

การศึกษาลักษณะความต้องการด้านสื่อของผู้สูงอายุในยุคสื่อใหม่
และแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

A Study on the Characteristics of Media Needs of Older Adults in the New Media

Environment and Pathways for Age-Friendly Digital Adaptation.

新媒体环境下老年人媒介需求特征及数字适老化路径探究

หวัง เลียง Wang Liang 王亮¹

อนันต์ สิริवंธ Anant Siriwan 李楠²

อรจรินทร์ ยวงใย Ornjarin Yougyai 欧佳³

บทคัดย่อ

ภายใต้บริบทของการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อใหม่สื่อดิจิทัลได้แทรกซึมเข้าสู่ระบบการดำเนินงานของสังคมอย่างลึกซึ้งรูปแบบการใช้สื่อและโครงสร้างความต้องการของผู้สูงอายุกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน กระบวนการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุก็เร่งตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเด็นว่าผู้สูงอายุจะสามารถปรับตัวและบูรณาการเข้าสู่สังคมดิจิทัลได้อย่างไร กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับความสนใจอย่างเร่งด่วนบทความนี้ตั้งอยู่บนมุมมองด้านความต้องการสื่อ ผสานกับบริบทการใช้งานจริง เพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบถึงลักษณะความต้องการสื่อของผู้สูงอายุในสภาพแวดล้อมสื่อใหม่ ปัญหาในการใช้งานและประเด็นด้านการปรับตัว ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการสื่อของผู้สูงอายุมีลักษณะเชิงโครงสร้างที่ผสมผสานระหว่างการมุ่งเน้นต่อการใช้งานในชีวิตจริง การพึ่งพาทางอารมณ์ และการมีส่วนร่วมด้านหน้าที่ ขณะเดียวกัน ผู้สูงอายวยังคงเผชิญกับอุปสรรคหลายประการในด้านการปรับตัวต่อเทคโนโลยี การคัดกรองข้อมูล และการใช้บริการดิจิทัลบนพื้นฐานดังกล่าว บทความนี้จะเสนอแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุจากสามมิติ ได้แก่ การออกแบบเทคโนโลยี การจัดหาหรือพัฒนาเนื้อหา และการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่เป็นแนวทางอ้างอิงสำหรับการปรับปรุงแพลตฟอร์มสื่อใหม่และการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อไป

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ; ความต้องการด้านสื่อ; การปรับเทคโนโลยีดิจิทัลให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ; สื่อใหม่; ช่องว่างทางดิจิทัล

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารแห่งมหาวิทยาลัยเหยียนอัน สาธารณรัฐประชาชนจีน, Xian innovation college of yanan university, China. 延安大学创新学院, 中国

² มหาวิทยาลัยหมิงฉวน สำนักงานด้านการศึกษาและวัฒนธรรม ประจำประเทศไทย, Ming Chuan University, Education and Culture Center in Thailand, 铭传大学驻泰国教育与文化中心

³ วิทยาลัยนานาชาติไทย-จีนเพื่อการจัดการ, Thai-Chinese International School Of Management, University of the Thai Chamber of Commerce, 泰-中国管理学院, 泰国商会大学

Abstract

Under the rapid development of new media technologies, digital media have become deeply embedded in the functioning of society, and the patterns of media use and the structure of media needs among older adults are undergoing significant changes. At the same time, the accelerating process of population aging has made the question of how older adults can integrate into the digital society an increasingly urgent issue. From the perspective of media needs, and in conjunction with real-life usage contexts, this paper systematically examines the characteristics of older adults' media needs, the difficulties they encounter in media use, and their adaptive challenges within the new media environment. The findings indicate that the media needs of older adults exhibit a structural pattern characterized by a coexistence of practical orientation, emotional reliance, and functional participation. Meanwhile, they continue to face multiple barriers in terms of technological adaptation, information discernment, and the use of digital services. Based on these findings, this paper proposes pathways for age-friendly digital adaptation from three dimensions—technological design, content provision, and institutional support—in order to provide references for the optimization of new media platforms and the formulation of relevant policies.

