

老年群体数字融入报道的叙事分析*

姚劲松¹, 刘小琦¹, 李 菲²

(1. 怀化学院 文学与新闻传播学院 湖南 怀化 418000;

2. 湖南大学 期刊社 湖南 长沙 410082)

摘 要: 媒体话语是影响老年群体数字融入的重要因素。通过对 1233 篇报道进行叙事分析, 发现在我国老年群体数字融入进程加快的关键 10 年(2013—2022 年) 相关报道采取高度类型化的叙事方式, 再现了异质性融入、多主体帮扶、生活化关联的老年群体数字融入图景。媒体话语对老年群体的数字融入实践进程进行了比较全面、同频的再现, 但也存在着遮蔽、倒置、弱化等不足。各类媒体的报道应持续完善和优化话语策略, 使老年群体数字融入媒介图景与现实形成同频互构的良性循环。

关键词: 数字融入; 老年群体; 媒介形象; 叙事分析

中图分类号: G210.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 2096-6431(2025)06-0187-06

DOI: 10.13715/j.cnki.jxupss.2025.06.018

老年群体的数字融入, 是指老年人在数字化场景下有采纳、使用数字技术或 ICTs 的意愿和能力, 并对网络文化逐渐了解和产生网民身份认同的过程和结果。^{[1]39} 当前, “数字化浪潮”与“老龄化浪潮”交织叠加, “数字中国战略”与“积极应对人口老龄化国家战略”共生同构, 老龄化与数字化、网络化、智能化同向同行, 成为我国应对人口老龄化的现实语境。在此背景下, 老年人被“数字化浪潮”裹挟其中, 或主动或被动地开启了数字融入进程。

老年群体的数字融入受到多种因素的影响, 研究者强调, 晚年是否采纳某种技术, 受社会场域内个人、制度、话语、技术设备等各种因素, 以及这些因素之间权力关系的影响。老年群体是否使用互联网并非一个基于个体理性和能力决定的结果, 而是社会场域中的行动者、话语和权力关系共同作用的结果, 是在政策、媒体话语与异质老年群体日常生活之间的复杂互动中形成的。^{[2]233-243} 媒体作为重要的话语资源, 其生产的老年群体与数字技术、数字生活的相关话语, 不但为老年群体认知、理解并决定是否采纳使用提供了基础性资源, 而且也建构着数字时代的老年群体媒介形象, 形塑着政府、社会组织、企业、公众等行动者对老年群体数字融入议题的认知、判断与行动, 成为老年群体数字融入进程中至关重要的一环。

既往有关老年群体数字使用与融入的相关研究比较丰

富。这些研究主要集中在两个方面: 一方面是老年群体的数字融入实践, 主要聚焦老年群体采纳^{[3]115-119}、使用互联网或某一具体数字技术的动机、意愿、偏好、影响因素等^{[4]66-86}, 及对积极老龄化^{[5]44-55}、主观幸福感^{[6]41-48}等的影响, 开始关注老年群体的网瘾表现与影响因素^{[7]31-45}、在线虚假信息识别^{[8]39-49}等, 并置于中国独特的家庭场域和社会关系网络, 考察老年人利用数字技术与年轻世代之间的代际互动^{[9]98-101}、实现增权赋能^{[10]17-30}、驯化与建构线上家庭文化空间^{[11]85-99}等。另一方面聚焦老年群体的数字融入困境, 从多个维度讨论数字鸿沟的表现及成因, 具体表现为“接入沟”层面跨而未越、“使用沟”层面技术悬浮、“知识沟”层面融而不入^{[12]150-159}、“权利沟”层面易受侵损^{[13]22-29}、“心理沟”层面恐惧排斥、“社会沟”层面支持不力^{[14]60-67}等, 并探讨针对性的干预措施和治理策略, 以弥合数字鸿沟、促进数字包容。在众多路径中, “数字反哺”被视为中国式解决方案的“核心路径”, 是一种“内生性、可持续的辅助力量”^{[15]6-31}。

与多维、丰富的老年群体数字融入研究相比, 对该议题的媒体话语研究则显得非常单薄。在能搜索到的文献里, 有研究分析了我国报纸 2014—2018 年间刊发的 602 篇老年人信息化报道, 得出整体取向积极化、议题结构模式化、媒介思想人本化、媒介主张去标签化等结论^{[16]63-72}; 还有研究采用批评性隐喻分析法, 分析了 2002—2022 年间 355 篇老年群体

* 收稿日期: 2025-08-16

作者简介: 姚劲松(1982—)男, 湖北咸丰人, 怀化学院教授、文化创意与传播怀化市重点实验室主任, 湘潭大学、湖南科技大学硕士生导师; 刘小琦(1996—)女, 湖南怀化人, 怀化学院文学与新闻传播学院讲师; 李菲(1989—)女, 湖南邵阳人, 湖南大学期刊社编辑。

