

老年群体的媒介使用行为研究现状和热点趋势

——基于CNKI数据库的可视化分析

韩馨玉

成都大学文学与新闻传播学院, 四川 成都

收稿日期: 2024年4月25日; 录用日期: 2024年6月10日; 发布日期: 2024年6月19日

摘要

当下中国, 人口结构越来越“老”、数字技术越来越“新”已经成为数字化社会中不可避免的问题。本文采用CiteSpace作为分析工具, 以CNKI数据库中2000~2023年发表的有关老年媒介使用行为的文章作为研究对象, 对发文量、发文机构、关键词共现、关键词聚类进行分析并制作可视化图谱。通过研究得出结论: 未来的研究应基于加强机构间的交流与合作、融合多元化学科视角, 将理论研究结合实际应用, 帮助老年群体融入数字化社会, 助力健康老龄化的发展。

关键词

老年群体, 媒介使用, CiteSpace, 可视化分析

Current Status and Hot Trends in Research on Media Usage Behavior among the Elderly Population

—Visual Analysis Based on CNKI Database

Xinyu Han

College of Literature and Journalism of Chengdu University, Chengdu Sichuan

Received: Apr. 25th, 2024; accepted: Jun. 10th, 2024; published: Jun. 19th, 2024

Abstract

Currently, China's population structure is becoming increasingly "old" and digital technology is

becoming increasingly “new”, which has become an unavoidable problem in the digital society. This article uses CiteSpace as an analysis tool and takes articles on elderly media usage behavior published in the CNKI database from 2000 to 2023 as the research object. It analyzes the number of publications, publishing institutions, keyword co-occurrence, and keyword clustering, and creates a visual graph. The conclusion drawn from the research is that future research should be based on strengthening inter institutional communication and cooperation, integrating diverse disciplinary perspectives, combining theoretical research with practical applications, helping the elderly population integrate into the digital society, and promoting the development of healthy aging.

Keywords

The Elderly Population, Media Usage, CiteSpace, Visual Analysis

Copyright © 2024 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

中国正在逐步进入老龄化时代。根据《第七次全国人口普查公报》数据显示：我国 65 岁以上的老年人口为 1.9 亿人，占总人口的 13.5%，目前中国老龄化进程已经进入到高速发展的阶段。与人口老龄化趋势相伴而来的还有新媒介技术的发展，根据第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模为 10.79 亿，互联网普及率达 75.4%，其中 60 岁及以上老年人口中的互联网普及率约为 51.07%，互联网正在逐渐向老年群体渗透，互联网、智能手机、社交媒体等新兴媒体形式的出现使信息传播变得更加方便和快捷，为老年人提供了更多的信息获取和社交互动的机会，不仅能够丰富他们的生活，还能够促进老年人积极参与社会活动和增强社会联系。但是现如今老年群体在使用媒介时仍旧面临各种问题，比如数字鸿沟、电信诈骗、社会偏见和文化障碍等。因此老年群体的媒介使用行为也受到了学界的关注。

总体来看，目前学术界针对具体的老年媒介使用行为有部分文献评述研究，但是缺少对整体“老年媒介使用行为”进行系统、全面梳理和总结。本研究将可视化分析技术引入老年群体媒介使用行为的研究中，通过对 CNKI 数据库中 2000~2023 年间有关“老年媒介使用行为”的相关文献进行梳理，利用共词分析、主题共建、知识图谱等方法，将我国老年媒介使用行为领域的研究现状以及研究热点转化为直观、易懂的图表，使研究结果更具可读性和可理解性，并对老年媒介使用行为研究提出相关建议，以供后续研究人员参考。

2. 研究对象以及研究方法

2.1. 研究对象以及数据来源

本文以知网数据库(CNKI)为检索平台,利用 CNKI 的高级检索功能中的关键词检索方式,以“老年”、“银发”为主,并包含“媒介使用行为”、“媒介接触”、“微信”、“抖音”、“手机”、“智能手机”、“社交媒体”、“短视频”、“数字”、“媒介”为关键词,在匹配度“模糊”条件下进行检索。由于知网数据库中第一篇有关老年群体的媒介使用行为研究的文章起始于 2000 年,因此文章检索时间设置为 2000 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。检索类别为核心期刊和 CSSCI,共检索到相关文献 583 篇

