“老年主角从困境到逆袭成功”为核心剧情，创作内容高度雷同。同质化的根源在于工业化的创作模式。一方面，微短剧行业呈现出“白热化”的竞争态势，创作者倾向于选择已经被市场验证的剧本故事以规避风险。另一方面，微短剧的制作周期短、成本低，整体的创作过程仍相对粗糙，加之素人演员比例高(尤其是中老年演员)，有限的表演经验让角色的呈现显得单薄。有业内人士指出，部分老年题材微短剧的故事情节、情感逻辑与老年人的真实处境并不一致，是年轻创作者对老年生活的替代性想象。

尽管存在上述问题，从艺术的社会功能角度来看，老年题材微短剧所塑造的晚年生活依然为老年群体提供了新的图景与参考，也为其在晚年建构自我认同、确定生活意义提供了新的想象可能性。问题在于，如何使这种想象可能性从单一的“逆袭”叙事拓展为更加丰富多元的老年生命图景。

（二）价值观偏差与社会认知风险

中老年微短剧的另一个深层困境在于其价值观传递的偏差。部分作品为追求戏剧效果而刻意夸大社会矛盾，将老年群体塑造为“弱势受害者”或“偏执反派”，不但偏离了老年群体的真实形象，也降低了作品的艺术价值。广电总局网络视听司在2024年10月发布的《管理提示（中老年题材微短剧）》中明确指出，部分微短剧“为吸引眼球故意制造冲突、设计狗血情节，传递违背时代潮流、不符合时代精神的价值观念”，并提出了“三鼓励、三扭转”的创作导向^[12]。具体而言，这种价值观偏差主要体现在三个方面。其一，蓄意激化代际矛盾，将家庭伦理剧异化为“家庭战争剧”。其二，脸谱化的人物塑造——善良者毫无瑕疵，邪恶者一无是处——消解了人物形象的复杂性。其三，将物质成功(嫁入豪门、逆袭暴富)作为人生价值的唯一标尺，窄化了老年生活可能的意义空间。当这类偏激的价值理念反复出现在微短剧中时，可能产生三重负面影响：扭曲中老年群体对现实生活的认知，加剧代际之间的隔阂与误解，强化社会对老年群体的刻板印象。这不仅是美学层面的问题，更涉及媒介伦理与社会责任。

（三）适老化缺失与消费权益侵蚀

技术服务端的适老化缺失，构成了中老年微短剧发展的第三重困境。平台技术设计未充分适配老年群体生理与媒介使用特性，视觉层面存在字幕规格不达标、画面对比度不足等问题；操作层面存在界面层级复杂、“长辈模式”覆盖率低等问题，这些都加剧了数字鸿沟。

部分平台借技术设计设置消费陷阱，通过默认勾选、小字标注隐蔽推送自动续费，违反了《网络交易监督管理办法》的显著提醒等要求。中国消费者协会发布的《2024年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析》指出，短视频平台利用算法锁定老年群体，向其推送离奇、浮夸的微短剧，再以极低价格诱导其继续观看并默认开通免密支付，随后按集扣费并自动播放下一集，导致很大一部分中老年群体的消费权益受损^[13]。这种消费风险之所以值得警惕，在于其利用的恰恰是中老年群体对数字技术的陌生感与对情感慰藉的渴求——前者使其容易误触付费按钮而不自知，后者使其在情感投入的状态下更不设防地接受付费诱导。技术与情感的双重杠杆，放大了消费陷阱对中老年群体的侵害。

6. 多元协同：中老年微短剧的治理路径

(一) 内容提质：从“流量导向”到“价值引领”

中老年微短剧的健康发展，首先需要在内容创作层面实现从追逐短期流量到注重长期价值的转向。在创作理念上，应融入中华优秀传统文化基因，书写映照时代脉搏的集体记忆，或聚焦当下生活的温暖图景与精神家园。中老年用户期望接触表现家庭和睦、代际和顺、社会和谐等主题、传播正能量的微短剧故事。中老年题材微短剧一方面应注重发挥先进典型的辐射作用，用一个个鲜活的“身边故事”影响人、鼓舞人；另一方面，切忌刻意渲染以极端对立、仇恨、暴戾为主题的情节，应真实反映现实生活中的社会问题，展现普通人的情感与挣扎。在题材拓展上，应着力突破叙事单一、套路化等问题，深耕多元化题材。创作者应着重关注代际沟通、临终关怀、养老骗局、老年成长等老年群体在数字化时代面临的实际问题。中老年题材微短剧可以通过梳理文明演进的脉络，解读社会发展的内在逻辑，以跨越时空的叙事精准回应中老年群体沉淀半生的精神诉求，激活他们尘封的人生图景。在人才培养上，可建立老年题材微短剧创作者扶持计划，从老年短剧核心用户中筛选“智囊团”，组建专业人员与老年群体合作的创作团队，形成“代际共创”的良好生态。通过这样的机制，使中老年群体不仅是内容的消费者，也成为内容生产的参与者和质量监督者。