基金项目: 湖南省社会科学基金项目“数字时代湖南各民族铸牢中华民族共同体意识研究”(24YBA181)。

ICT 使用报道,发现媒体建构了数字弱者(包括边缘者、无知者、罹病者三种形象)和 ICT 技术迷思(包括技术进步、技术障碍、技术人文三种话语)隐喻框架^{[17]122-130};另外,有研究分析了《人民日报》和中国新闻网^[18]、央视网^[19]建构的老年网民媒介形象,但结论有所不同,前者比较关注老年数字鸿沟主题,运用责任框架,总体呈现出正向的报道倾向,后者构建的形象总体偏负面。本文将沿循话语研究的思路展开,选取老年群体数字融入进程加快的关键 10 年,深入考察这一时期的媒体话语,分析其叙事的特征、建构的形象和呈现的图景,并试图以相关调查和研究为参照,探讨媒体话语的再现与建构是否与现实相印证、与期待相映照。

一、研究设计

研究样本选自慧科新闻数据库“中国大陆地区最具影响力综合性报章”子库,具体采集方法为:利用文本大数据挖掘与分析平台 DiVoMiner[®] 根据慧科新闻数据库的检索逻辑进行自动采集,检索时段设定为 2013 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日,在标题和内文中设置“老年人”“银发”“手机”“微信”“抖音”“短视频”“网红”“直播”“支付宝”“互联网”等关键词并进行多次检索,获取相关新闻报道共计 16830 篇。然后,结合平台数据清理和人工筛查,剔除与研究主题无关和重复的新闻报道,最终获得有效样本 1233 篇。之所以将时段设定为 2013 年至 2022 年,是因为截至 2012 年 12 月,60 周岁以上网民在该群体的占比首次突破 5% 和 1000 万(2012 年 6 月约 753 万,占比不到 4%),之后数量与占比均稳步提升,至 2022 年底占比首次突破 50%。因此,该时段是我国老年群体数字融入进程加快的关键 10 年,考察该时段的媒体话语及其变迁具有典型性和代表性。

研究主要采用叙事分析法,分析单位是单篇报道。研究遵循叙事研究中的“类别—内容视角(Categorical-Content Perspective)”模式,按照“选择子文本—定义内容类别—把资料归入各类别—得出结论”的步骤^{[20]95-96},结合前后情境,仔细阅读新闻样本,解构其叙事成分并进行资料浓缩,“将具体、零散的资料提炼为具有一定意义关联的资料……寻找类属之间的相关关系,将不同的类属合并成类群”^{[21]276},并综合前人研究成果,经过不断修正、完善,确定最终的类目系统。形成的具体类目将在后文逐一列出并阐释。构建好类目后,通过归类、统计对样本做描述式或统计式处理。该阶段的编码采用 DiVoMiner[®] 平台的机器编码作为辅助,在类目建构阶段,总结、归纳每个类目的关键词,并制定编码簿。在编码前,对编码员进行训练,随机抽取 30 个样本进行信度测试,根据测试结果,对不一致的编码重新讨论取得共识,进一步完善、优化编码簿,再随机抽取 30 篇进行测试,根据霍尔蒂斯系数(HCR)计算得出编码员之间的信度为 0.91。然后,进入正式编码阶段,编码员对 DiVoMiner[®] 平台随机分配的样本进行编码,并进行必要的检查和校正。长沙理工大学新闻与传播专业硕士研究生严沁参与编码。

二、研究发现

数据分析发现,我国老年群体数字融入报道的关键 10

年,媒体报道在趋势变化、叙事方式、形象建构、图景再现等方面呈现出鲜明特征。

(一) 结构性关联:同频再现老年群体数字融入的趋势

统计发现,2013 至 2022 年 10 年间,老年网民呈现出迅猛的增长趋势。60 岁以上老年群体中的网民占比,在经历 2013、2014 年相对平缓的增长后,于 2015 年开始进入持续且稳定的上升通道,占比从 12.09% 稳步增长至 2019 年的 23.86%,而 2020 年更是出现里程碑式的跃升,大幅增至 41.95%,并在随后两年持续攀升至 54.49%。

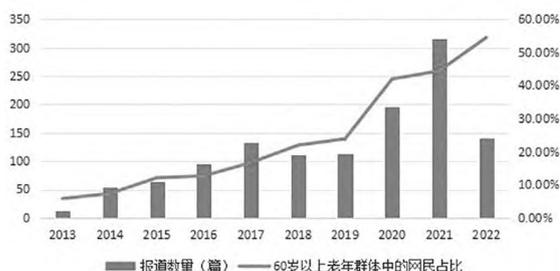


图1 报道数量与老年网民变化趋势图(2013—2022年)