文献,通过人工筛选,剔除发布于会议、报纸、论坛的非学术类文献,以及其他内容不完整、主题不相关的无效数据之后,共得到相关有效文献 237 篇。

2.2. 研究软件

本研究使用 citespace 软件进行数据采集与分析,该软件目前广泛应用于文献的可视化分析和呈现上,基于一定量的数据,通过分析作者、机构、关键词等信息,建立网络结构关系并以可视化的形式呈现出来,以展示某个领域研究的重点内容。

3. 研究现状分析: 发文量呈上升趋势

3.1. 研究机构以双一流高校的新闻传播学院为主, 机构间合作较为松散

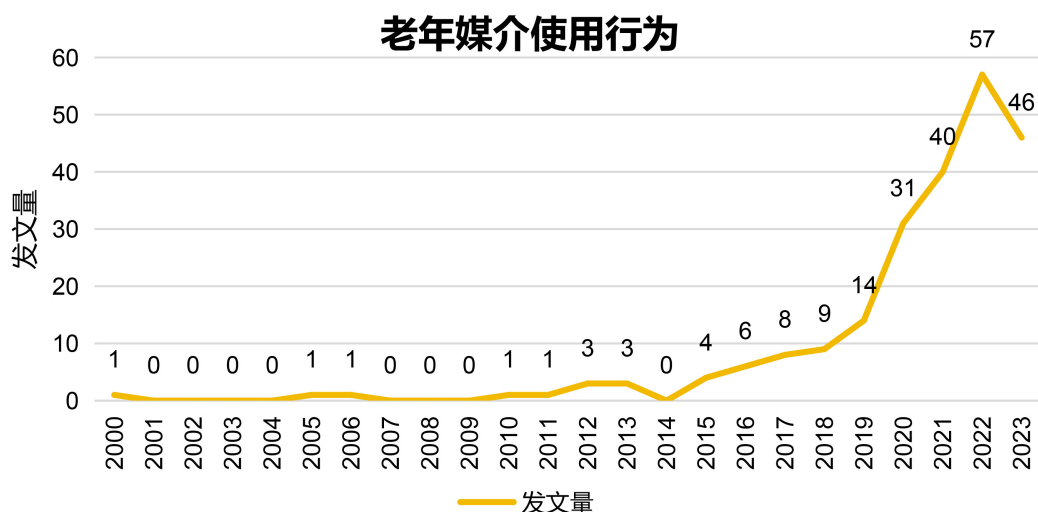


Figure 1. Number of publications on “elderly media usage behavior” in the CNKI database

图 1. CNKI 数据库中“老年媒介使用行为”发文量图

从图 1 可知,我国有关老年媒介使用行为的发文量逐步增长,呈上升趋势。从阶段上来看,国内老年媒介使用行为研究可具体划分为三个阶段:研究萌芽阶段(2000~2014);初步发展阶段(2015~2019);快速发展阶段(2020~2023)。在研究萌芽阶段,这一时期有关老年媒介使用行为的文章发文量较少,最早有关老年媒介使用行为的研究是 2000 年陈崇山发表的《老年受众媒介行为分析》,该论文结合老年受众的特点对媒介接触频度、接触时间接触习惯、内容偏好程度等内容进行了分析[1],自此学术界开始关注老年媒介使用行为。在初步发展阶段,从 2015 年的 4 篇增加到 2019 年的 9 篇,虽然总体数量仍旧较少,但是说明了学界对老年媒介使用行为这一现象关注增加,这与智能手机的普遍流行、健康中国计划的提出密切相关。在快速发展阶段,这一时期有关老年群体媒介使用的相关研究均呈爆发式增长,从 2020 年 14 篇增加到 2023 年的 46 篇,在 2022 年达到了巅峰,数量为 57 篇,这主要与数字技术发展和新冠疫情有关。

3.2. 发文机构及单位合作网络分析

机构的发文量也能从侧面反映出“老年媒介使用行为”研究的方向和深度,本研究将经过系统处理的数据资料导入至 CiteSpace 软件,节点类型设置为“Institution”,时间界限设置为 2000~2023 年,时间切片单位设置为 1,生成老年媒介使用行为机构合作图谱,如图 2 所示。图中节点表示机构,节点大

小表示机构发文量的多少，节点间连线标识机构之间的合作关系。根据图 2 可知，节点数 $N = 148$ ，连线数 $E = 43$ ，网络密度 $Density = 0.004$ 。由此可知，在老年媒介使用行为领域的研究中机构合作较少，整体上比较分散，且具有地域关联性较强的特点，如发文量最多的中国人民大学新闻学院，其主要合作机构也是北京地区的机构，如中国政法大学、中央民族大学等，与北京以外的地区合作较少。