(二) 平台适老：界面优化与算法向善

平台作为微短剧生产与分发的核心枢纽，在推动中老年微短剧健康持续发展承担着不可推卸的社会责任。在界面设计上，平台应秉持“受众本位”的理念，针对老年人视力和听力衰退的状态，采用大字体与高对比度色彩、简化界面布局，增加语音功能和使用提示音辅助听觉体验。抖音平台推出的“长辈模式”便是一个有益的尝试——通过文字更大、设计更简明、看得更清晰的形式，更好地助力中老年群体数字融入。在操作流程上，应设计一键操作、提供清晰的操作引导与提示，简化付费流程，增加亲属确认支付、二次确认支付等方式，提升支付环节的防护能力。在算法机制上，平台应建立透明算法审核机制，避免中老年群体持续接触同质化内容而出现视野窄化、时间黑洞的现象。同时强化把关责任，运用人工智能技术检索关键词，对劣质内容加以审核，严格把关中老年微短剧中存在的消费陷阱。平台还应创建专属老年用户的客服通道，确保老年用户所遇到的问题得到及时解答。

(三) 制度保障：政策规范与监管完善

健全的制度环境是中老年微短剧市场健康发展的基本保障。当前，国家广播电视总局已出台多项规定文件推动网络微短剧行业健康发展。2024年6月，广电总局下发《关于微短剧备案最新工作提示》，对微短剧实行分类分层审核；10月，网络视听司发布《管理提示（中老年题材微短剧）》，明确了中老年题材微短剧的创作导向；2025年2月，广电总局发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》，要求所有微短剧均须持有《网络剧片发行许可证》或完成相应上线报备登记程序^[14]。

在此基础上，制度保障仍需进一步深化。在内容质量方面，应明确微短剧的内容标准与排播规范，形成正确价值导向下的网络微短剧内容体系。在版权保护方面，应严厉打击切片盗播、盗版盗链等侵权行为。在经济激励方面，可设立针对老年微短剧的创作补贴，对从事老年微短剧创作的公司提供政策扶持，激发创作动力。在数字素养方面，应通过社区教育、老年大学、在线课程等渠道，强化老年群体的媒介素养与消费维权意识。

(四) 数字反哺：代际沟通与社会支持

中老年微短剧治理的深层逻辑，在于构建一个从家庭到社区、从线上到线下的多元支持网络。在家庭层面，观看微短剧可以成为促进代际沟通的契机。家庭生活场景中，共同观看中老年微短剧可以促进

代际话题交流和情感凝聚,祖孙三代围赏短剧分享感悟,消弭代沟、传承文化价值观。家庭子女应通过代际沟通填补老年人精神需求缺口,既帮助老年人识别消费陷阱,也陪伴老年人拓展更加丰富的文化生活。

在社区层面,微短剧可以成为社交媒介,激发邻里讨论热情。社区可组织线下观影活动,增强社区归属感与凝聚力。社区工作人员应倾听中老年人媒介使用困境并给予帮助,及时督促其防范媒介沉迷与诱导消费。在线上社群中,中老年观众可以围绕短剧交流心得、创作衍生内容、组建兴趣小组,拓展社交圈、满足群体认同需求,实现从个体观影到群体社交互动的跨越。应积极开展“数字反哺”主题教育活动,进行“一对一”智能媒介操作指导,帮助并鼓励中老年人接触使用智能媒介技术。通过电视公益广告、广播栏目等传统媒体扩大“数字反哺”活动传播范围,营造后喻文化氛围。最终形成“政府-平台-用户”三者多元协同治理的模式体系——政府提供制度框架与政策引导,平台承担内容审核与技术适配责任,用户在参与中提升媒介素养并成为网络环境的守护者。