纵向分析 10 年间样本数量发现(见图 1),老年群体数字融入议题的相关报道从 2013 年的 12 篇起步,开始进入快速增长阶段,经历 2014 年(53 篇)的显著跃升后,持续增长至 2017 年的 132 篇,在媒体话语中能可见度持续提升;此后,进入巩固调整阶段,报道数量保持在高位并伴有小幅波动,2018 年回落至 111 篇,2019 年小幅回升至 114 篇;接下来,进入冲高回落阶段,2020 年以 195 篇的数量重拾强劲增速,并于 2021 年达到峰值 316 篇,但 2022 年快速回调至 140 篇。从总体上看,报道在 10 年间比较清晰地经历了“快速增长—巩固调整—脉冲冲高—显著回调”的动态过程。

由图 1 可见,“报道数量”与“60 岁以上老年群体中的网民占比”虽在短期波动上不同步,但长期趋势存在显著的正相关关系,二者存在结构性关联。具体而言,二者的长期趋势高度一致,老年网民占比呈现持续递增的趋势,报道数量虽在中期(2018—2019)与末期(2022)出现回落,但其整体趋势线的斜率仍为正,且其波动的基准水平随网民占比的提升而显著抬高,2022 年的回落点 140 篇,均高于 2019 年及之前所有年份的数量;同时,二者的关键转折点保持同步,受“新冠疫情暴发”这一外力影响,二者在 2020—2021 年均表现出强烈的增长态势,老年网民占比实现从 23.86% 到 41.95% 的跨越,报道数量在同期达到峰值。二者存在短期波动不一致的情况,与持续递增的老年网民相比,报道数量 2018—2019 年有一个小幅回调,2022 年在上一一年达到峰值后大幅回调。这两次回调,符合报道议题的生命周期特征,即从 2013 年开始经历几年的快速增长后,媒体的报道和公众的注意力进入一个巩固或暂时饱和期,2020 年受外力影响开始集中、爆发式的报道后,2022 年再次回调,加之老年网民占比超过半数(54.49%),老年群体数字融入议题也开始从“热点”逐渐转变为“常态”,报道数量也必将回归到一个新的稳态水平。从体裁上看,消息占比最高(占比 45.82%),但比例呈波动下降趋势,尤其是 2022 年下降至 32.9%;通讯占比 24.57%,每年

相对平稳、波动较平缓;深度报道占比 15.25% ,总体呈波动上升趋势;评论占比 14.36% ,每年波动较大 ,2014 年与 2020 年出现两个高峰。可见 ,随着老年网民规模不断扩大以及“新冠疫情”使老年人的“数字鸿沟”成为焦点 ,媒体不仅通过增加报道量提高议题的能见度 ,而且也不断增强报道内容的深度和解析力度。

(二) 类型化叙事: 丰富异质的老年群体数字融入实践

对样本分析发现 ,尽管老年群体有着丰富多彩、异质多元、生动鲜活的数字融入实践 ,但都被纳入高度类型化的叙事结构中。这些叙事类型大致可归纳为: 帮扶叙事、自我赋能叙事、苦难叙事、负面网络行为叙事、无明确叙事等。

帮扶叙事 ,可以这样描述: 党和政府、社区、社会组织、志愿者、企业、晚辈等采取各种措施帮助老年人融入数字生活。在这类叙事中 ,老年人是被关心、帮扶的对象,“帮扶措施”“破解障碍”是叙事的主要情节。党和政府的帮扶叙事 ,以颁布帮扶政策、解读帮扶方案为主,《52 项措施帮老年人跨越“数字鸿沟”》引述话语的主体多为相关部门负责人、专家等; 社区、社会力量的帮扶叙事 ,主要描述社区或社会组织、志愿者通过公益课堂、智能手机培训等手把手地教老年人使用数字技术 ,常引用老年人的话语 ,讲述培训前后的变化 ,表达对活动组织者的感谢; 企业的帮扶叙事 ,主要描述相关企业从技术层面对网站或应用进行适老化改造 ,推出符合老年人生理特征和使用需求的长辈模式或关怀模式 ,为老年人提供助老服务 ,常引用企业相关负责人的话语; 晚辈的帮扶叙事主要体现为数字反哺 ,描述家庭内部亲代或子代帮助祖代数字融入的故事 ,或将之视为反哺长辈的新型孝道 ,呼吁年轻人有耐心、有温度、有智慧地帮助老年人使用智能手机。

自我赋能叙事 ,可描述为部分老年人主动触网、积极融入数字生活 ,通过数字技术实现自我赋能 ,学会了微信、网购、拍视频、直播带货等 ,甚至成为网红 ,享受到了数字社会带来的红利 ,如《“潮爷”八十三》。在这类叙事中 ,老年人被描述为数字化浪潮的追随者、时尚潮人、网络达人等 ,他们积极乐观、乐于触网、善于学习、勇于探索、敢于出圈 ,数字生活给自己的衣食住行带来了极大便利 ,而部分老年人更是通过自己努力“硬核出圈” ,成为银发网红 ,展现了“返老还童”的活力、“老骥伏枥”的魅力、“宝刀未老”的技艺、“老成持重”的阅历 ,充分享受了数字红利、重塑了自我价值。