Keywords: Older Adults; Media Needs; Age-Friendly Digital Adaptation; New Media; Digital Divide

摘要

在新媒体技术快速发展的背景下，数字媒介已深度嵌入社会运行体系，老年人群体的媒介使用方式与需求结构正在发生显著变化。与此同时，人口老龄化进程不断加快，使得老年人如何融入数字社会成为亟待关注的重要议题。本文基于媒介需求视角，结合现实使用情境，对新媒体环境下老年人的媒介需求特征、使用困境及其适应性问题进行系统梳理。研究发现，老年人的媒介需求呈现出明显的现实导向、情感依赖与功能参与并存的结构特征，同时在技术适应、信息甄别与数字服务使用方面仍面临多重障碍。在此基础上，本文从技术设计、内容供给与制度保障三个层面提出数字适老化路径，以期为新媒体平台优化及相关政策制定提供参考。

关键词： 老年人；媒介需求；数字适老化；新媒体；数字鸿沟

1. 引言

1.1 研究背景与动机

全球人口老龄化进程加快，中国已进入深度老龄化阶段。据国家统计局（2023）数据，截至 2023 年，中国 60 岁及以上人口已达 2.8 亿，占全国人口的 19.8%，预计到 2050 年这一比例将超过 30%。随着医疗条件的改善和生活水平的提高，人均寿命不断延长，老龄化问题对社会结构、经济发展及公共资源配置带来了深远影响。如何通过数字技术提升老龄人群的生活质量，已成为社会各界关注的重要议题。

近年来，全球信息技术的迅猛发展推动了媒介环境的深刻变革，新媒体逐步取代传统媒介，成为社会主要的信息传播渠道。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2023 年报告，截至 2023 年，中国网民总数已突破 10.67 亿，其中 60 岁及以上网民占比 15.8%。尽管老年网民规模持续增长，但与年轻群体相比，老龄人群在新媒体使用过程中仍然面临技术门槛、信息甄别能力不足及媒介素养较低等问题。

1.2 研究问题

在数字化社会不断演进的背景下，老龄人群在新媒体使用过程中面临以下主要障碍：

1. 技术适应性较低

随着信息传播方式的数字化，老龄人群需要依赖智能设备进行日常沟通、信息获取及社会互动。然而，由于年龄增长带来的认知能力下降、学习能力减弱，老龄人群在适应新技术时面临较大挑战。此外，当前许多智能设备和应用并未充分考虑老龄用户的使用需求，如字体较小、界面复杂、操作步骤繁琐等，进一步增加了其适应难度。

2. 信息甄别能力不足

在新媒体环境下，信息传播速度加快，信息量急剧增长。许多老年人由于缺乏系统的信息筛选能力，容易受到虚假广告、网络诈骗、伪科学健康知识的误导。特别是在健康信息领域，一些不实信息可能影响老年人的健康决策，甚至造成经济损失。此外，由于部分老年人对新媒体信息缺乏批判性思维，导致他们在社交平台上转发未经核实的信息，进一步加剧了虚假信息的传播。

3. 社交方式的变化

现代社交方式正从线下交流向线上互动转变，年轻群体更倾向于使用社交软件进行沟通，而老龄人群由于对新媒体的适应性较低，在一定程度上被这一变革所边缘化。尽管许多老年人开始使用微信、QQ 等社交工具，但他们对短视频社交、直播互动等新兴社交形式的参与度较低。部分老年人即便使用社交软件，也仅限于基本功能，而其他功能的使用较少。

4. 数字服务的操作门槛

随着社会服务的数字化，移动支付、智能医疗、电子政务等数字服务逐渐普及。然而，部分老年用户在使用这些服务时仍面临较高的操作门槛。例如，在医院挂号、交通出行、金融交易等场景，智能设备的操作要求较高，使得部分老年人难以顺利完成相关操作。此外，线下服务窗口的减少进一步加剧了他们的适应难度，使得部分老年人被迫依赖子女或朋友帮助完成相关操作，影响了其独立生活的能力。

1.3 研究目的

新媒体凭借自身即时性、互动性跟低成本特征，为老年人融入数字社会给予了新的可能性，借助智能手机、社交媒体和短视频平台，部分老年人可以突破时空限制，开拓社会联系网络，增强日常生活的便利程度。

但是，需要注意的是：新媒体环境不是对所有群体均等开放，相较于青年群体，老年人在生理机能、学习能力及媒介经验等方面大多处在相对不利地位，繁复的操作界面、频繁的功能更新以及