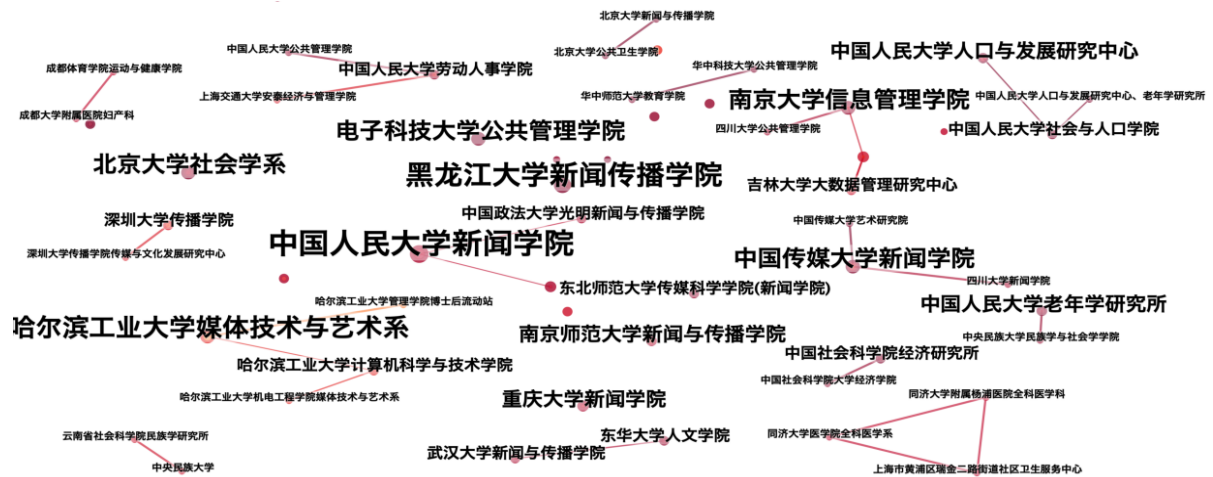


Figure 2. Cooperative organizations for “elderly media usage behavior” in the CNKI database
图 2. CNKI 数据库中“老年媒介使用行为”合作机构图

在老年群体媒介使用行为的研究中，中国人民大学新闻学院的发文量最多，有 7 篇文章。将机构按照发文量从高到底进行排序，其中发文量前十的机构主要以大学的新闻学院为主，这表明有关老年媒介使用行为的相关研究主要集中在新闻传播学学科，除此之外像社会学、管理学等研究机构对此现象也有所关注。同时，从地位位置来看，北方的机构对于老年媒介使用行为的研究更加关注。从表 1 我们可知，在发文量前十的机构中，有 6 个机构均位于北方，同时发文量前三的机构都位于北方，这与北方老龄化问题较为严重密切相关。

Table 1. Top 10 institutions with the highest number of publications on media use behavior among the elderly population
表 1. 有关老年群体媒介使用行为发文量前十的机构

排名	机构名称	发文量
1	中国人民大学新闻学院	7
2	黑龙江大学新闻传播学院	6
3	哈尔滨工业大学媒体技术与艺术系	5
4	电子科技大学公共管理学院	4
5	南京大学信息管理学院	4
6	北京大学社会学系	4
7	中国传媒大学新闻学院	4
8	重庆大学新闻学院	3
9	吉林大学管理学院	3
10	南京师范大学新闻与传播学院	3

4. 研究热点分析：老年群体如何加强数字融入是研究的热点话题

4.1. 关键词共现分析



Figure 3. Keyword co-occurrence map of "elderly media usage behavior"

图 3. “老年媒介使用行为”关键词共现图谱

Table 2. Distribution of high-frequency keywords in the study of elderly media use behavior

表 2. 老年媒介使用行为研究高频关键词分布

序号	关键词	频次	中心度	序号	关键词	频次	中心度
1	老年人	52	0.53	6	短视频	9	0.07
2	老年群体	48	0.36	7	数字融入	9	0.08
3	数字鸿沟	37	0.36	8	老年用户	9	0.05
4	老龄化	11	0.12	9	数字反哺	6	0.06
5	微信	9	0.09	10	老年教育	6	0.07