苦难叙事 ,可描述为老年人因为不会或不恰当使用数字技术而遭受种种不便或苦难。在这类叙事中 ,老年人被描述为遭受苦难的数字难民,“困境”“无奈”“苦难”是叙事的主要情节 ,他们在购物需要手机支付、就医需要手机挂号、就餐需要扫码点餐的数字社会。老年人因不会操作智能手机而显得格格不入 ,因技术适应障碍而陷入无能、无知、无力的困境 ,常引述老年人的话语来表达 ,如刘莲蕙竟反问道“啥是微信支付宝?”她还掏出自己磕得掉皮的老年机。^[22] 此外 ,苦难叙事还常见于老年人遭遇各种网络诈骗的报道中 ,他们好不容易跨过“数字鸿沟” ,却因风险防范意识薄弱、风险鉴别能力不足、精准“围猎”的套路层出不穷等 ,稍不小心就跌入

“数字陷阱” ,成为网络诈骗的受害者 ,如《缺德的手机 App 正在“收割”老年人》。

负面网络行为叙事 ,可描述为老年人在数字生活中做出具有负面意义或负面评价的行为。这类叙事主要体现在老年人“数字沉迷”和传播网络谣言的报道中 ,将他们描述为“网瘾老人”或网络谣言“易感人群”甚至是转发谣言的“主力军” ,他们或长时间刷短视频、看直播、打赏主播、沉迷网购、玩游戏等 ,危害身心健康 ,如《被手机绑架的老人 ,该如何“拯救”?》等; 或以“宁信其有 ,不信其无”的心理 ,以关心家人的名义转发、传播各种“震惊体”“标题党”谣言文章 ,大多与健康养生、食品安全相关。这类叙事常引用子女话语讲述父母的沉迷状态或造谣行为 ,如“一点开爸妈的朋友圈 ,感觉整个世界都不好了 ,危机四伏” ,“我在长辈亲戚群设置了消息免打扰 ,眼不见心不烦”^[23] ,表达子女的担忧和无可奈何 ,并总结特点、分析成因、给出建议。

(三) 多元化形象: 稳中有变的老年群体数字融入形象

类型化叙事无疑会产制特定的、类型化的媒介形象 ,帮扶叙事往往再现为“数字融入的受助者”形象 ,自我赋能叙事再现为“网络潮流的追随者”形象 ,苦难叙事再现为“网络技能的欠缺者”和“网络诈骗的受害者”形象 ,负面网络行为叙事则再现为“沉迷网络的网瘾者”和“网络谣言的传播者”形象。统计显示 ,除 0.3% 的样本再现了其他类型外 ,99.7% 的样本再现了这 6 种形象。这些形象共同构成丰富多维的老年群体数字融入图景 ,但不同类型形象再现的显著度存在差异 ,且在纵向上呈现出“稳中有变”的特征。

从总体上看 ,“数字融入的受助者”形象占比最高 ,达 42.98% ;“网络潮流的追随者”位居第二 ,占比 26.28% ; 然后 ,依次是“网络技能的欠缺者”(占比 11.84%)、“网络诈骗的受害者”(占比 8.6%)、“沉迷网络的网瘾者”(占比 7.06%)、“网络谣言的传播者”(占比 2.92%) 等形象。报道为数字融入中的老年人勾勒了这样的群体素描: 这是一个获得广泛关怀和帮助的群体 ,他们虽在数字时代遇到障碍、遭受苦难 ,但获得来自党和政府、社会、企业、晚辈的爱护与帮扶 ,这个群体内部是异质、多元的 ,部分老年人勇于尝试、敢于探索 ,主动走在数字时代前沿 ,通过数字技术实现自我赋能 ,而少部分老人却因数字素养不足成为网络诈骗的对象 ,或在数字生活中做出让人担忧的行为。

从纵向上看 ,再现的老年群体形象并非一成不变 ,而是呈现出稳中有变的特征。所谓“稳” ,是指 10 年间每年稳定地再现了“数字融入的受助者”和“网络潮流的追随者”两种主要形象 ,除 2014 年“追随者”形象位于第三外 ,其余年度两种形象均位居前两位 ,且二者之和最高达 91.67% (2013 年) ,而最低值也达 54.72% (2014 年) ,6 个年度在 70% 以上。所谓“变” ,首先是各年度再现的第一形象并非一成不变 ,5 个年度占比最高的是“受助者”形象 (2015—2016 年、2020—2022 年) ,4 个年度再现占比最高的是“追随者”形象 (2013 年、2017—2019 年) ,1 个年度“受助者”和“欠缺者”形象占比并列第一 (2014 年) 。2014 年和 2020 年是两个形象位次