高度商业化的平台设计，让不少老年用户实际操作时面对理解成本高、操作容错率低等问题。一些老年人虽然具备基本的上网条件，却不容易有效利用新媒体功能，于是出现“接入不等于使用、使用不等于受益”的现实困境。

新媒体技术一直发展，数字媒介越来越变成社会信息传递与公共服务运作的核心基础，相比早期侧重信息发布的媒介形态，如今的新媒体更深融入人们日常生活，对不同人群的作用表现明显不同，伴随老龄化加快，老年人在新媒体环境中怎样有效使用，变成数字社会发展必须面对的现实问题。

比起年轻人，老年人在媒介使用经验、技术理解能力跟身体机能等方面有明显不同，这让老年人在使用新媒体时更容易碰到操作困难跟理解难题，虽然部分老年人具备基本的上网条件，但在实际使用时依然不容易用好新媒体的各项功能。这样的“能上网却用不好”的情况，说明老年人在数字环境中处于结构性弱势地位。

当前情况下，仅凭技术接入或平台功能讨论老年人使用媒体问题已不够，相较来说，关注老年人自身的媒体需要，了解他们获取信息、维系情感、加入社会等详细要求，更能看清老人使用新媒体的困难原因。

2. 文献综述

数字鸿沟 (Digital Divide) 指社会群体之间在获取和使用信息技术方面存在的差距。在老龄人群的媒介使用背景下，数字鸿沟主要体现在：设备鸿沟：部分老年人因经济或技术能力限制，未能拥有或不会使用智能设备。技能鸿沟：老年人在智能设备操作方面存在较大困难，如线上支付、社交平台的使用等。信息鸿沟：部分老年人因媒介素养较低，较易受到虚假信息的误导，影响决策能力。

媒介适应理论 (Media Adaptation Theory) 指出，受众在接受新媒介时经历认知、实践和习惯三个阶段。老年群体在这一过程中可能遭遇操作难度大、学习成本高、适应周期长等问题。影响老年人媒介适应的关键因素包括新媒体学习门槛高：老龄人群需要额外的时间和精力去熟悉智能设备和新媒体应用。操作实践机会不足：老龄人缺乏持续学习的环境，使其难以维持使用技能。适应周期较长：老龄人群需要较长时间才能形成新媒体使用习惯，并且在面对新技术时可能重新经历学习过程。

社会支持理论 (Social Support Theory) 强调，社会网络在促进个体适应新环境方面的作用。在老龄人群的媒介适应过程中，社会支持主要包括：家庭支持：子女和家人是老年人学习新媒体的主要推动力，家庭成员的耐心指导可帮助其提高媒介素养。社区培训：社区可以通过组织智能设备使用培训、开展数字技能课程等方式，提升老年人对新媒体的适应能力。政府引导：政府应通过制定政策、提供适老化服务促进老龄群体融入数字社会。

3. 老龄人群的新媒体使用现状

随着数字技术的普及，新媒体已成为社会主要的信息传播工具。然而，老龄人群在新媒体的使用过程中仍面临诸多挑战，包括技术适应性、信息获取方式以及社交互动等方面的差异。

3.1 主要媒介使用特征

长已达到 3 小时以上，其中超过 40% 的老年用户每天使用社交媒体超过 1 小时。尽管如此，仍有超过 35% 的老年人从未使用过智能手机或互联网，表明该群体在数字社会中的适应度仍存在显著差距。

1. 社交媒体的使用情况

社交媒体在老龄人群中的普及度较高，尤其是微信、抖音和快手等平台，已成为他们获取信息和维持社交的重要工具。统计数据显示：微信的使用率最高，近 90% 的老龄网民使用微信进行日常交流，包括文字聊天、视频通话和朋友圈互动[1]。短视频平台（如抖音、快手）在老年群体中的渗透率快速增长，超过 60% 的老龄网民使用短视频平台获取新闻、健康知识和娱乐内容[4]。社交互动方式较为单一，多数老年人倾向于与家人和熟人保持联系。

尽管社交媒体的使用率较高，但部分老年人仍对新兴社交方式缺乏兴趣，如直播互动、社交电商等。许多老年用户仅停留在社交媒体的基础功能使用阶段，未能充分利用其丰富的社交和信息服务功能。