关键词不仅是对文章的高度总结，还可以直接看出老年媒介使用行为的研究热点。因此，本研究将处理过数据导入到 CiteSpace 软件中进行关键词共现分析，得到关键词共现图谱。如图 3 所示。在关键词共现图谱中，我们可知共有节点 230 个，连线 433 条，网络密度为 0.0164，且 Modularity $Q = 0.9756$ ，说明关键词之间的联系十分密切，图中节点大小表示出现频次的高低，节点间连线的粗细则反映多个关键词共同出现的频率大小。为了更加直观分析老年媒介使用行为的研究热点，将排名前十的高频关键词绘制成表 2，由此可知，老年人是出现频次最高的关键词，共出现 52 次，说明学界对这个主题的研究关注度最高；其次老年群体、数字鸿沟、老龄化等高频词汇都是现如今的研究热点。

中心性一般用来测量某个节点与其他节点相比的影响力，数值越大表示起到的中心作用越高，因此中心性反映了研究的核心领域，一般节点大于 0.1 被称为是关键节点。因此我们可以看出老年人、老年群体、数字鸿沟、老龄化都是研究的核心领域，这与我们国家老龄化社会逐步加深密切相关。此外，微

信的中心性为 0.09，这表示老年人使用微信以及微信对老年人的影响正在成为学界关注的重点议题，这与互联网技术向老年群体持续渗透密切相关。

4.2. 关键词聚类图谱

聚类分析是确定热点主题的主要方法。因此，本研究将关键词进行聚类分析得到关键词聚类图谱(图 4 所示)，以分析老年媒介使用研究的重要内容。在该关键词聚类图谱中，(如表所示)，共有 230 个节点，319 条连线，其中 Modularity Q 值为 0.82 (大于 0.3)，Mean Silhouette 值为 0.9 (大于 0.7)，说明本研究所绘制的关键词聚类图谱整体结构显著有效，且可信度较高。在删除轮廓值为 1 的不合理聚类以及轮廓值较小的聚类后，共获得 13 个聚类标签，包括#0 (老年人)，#1 (老年群体)，#2 (数字鸿沟)，#4 (哈尔滨)，#5 (互联网使用)，#6 (农村老年人)，#8 新媒体，#9 (数字反哺)，#10 (分辨能力)，#11 (主体建构)，#12 (数字移民)，#13 (居家数据终端)，#14 (城市老年群体)。将关键词聚类图谱结合现有文献可知，现如今老年群体的媒介使用行为领域的研究热点主要集中在老年媒介使用行为现状研究、老年媒介使用行为动机研究、老年媒介使用行为困境研究、老年媒介使用行为未来发展研究四个领域。

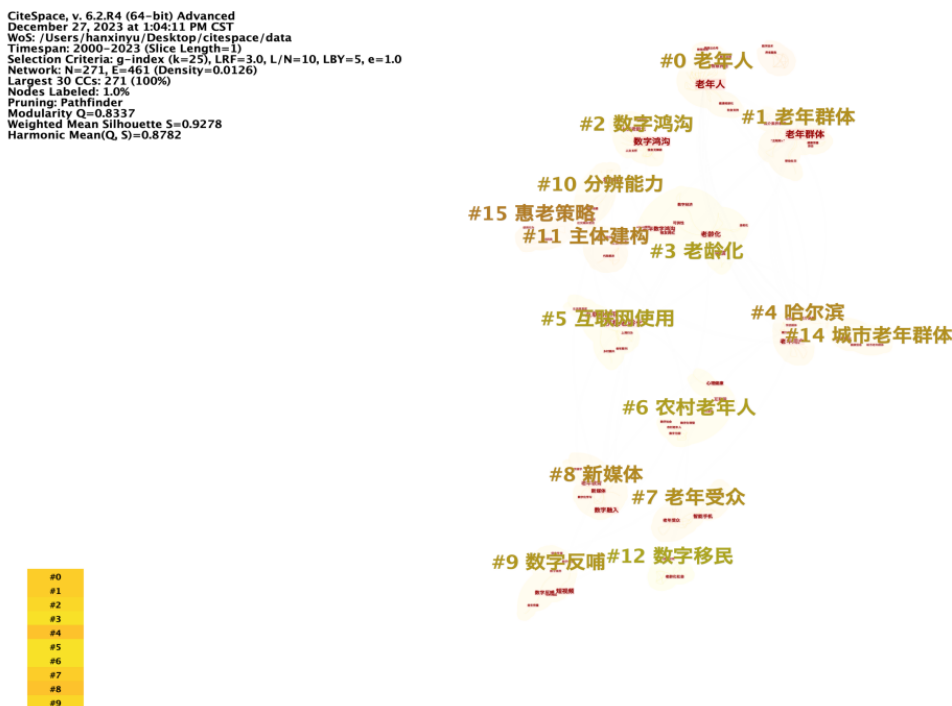


Figure 4. Keyword clustering map of “elderly media usage behavior”