更换的节点。可能的解释是,2014年是中国4G网络的商用元年,智能手机日渐普及,微信红包横空出世,“抢红包”引发全民狂欢,而打车软件补贴战导致部分出租车司机拒载扬招乘客,出现“老人有钱难打车”的困境,诸多因素促动着老年人主动或被动入网,他们面临的“数字鸿沟”开始引发关注,社区、志愿者、晚辈等开始采取帮扶行动,老年群体的“受助者”形象开始得以凸显;新冠疫情暴发,数字技术强势嵌入到出行、就医、消费等日常生活场景,成为影响老年人生活的重要因素,老年人不得不被动触网,“数字鸿沟”问题再次凸显,国家开始出手,出台系列举措,调动各方力量,构建系统的帮扶体系,老年群体的“受助者”形象相应得到了浓墨重彩的呈现。“变”还体现在其他形象的动态变化上,从“报道数量”和“再现形象的占比”两个维度看,“欠缺者”形象主要集中在2014、2017、2020、2021年,“网瘾者”形象贯穿始终,但主要集中在疫情影响下的2020、2021年,“受害者”形象主要集中在2017、2018、2020—2022年,2个年度(2013、2015年)未再现该类形象,“网络谣言的传播者”形象主要集中在2017、2018年,4个年度没有再现该类形象。

(四) 多主体帮扶:协同助力老年群体融入数字生活的图景

帮扶叙事再现的“数字融入的受助者”是占比最高的形象,不禁要追问,究竟再现了哪些帮扶主体?描绘了怎样的帮扶图景?10年间经历了怎样的变迁?对样本分析发现,帮扶叙事涉及的帮扶主体主要有党和政府、社区、社会力量、企业、晚辈等,此外还聚焦了帮扶中存在的问题。统计显示,再现的帮扶主体中,除数字反哺的晚辈占比较低外,其他主体之间的差距并不明显,党和政府(占比23.57%)、社会力量(占比23.75%)大体相当,然后依次是社区(占比20%)、企业(占比18.75%)、晚辈(占比8.21%)、帮扶中的问题(占比5.71%)。帮扶叙事总体勾勒了这样一幅图景,党和政府、社会力量、社区、企业、晚辈等基于各自的职能、角色和优势,共同构成一个帮扶网络,助力老年群体跨越数字障碍、融入数字生活,但在帮扶过程中也出现了一些亟需重视和解决的新问题。

从纵向上看,再现的帮扶主体之间呈现出此消彼长的变迁轨迹。晚辈和社会力量(社会组织、志愿者等)是早期再现的重要帮扶主体,其中社会力量是2013、2015、2016年的主导帮扶主体,但随着其他再现主体的介入,总体呈现出逐渐递减的趋势,2022年降至17.24%;晚辈是2013—2014年再现的主导帮扶主体,此后也呈波动下降趋势,2021年降至4.07%,2022年更是未见报道。社区帮扶从2014年开始再现(占比27.27%),2015年回落到17.14%后开始一路冲高,2017—2019年跃升为主导帮扶主体,2019年达到峰值(占比55.32%)后直线下滑至2020年的10.64%,此后两年均在低水平波动。与晚辈、社会力量下降趋势相对应的,是党和政府、企业两类帮扶主体呈现出波动上升的趋势,党和政府是2020—2021年再现的主导帮扶主体,占比分别为43.62%和35.47%,而企业是2022年再现的主导帮扶主体(占比

29.89%)。此消彼长的变迁,再现了帮扶主体从“私人化”“非正式”向“公共化”“制度化”拓展的进程。10年间6年呈现了帮扶中的问题,占比最高的2022年(占比19.54%),其次是2021年,占比仅6.4%),正是企业被再现为主导帮扶主体的年份。文本分析发现,报道监督、预警的问题,大多是企业在帮扶尤其是适老化改造过程中存在APP广告插件、误导内容等问题,呼吁适老化改造不能停留在表面形式,需要深入调研,设计符合老年人需求和习惯的产品。

(五) 选择性使用:高度关联日常生活的数字技术使用图景

在媒体再现的老年群体数字生活中,老年人究竟使用了哪些互联网应用?各媒介形象之间涉及的互联网应用是否存在差异?有哪些差异?研究以《第49次中国互联网络发展状况统计报告》中的互联网应用分类为基础,除未涉及“在线办公”“在线旅行预订”两类应用外,结合样本实际将其调整为12类。统计显示,社交类(占比36.76%)、网络视频类(占比19.74%,含短视频、直播等)、网络购物类(占比17.51%)是媒体再现的前三类互联网应用,其他应用的占比由高到低依次为出行类(占比7.99%,含网约车、共享单车、公交二维码、订票等)、医疗类(占比4.57%,含网上看病、挂号、预约等)、网络游戏类(占比3.7%)、互联网金融类(占比2.94%,含手机银行、互联网理财等)、生活缴费类(占比2.23%)、网络音频类(占比1.85%)、网络新闻类(占比1.03%)、网络文学类(占比0.76%)和其他类(占比0.92%)。在媒体再现的图景中,老年群体的数字生活主要与日常生活相关联,接触的应用集中在社交联络、视听娱乐、线上消费、交通出行等领域,高阶深入的应用显得稀缺。