2. 短视频的使用趋势

短视频平台已成为老年人获取信息和娱乐的重要途径。数据显示，60 岁及以上用户的短视频观看率已达到 65%，其中超过 30% 的用户每天至少观看 1 小时短视频[1]。短视频的内容简洁、操作便捷，符合老年人的信息接收习惯。然而，短视频沉迷问题也逐渐显现，部分老年人因推荐算法的引导，长时间沉浸于短视频内容，影响了日常生活和社会交往。

此外，短视频内容的真实性质量问题也是老年群体面临的挑战。部分老年用户缺乏对信息的筛选能力，容易受到虚假养生信息、商业广告和诈骗内容的误导，导致误信不实信息甚至经济损失。

3.2 媒介需求

老龄人群的新媒体需求主要集中在社交互动、信息获取、娱乐消费和生活便利性四个方面。尽管当前新媒体环境提供了多种信息获取方式，但老龄人群的媒介使用习惯仍然受到年龄、教育水平、技术接受度等因素的影响。

1. 社交互动需求

社交需求是老年人使用新媒体的主要动机之一。许多老年人希望通过社交媒体保持与家人、朋友的联系，以减少孤独感。具体表现为：微信成为主要的社交工具，老年人通过微信文字聊天、语音通话、视频聊天与亲友保持联系。家庭群成为信息交流的核心，多数老年人倾向于在家庭微信群中获取信息，而非主动搜索新闻或浏览社交平台上的内容。线下社交逐步向线上迁移，但部分老年人仍倾向于面对面的社交方式，对完全依赖线上社交的方式持谨慎态度。

2. 信息获取需求

老龄人群对信息的需求主要集中在健康养生、新闻时事、社会政策等方面。新媒体平台已成为他们获取信息的主要来源，但同时也带来了信息筛选和辨别的挑战：健康养生内容需求旺盛，许多老年用户倾向于在短视频平台或社交群组中获取健康知识，但部分内容存在科学性不足的问题。政策新闻关注度较高，老年人希望通过新媒体了解社会保障、医疗政策等信息，但政府信息的传播渠道相对有限，部分老年人获取政策信息的途径仍然较为单一。信息甄别能力较低，部分老年用户容易受到网络谣言、虚假广告的影响，导致误判信息的真实性。

3. 娱乐消费需求

新媒体已成为老龄人群的重要娱乐方式，短视频、直播、网络社群活动等吸引了大量老年用户：短视频观看已成为主要娱乐方式，老年人倾向于观看短视频来打发时间，尤其是戏曲、历史、养生类内容最受欢迎。直播内容对部分老年人具有较大吸引力，如健康讲座、养生课程、老年旅游等直播内容受到较高关注。

4. 案例分析

案例 1：短视频成瘾对老年人生活的影响

近年来，短视频平台的兴起使得老龄人群的媒体使用习惯发生了巨大变化。短视频以内容碎片化、视觉冲击力强、推荐算法精准等特点迅速吸引大量老年用户。60 岁的王大爷是短视频平台的忠实用户，每天花费数小时观看各类视频，尤其是健康养生、历史故事和生活窍门等内容。然而，随着使用时间的增加，王大爷逐渐减少了与朋友的线下交流，甚至因为长时间观看视频而影响了正常

的作息时间。

这一现象反映出短视频对老年用户的高度吸引力，同时也暴露了信息过载与沉浸式体验可能带来的负面影响。短视频平台采用的推荐算法会根据用户的兴趣进行内容推送，导致部分老年人陷入信息茧房，长时间沉浸于单一类型的内容，影响正常生活。这不仅可能加剧老龄群体的社会孤立感，还可能对其身体健康产生不良影响，如视力下降、睡眠质量降低、久坐带来的健康风险。

案例 2：虚假健康信息误导

近年来，随着短视频、社交媒体和直播平台的发展，大量健康养生类内容在网络上广泛传播。一些不法商家利用老年用户对健康信息的高度关注，在社交平台上投放虚假医疗广告、夸大宣传的保健品信息，导致部分老年人被误导。例如，72 岁的李阿姨在短视频平台上观看了一档推荐保健品的直播，主播宣称该产品能够“快速降血糖”，并使用“专家推荐”“国家专利”等词汇进行包装。李阿姨信以为真，在短短几个月内花费了上万元购买该产品，最终发现该产品并无显著疗效[5]。