图 4. “老年媒介使用行为” 关键词聚类图谱

1) 老年媒介使用行为现状研究

这个领域的关键词以“新媒体使用”、“微信”、“上网行为”、“数字化生存”等内容展开，主要探究基于互联网、新媒体、社交媒体等平台，老年群体的媒介接触和使用行为情况的研究，如媒介偏好、使用能力现状等内容。根据中国互联网信息中心(CNNIC)发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 6 月，60 岁及以上老年网络用户规模达 1.43 亿，占整体网民的 13%，60 岁及以上老年人口中的互联网普及率约为 51.07%。与 2000 年进入老龄化社会阶段时相比，60 岁及以上老年网络用户群体的占比在 20 余年间提升了约 12%。由此可见，互联网正在向老年群体逐渐渗透，老年群体逐渐融

入数字时代,提高了数字社会人口机构的多元性。有学者对老年群体的媒介使用行为进行了研究,从整体来说,老年人对媒介的应用主要集中于通讯交流和信息获取,但现如今老年群体正在逐渐融入数字社会,媒介应用更加全面,在线购物、休闲娱乐等应用愈加显著。也有学者对老年群体的媒介偏好进行了研究,发现老年人的媒介偏好集中于微信和抖音[2]。赵红艳对哈尔滨城市退休老人进行调查发现,在对“使用最多的5个应用社交媒体”的回答中,微信是老人的首选,使用微信的动因中前四位是社交、娱乐、获取新闻和最新信息、使生活更便利,体现了老年群体对微信使用频率较高[3]。张蕾通过研究发现,资讯、社交、短视频在银发网民群体中的应用最多,短视频传播兼具资讯与社交的属性,内容更加多元,用户黏性更高[4]。

2) 老年媒介使用行为动机研究

这个领域的关键词包括“社会支持”、“信息共享”、“角色认知”、“再社会化”、“主观幸福感”、“社会关系”、“网络接入”“认知能力”、“信息行为”等,通过对之前研究资料的汇总,我们可以了解到老年群体媒介使用行为动机的研究可以分为信息需求、情感需求、社会需求等。从信息需求角度来说,老年群体使用媒介的主要原因是获取信息、学习知识[5],在《2020 老年人互联网生活报告》中,智能手机是中老年群体上网的主要工具,其中使用频率最高的行为就是浏览新闻咨询。现如今,老龄化问题逐渐加剧,老年群体的健康意识不断提升,任航和孙一萍在调查中发现超过95%的被调查对象在使用短视频时都会关注与健康相关的内容,如医疗类短视频、健康科普、健康新闻资讯等,说明短视频是老年群体获得健康信息的重要渠道[6]。

从情感需求角度来说,有学者认为老年群体通过互联网进行休闲娱乐已经成为一种新的生活常态[7],在媒介接触和使用的过程中,不仅满足了精神文化需求,还缓解了心理问题。比如有学者认为在媒介接触的过程中能提高老年群体的生活幸福感和生活满意度[8],老年群体能通过在线阅读、网络游戏、网络购物以及享受音视频资源等多种方式实现丰富自身精神文化生活的目的[9]。从心理学来看,使用媒介对老年群体的身心健康具体积极作用[10],在使用媒介的过程中可以缓解老年的孤独感和不适感,改善心理健康状况[11],从心理学层面显著优化老年群体的老化态度[12]。

从社会需求角度来说,老年群体使用媒介最基本的功能就是信息交流,有学者通过调查发现,微信作为老年人最常用的软件,所使用的功能主要是与社交相关的功能,大部分调查对象表示使用微信是出于与亲朋好友社交的目的。也有学者认为老年人希望通过在微信群、朋友圈分享各种文章的方式得到他人的关注与点赞,这都是老年人在新媒体环境中希望获得他人认同的一种新表现[13]。老年人使用媒介的动机,不仅仅是来自对新媒体、新技术的好奇,也是出于他们社交关系中的“从众心理”、“同辈压力”以及对于“不与社交圈脱节”的心理需求[14]。