进一步分析发现,不同的媒介形象之间相关联的互联网应用存在较大差异。“数字融入的受助者”和“网络技能的欠缺者”所关联的应用类型具有很强的生活服务导向,集中在社交、出行、网络购物、网络视频、医疗等类型,出行类、医疗类的占比显著高于其他形象,“受助者”的出行类、“欠缺者”的医疗类占比均在所有形象中居首位;二者又有不同,“受助者”关联的应用涵盖所有类型,而“欠缺者”仅涵盖上述5种类型和其他类型。“网络潮流的追随者”所关联的应用涵盖所有类型,但高度集中在社交、网络视频、网络购物3种类型,占比之和达83.08%。“网络诈骗的受害者”所关联的应用高度集中在社交、网络视频、网络购物3种类型,占比之和达87.5%,互联网金融类的占比在所有形象中居首位,再现了老年人常遭受网络诈骗的应用领域。“沉迷网络的网瘾者”所关联的应用则高度集中在网络视频和社交类应用,占比之和达64.16%,网络游戏、网络视频、网络文学这3类应用的占比在所有形象中居首位,且网络游戏和网络文学类的占比显著高于其他形象,再现了老年群体数字沉迷高发的应用领域。“网络谣言的传播者”所关联的应用仅涉及社交、网络购物、网络文学3种类型,且完全集中在社交类应用(占比94.74%),再现了以微信为代表的社交类应用,是老年人传播谣言的主要渠道。

三、结论与讨论

基于纵向演变、整体图景、报道框架三个维度的深入考察发现,我国老年群体数字融入议题的媒体话语,它比较全面、同频地再现了老年群体数字融入的现实。

首先,从纵向演变的动态维度看,在媒体话语生产的数量与质量方面,报道数量与老年网民规模存在结构性关联,二者的长期趋势一致、关键转折点同步,而报道的深度和解析力度也随着老年网民规模的扩大不断提升。可以说,老年网民规模持续扩大为数字融入议题报道提供了基础性、结构性的动力,而媒体也积极响应并在总体上同频再现了老年群体的数字融入进程。另外,一些外力的介入,使老年群体的“数字鸿沟”从“隐性问题”转为“显性焦点”,促使一系列帮扶政策和干预措施出台,党和政府帮扶、关怀的主体地位得到彰显,出台的“适老化改造政策”也驱动、激活了企业帮扶力量,老年群体的数字融入进程、帮扶网络也从“自发状态”向外力介入后的“自觉状态”转变,而媒体话语无论是在数量还是在质量上,都同步再现了这一转变。

其次,从整体图景的静态维度看,媒体再现的老年群体数字生活图景与现实大体相符。《第49次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)的“老年群体互联网使用情况研究”专题显示,老年网民最常用的5类应用是即时通信、网络视频、互联网政务服务、网络新闻、网络支付;同期的中国老年群体数字鸿沟与数字融入调查(以下简称同期调查)显示,即时通信、网络支付、网络视频、阅读(听)新闻等已全面嵌入中老年的网络生活,但健康管理、投资理财、学习培训等进阶性功能渗透程度较低。^{[24]43-44}本研究统计的互联网应用类型中,社交类以即时通信为主体,网络购物需以网络支付为基础,几乎等同于网络支付。如前所述,媒体再现的老年群体数字生活,涉及的互联网应用与日常生活高度关联,主要集中在社交、网络视频、网络购物3个领域,占比之和达74%,而医疗类、互联网金融类等进阶性应用的再现频次较低,即使“网络潮流的追随者”的医疗、互联网金融类应用的占比也仅2.03%和1.86%,与《报告》和调查结论相符。

再次,从报道框架的逻辑维度看,媒体的报道框架与政府应对人口老龄化的治理逻辑、学术界的话语框架具有很强的一致性。在积极应对人口老龄化国家战略下,将支持老年人上网和在线学习、推动信息技术运用、推进信息惠民服务向老年人覆盖、实施“互联网+”养老工程等融入老年教育、养老体系建设、老龄事业的发展规划或政策框架中,被视为老龄工作实现“六个老有”目标的重要内容和方式,尤其是2020年集中发布的《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》等政策,更是着力于系统解决老年人的“数字鸿沟”问题,帮助他们“更好地适应并融入智慧社会”。在学术话语框架方面,国内关于老年群体信息传播技术使用的相关研究倾向于将没有融入互联网或融入尚浅界定为一个亟待解决的问题,强调数字融入的积极影响和断开连接的负面影响,呼吁采取社会干预策略让老年群体“跑步”进入数字化。^{[25]74-90}