7. 结语：在数字时代重新想象老年

中老年网络微短剧的兴起,是数字化与老龄化两股社会浪潮交汇处的典型文化现象。它既反映了新大众文艺在平台时代的蓬勃活力,也暴露了平台化生产与文化多样性之间的内在张力。中老年微短剧填补了传统影视中长期存在的年龄表达缺位,为中老年群体提供了可感、可参与的象征性表达场域。它打破了主流叙事中对中老年群体的边缘化处理,在文化表征层面提升了中老年群体的可见性。它通过情感代偿与准社会联结的机制,在一定程度上缓解了中老年群体的孤独感与社会疏离感,满足了其情感需求与精神慰藉的需要。这种“被看见”可能以“被制造”为代价。在平台化生产的逻辑中,年龄被转化为可复制的叙事资源,中老年形象被锁定在“霸总父母”“逆袭老人”等有限的类型化框架中。真实的年龄经验、多样的生命历程,在追求叙事效率与商业回报的生产机制中被压缩、被简化。中老年微短剧目前面临的内容同质化、价值偏差与消费陷阱等困境,正是这一深层矛盾的外在表现。

因此,中老年微短剧的未来发展,既不能简单否定其积极的文化功能,也不应满足于产业扩张带来的表面繁荣。需要在认可其满足中老年群体精神文化需求积极作用的前提下,通过内容提质、平台适老、制度保障与数字反哺的多元协同,推动其从“有剧可看”走向“有好剧可看”,从“流量驱动”走向“价值引领”。

归根结底,中老年微短剧不仅是一个文化产业问题,更是一个关乎数亿老年人精神福祉的社会议题。在积极应对人口老龄化的国家战略下,如何让数字时代的文化产品真正服务于老年人的精神需求,如何让中老年群体从“被看见”走向“被理解”,是值得持续关注与深入研究的时代命题。

参考文献

- [1] 曾军. 新媒体·新大众·新文艺[J]. 中国文学批评, 2025(1): 39-46, 158.
- [2] 张诗奇. 广电总局: 2025 年有 3.3 万部微短剧上线播出 国内用户近 7 亿[EB/OL]. 2026-02-06. https://whcy.gmw.cn/2026-02/06/content_38582504.htm, 2026-02-16.
- [3] 郑震. 论日常生活[J]. 社会学研究, 2013(1): 65-88.
- [4] 2024 微短剧行业生态洞察报告[EB/OL]. <https://www.kdocs.cn/l/cs5rethRaqm8>, 2026-02-09.
- [5] 王丽. 微短剧: 6.96 亿用户“终极刷屏”是什么?[EB/OL]. https://www.cflac.org.cn/wywt/2025/xsd/xw/202507/t20250722_1348073.html, 2025-07-15.
- [6] 易前良. 平台研究: 数字媒介研究新领域——基于传播学与 STS 对话的学术考察[J]. 新闻与传播研究, 2021, 28(12): 58-75, 127.
- [7] 贾瑞雪. 打开“黑箱”: 平台社会视野下个人数据收集的结构特征[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(7): 38-54, 127.
- [8] 贾瑞雪. 从“平台”到“平台化”: 现实基础、理论视野及研究路径[J]. 新闻与传播研究, 2024, 31(10): 54-70, 127.

-
- [9] 柳奕涵, 许雨欣. 银发经济与微短剧适老化转型的耦合发展研究——基于老年群体精神需求升级视角[J]. 戏剧之家, 2026(10): 65-68.
- [10] 冷淞. 中老年网络微短剧的文化建构研究[J]. 中国社会科学院大学学报, 2026, 46(4): 60-73, 134, 137.
- [11] 庞祎然, 张莉. 唤醒·共鸣·扩散: 互动仪式视域下中老年微短剧的情感传播[J]. 新闻知识, 2025(6): 67-71, 95.
- [12] 李漫琦. 中老年微短剧传播研究: 内容、效果与优化[J]. 新闻传播, 2026(11): 44-46.
- [13] 朱新宇, 张聪. 社会隔离感与老年人沉迷网络微短剧的关联: 情感空虚与娱乐需求的链式中介反应[J]. 北京印刷学院学报, 2025, 33(4): 7-18.
- [14] 卿露禾, 任婷婷. 情感代偿视域下中老年题材微短剧生产优化路径探析[J]. 视听, 2026(11): 22-26.