健康信息的获取是老年人使用新媒体的重要动机之一。然而，由于老年用户信息甄别能力较低，他们在面对虚假广告、夸大宣传的健康内容时，往往难以辨别信息的真实性。这种现象的主要原因包括：1. 权威信息缺乏：许多老年人未能获取来自政府或正规医疗机构的健康信息，而是依赖社交媒体、短视频、朋友圈等渠道。2. 信息筛选能力较弱：由于缺乏基本的媒介素养和健康知识，部分老年用户容易受到情绪化、夸张宣传的影响。

在新媒体环境下，虚假健康信息的传播速度快、影响范围广，老年人如果缺乏有效的信息筛选能力，极易陷入健康骗局，造成经济损失，甚至影响身体健康。

4. 促进老龄人媒介适应的对策

针对老龄人群在新媒体环境中面临的短视频沉迷、智能设备适应困难及健康信息甄别能力不足等问题，将从技术优化、媒介素养提升等多个方面提出解决方案，以帮助老龄人群更好地适应数字社会，提升其媒介使用体验，减少数字鸿沟带来的负面影响。

4.1 推动智能技术适老化

随着智能技术的快速发展，老龄人群在使用智能设备和新媒体时面临的技术障碍日益明显。部分老年用户反映，智能手机、社交软件、短视频应用的界面复杂，字体较小，操作流程繁琐，使其在日常使用中遇到较多困难。为降低老年用户的使用门槛，技术适老化优化应从以下几个方面入手：

优化界面设计

智能设备和新媒体平台应加强适老化界面优化，例如：提供“大字模式”与“简易模式”，增强可读性和操作便捷性；优化菜单布局，减少冗余功能，使操作路径更加直观；增强语音交互功能，支持语音搜索、语音播报，减少手动操作的难度。部分智能手机品牌已推出适老化模式，如华为的“简易模式”，通过放大字体、优化交互界面、简化操作流程，提升老年用户的使用体验。

4.2 提升老年人媒介素养

老年人媒介素养的不足，尤其是对虚假信息的识别能力较低，使其在新媒体环境中容易受到误导。因此，提升老龄人群的媒介素养是增强其数字适应能力的重要途径。具体策略包括：

开展数字技能培训

针对老年用户的学习需求，政府、社区及企业应联合推出针对性的数字技能培训课程，内容涵盖：智能手机基本操作，如微信聊天、短视频观看、移动支付等；社交媒体安全使用，如设置隐私权限、识别诈骗信息；健康信息甄别方法，如如何验证医疗信息的真实性、识别虚假广告。

近年来，部分城市已推出“银发课堂”等公益性培训项目，帮助老年人学习智能设备使用技巧。然而，培训覆盖范围仍较有限，应进一步扩大培训资源的可及性。

4.3 政策支持

政府在推动老龄人群数字适应过程中起着关键作用，应从技术监管、适老化标准制定、公共服务优化等方面加强政策支持，确保老年人能够安全、便捷地使用新媒体。

要求企业提供适老化界面模式，优化字体、图标、操作逻辑等，使老年用户更易理解和使用；鼓励企业推出简化版社交应用，减少复杂功能，提高使用体验；设立智能设备适老化认证标准。

加强对虚假信息的监管：老年人群在新媒体环境中容易受到虚假健康信息、诈骗广告的误导，因此，政府应加强对网络内容的监管，具体措施包括：严格审核医疗和健康类信息的发布，要求平台加强内容审核机制。

5. 结论

本研究围绕老龄人群在新媒体环境中的媒介需求、使用特征及适应性问题展开分析，并结合实际案例探讨了其在数字社会中的挑战。研究发现，尽管老龄人群的互联网使用率逐步提高，但其在短视频沉迷、智能设备适应困难及健康信息甄别能力不足等方面仍面临较大挑战。因此，提出了优化技术适老化、提升媒介素养、加强政策支持等解决方案，以帮助老龄人群更好地适应数字社会，提高其媒介使用体验。

参考文献

国家统计局. (2023). *中国统计年鉴*.

李明. (2021). *社交媒体环境下的老年人健康信息获取困境研究*. 现代传播 (5), 102-115.

中国互联网络信息中心 (CNNIC). (2023). *第 51 次中国互联网络发展状况统计报告*.

中国互联网络信息中心 (CNNIC). (2023). *第 51 次中国互联网络发展状况统计报告*.