如前所述,老年群体数字融入报道虽然采用了多种叙事类型、建构了多元化的媒介形象、再现了异质多维的老年群体数字生活图景,但在纵向的10年间“帮扶叙事”和“自我赋能叙事”占据主流,主要稳定地再现了“数字融入的受助者”和“网络潮流的追随者”两种形象。进一步分析,“苦难叙事”“负面网络行为叙事”与“帮扶叙事”所预设的角色具有相似性,即老年群体是数字技能缺乏、数字素养不足、需要帮扶的数字弱势群体。赞赏与时俱进的“网络潮流追随者”和帮扶跟不上时代的“数字弱势老人”是贯穿媒体话语的主线,底层逻辑则是整体采用了“技术进步主义”的报道框架,即将数字化、智能化视为不可阻挡的历史潮流,身处其中的老年人很难置身事外,都将或主动或被动地卷入其中,需鼓励和帮助他们跨越数字鸿沟、适应数字生活、融入数字社会。

然而,分析也同样发现,老年群体数字融入议题的媒体话语局部存在着遮蔽、倒置、弱化等不足。其一,乡村老年群体的数字融入图景被严重遮蔽了。同期调查显示,中老年群体互联网使用的城乡差异较小,常用功能的使用比例非常接近。^{[24]44}然而,媒体话语再现的主要对象是城镇老年人,对乡村老人缺乏应有的关注,除去未明确指向(占比47.69%)及二者均涉及(占比5.27%)的报道外,明确是乡村老年人的报道仅占2.68%,而城镇老年人的这一比例为44.36%。其二,媒体再现的帮扶主体与老年群体实际的帮扶来源存在一定的倒置,晚辈帮扶主体被弱化。同期调查显示,中老年上网者主要通过自己摸索(占比81.6%)、家人帮助(占比80.2%)和亲戚、朋友、邻居等(占比38.6%)学习使用互联网,而通过社区或社会组织的培训进行学习的仅8.6%。^{[24]47}然而,在媒体再现的帮扶网络中,社会力量(占比23.75%)和社区(占比20%)同党和政府(占比23.57%)一起,得到了充分再现,而晚辈却成为再现度最低的帮扶力量,仅占8.21%。其三,网络风险防范叙事不足,“技术进步主义”报道框架鼓励老年人积极采纳数字技术,平等享受数字生活带来的红利,而数字技术本身的复杂性和风险性会被有意无意地遮蔽或弱化,虽然媒体对老年群体刚跨过“数字鸿沟”又遭遇“数字陷阱”“数字沉迷”等问题发挥了监测、预警功能,再现了网络诈骗受害者、网瘾者、网络谣言传播者等媒介形象(三者占比共18.58%),但多以叙述遭遇诈骗的苦难和相关的负面行为(网瘾、传播谣言)为主,而以预防为核心的网络安全教育、网络风险防范叙事不足,与老年群体数字生活的现实经验和迫切需求存在着差距与错位。同期调查显示,中老年上网者遭遇网络谣言、虚假广告、低俗色情信息和网络诈骗风险的比例均超过或接近一半,部分中老年上网者缺少辨识网络风险尤其是网络谣言的能力,近四成中老年上网者从未获得过防范网络风险信息。^{[24]48,54}

老年人生命周期与数字媒介技术发展周期错位,其数字社会化本身就存在着隐性不平等,当今社会,老年人无法置身事外,与数字社会充分地融入和完全地断连都是不实际的,他们的数字社会化“虽然简陋,却为必需”“存在着一种刚需性融入的特殊状态”。^{[26]56-64}调查结果显示,“适度用网

有利于促进健康老龄化和增进中老年人主观福祉”,且互联网的介入水平越高、功能使用越丰富,越能促进健康老龄化。^{[24]34}与期待相映照,媒体话语的产制理应承认和重视这些现实,正视现有话语存在的不足,持续完善和优化话语策略,积极引导老年群体尝试使用进阶性的互联网应用,提升他们的数字技术自信;以呼吁、动员更多年轻人积极行动为目标,不断挖掘、充分再现家庭内部晚辈“数字反哺”的故事,引导更多年轻人通过数字反哺践行孝道;平衡再现乡村老年群体数字融入的图景,让乡村老年人的数字融入实践得以呈现与表达;加大网络风险防范叙事的力度,为老年群体增强网络安全意识和风险防范能力提供充沛的知识源。

参考文献:

- [1]王辉.城市社区老年人数字融入影响机制[D].北京:清华大学,2021.
- [2]Gallistl V, Rohner R, Seifert A, et al. Configuring the older non-user: between research, policy and practice of digital exclusion[J]. *Social Inclusion*, 2020(02).
- [3]刘炜.基于TTF和UTAT模型的老年用户社会化网络服务采纳行为研究[J]. *情报科学*, 2016(02).
- [4]周裕琼.数字弱势群体的崛起:老年人微信采纳与使用影响因素研究[J]. *新闻与传播研究*, 2018(07).
- [5]靳永爱,赵梦晗.互联网使用与中国老年人的积极老龄化:基于2016年中国老年社会追踪调查数据的分析[J]. *人口学刊*, 2019(06).
- [6]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(12).
- [7]贾煜,刘天元,杨暘.困在手机里:代际关系与老年人网络成瘾[J]. *新闻大学*, 2023(10).
- [8]毛太田,刘捷,毛俊博.新媒体环境下老年群体在线虚假信息识别行为关键影响因素研究[J]. *情报科学*, 2025(01).
- [9]景义新,孙健.数字化、老龄化与代际互动传播:视听新媒体环境下的数字反哺分析[J]. *当代传播*, 2020(04).
- [10]熊慧,李海燕.权威延展与“益能式”反馈:随迁老人智能手机赋

- 权的家庭语境及其实现[J]. *新闻大学*, 2022(08).
- [11]王炎龙,王石磊.“驯化”微信群:年长世代构建线上家庭社区的在地实践[J]. *新闻与传播研究*, 2021(05).
- [12]张鑫.老年数字鸿沟的生成逻辑与治理策略[J]. *江苏社会科学*, 2023(06).
- [13]杨一帆,潘君豪.老年群体的数字融入困境及应对路径[J]. *新闻与写作*, 2021(03).
- [14]汪斌.数字红利视角下老年数字失能表现、成因及治理新路径[J]. *云南民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2024(02).
- [15]周裕琼,丁海琼.中国家庭三代数字反哺现状及影响因素研究[J]. *国际新闻界*, 2020(03).
- [16]杨暖暖,于志强.现阶段我国报纸对老年人信息化报道的媒介取向分析[J]. *山东理工大学学报(社会科学版)*, 2020(02).
- [17]刘国强,吴玉婷.数字弱者与技术迷思:老年群体ICT使用报道的隐喻运用与媒体建构[J]. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 2023(08).
- [18]张霄.我国老年网民的媒介形象建构研究[D].北京:北京外国语大学,2022.
- [19]李鑫.我国老年网民的媒介形象构建研究[D].保定:河北大学,2021.
- [20]艾米娅·利布里奇,等.叙事研究:阅读、分析和诠释[M].王红艳,译.重庆:重庆大学出版社,2008.
- [21]陈向明.质的研究方法与社会科学研究[M].北京:教育科学出版社,2000.
- [22]尹平平.7位老人北京门诊挂号记[N]. *新华每日电讯*, 2020-10-26.
- [23]吴多.百条微信谣言 四成涉及养生[N]. *广州日报*, 2018-12-10.
- [24]靳永爱,胡文波,冯阳.数字时代的互联网使用与中老年人生活:中国老年群体数字鸿沟与数字融入调查主要数据结果分析[J]. *人口研究*, 2024(01).
- [25]方惠,曹璞.融入与“断连”:老年群体ICT使用的学术话语框架分析[J]. *国际新闻界*, 2020(03).
- [26]孙天梦,郑欣.刚需性融入:银发冲浪族的数字社会化及其隐性不平等[J]. *编辑之友*, 2024(04).

责任编辑:王洁群

A Narrative Analysis of Media Representations of Older Adults' Digital Inclusion

YAO Jin-song¹, LIU Xiao-qi¹, LI Fei²

(1. School of Literature and Journalism & Communication, Huaihua University, Huaihua, Hunan 418000, China;

2. Periodical Press, Hunan University, Changsha, Hunan 410082, China)

Abstract: Media discourse is an important factor affecting the digital inclusion of older adults. Through a narrative analysis of 1,233 news reports during the critical decade (2013 – 2022) when digital inclusion among China's older population accelerated significantly, this study finds that media coverage has employed highly typified narratives. These narratives construct a recurring image of older adults' digital inclusion characterized by heterogeneous pathways, multi-actor support, and everyday-life relevance. While media representations have given a relatively comprehensive and synchronized reproduction of the practical process of older adults' digital engagement, they also exhibit notable deficiencies such as selective omission, narrative inversion and the downplaying of structural barriers. All kinds of media reports should continue to refine and optimize their discourse strategies regarding older adults' digital inclusion so that a virtuous cycle will take shape in which media portrayals of older adults and lived realities co-constitute and mutually reinforce each other.

Keywords: digital inclusion; older adults; media representation; narrative analysis