3) 老年媒介使用行为困境研究

这个领域的关键词包括“数字技术焦虑”、“数字鸿沟”、“数字成瘾”、“数字难民”,“老年数字风险”,“老年群体刻板印象”等内容,这部分研究主要聚焦老年群体在数字时代面临的各种问题,同时这部分内容也是老年媒介使用行为研究的重点领域。在老年媒介使用行为研究的高频关键词中,数字鸿沟排在前三位,由此可见,数字鸿沟的研究是老年媒介行为困境研究的重点。通过研究可以发现,在信息技术高速发展的今天,数字鸿沟现象逐渐显现,尤其在农村老年群体中表现得尤为突出。农村老年群体由于经济状况相对滞后,对新技术、新事物接受程度较低、教育水平不足等多方面的因素,面临着更加严峻的数字鸿沟问题。现如今,学者拓展了数字鸿沟的研究领域,从老年群体的角度对数字鸿沟的内容进行研究,对其定义、出现的原因以及解决措施进行了梳理。老年群体的数字鸿沟主要体现在老年人与年轻人之间在生活数字化应用方面的差距表现为新媒体的介入和使用差距所导致的知识、文化乃至价值观差异,因此也被称为是代际数字鸿沟[15]。代际数字鸿沟产生的原因包括主观客观两个层面,

客观原因既包括老年群体由于受互联网基础设施可及性差异、经济社会发展差异、认知能力差异的影响,部分老年群体在获取互联网技术方面处于劣势,其接触数字化设备的机会相对不足,并因此引发老年数字接入鸿沟的问题[16];也包括新媒体产品在设计上以青年人为目标受众,忽视了老年人的使用需求,将老年排除在使用范围之外,使得部分尝试使用新媒体的老年人体验不佳[17]。主观原因与老年群体对新媒体仍旧持保守态度,缺乏对新鲜事物和陌生领域进行探索的勇气,且对自身学习和接受能力的自我评价较低,形成了畏难心理有关。

除了数字鸿沟,学界对现存的其他问题也有所关注,比如孙瑜晨认为很多老年人在跨越数字鸿沟的同时出现数字成瘾的问题[18],根据《2020 老年人互联网生活报告》的数据显示,超过 10 万老人日均在线超 10 小时。60 岁及以上老年用户日均上网时长超 1 小时,平均一天登录 5 次 App,高于其他年龄段用户。靳永爱等学者针对老年群体的短视频平台应用进行调查发现,在被调查的中老年网民中使用短视频 APP 的占 60.7%,其中几乎天天使用的占 71.8% [19],这个结果也证实了老年群体的确存在数字成瘾的问题。蒋俏蕾和刘入豪等学者通过研究发现,老年群体在使用智能手机的过程中还沿用传统媒体的逻辑思维,缺乏对新媒体内容真实性、专业性、权威性的甄别和筛选,这是导致老年人成为网络诈骗主要受害者的原因之一[20]。

4) 老年媒介使用行为未来发展研究

这个领域的关键词包括“智慧养老”、“积极老龄化”、“代际互动”、“老年友好社区”、“新媒体设计”、“数字融入”、“数字反哺”、“数字技术学习”等,这部分内容主要探讨老年群体如何融入数字化时代,实现智慧养老,解决人口老龄化的伴生问题,以促进社会和谐。目前学界有关老年群体数字融入途径的研究主要集中在以下几个方面:加强新媒体平台内容的适老化、加强数字反哺、发挥老年群体主体作用以及开展社区老年媒介教育等。为了让老年人更好地融入智能传播,要更好地发挥技术的积极作用,坚持老年人科技观、落实人文主义的基本理念。2020 年 11 月 15 日,国务院办公厅发布文件《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,12 月 25 日,工信部宣布将于 2021 年开始进行为期一年的“互联网应用适老化及无障碍改造专项活动”,这是国家助力老年人融合数字社会的具体表现。与此同时,有学者从家庭角度出发研究老年群体数字融入的具体措施,周裕琼认为家庭是老年群体的主要赡养单位,也是老年群体学习数字技能的重要场域,后辈通过帮助老年群体学习数字技能能加速其融入数字社会的进程[21]。刘入豪和邱乾朋群体的角度出发,认为朋辈群体是老年人的重要交往对象,在消除其孤独感、实现再社会化等方面发挥着重要作用,因此朋辈群体也能对老年人在数字技术接入和使用的态度、认知和行为产生重要影响[22]。

5. 结论与讨论

5.1. 研究结论

本研究通过使用 CiteSpace 作为文献可视化的工具,对 2000~2023 年的老年媒介使用行为的核心文献进行分析,制作出可视化图谱,对发文量、研究机构、研究关键词等内容进行分析,得出以下结论:

从研究趋势来看,有关老年媒介使用行为的发文量呈逐步增长的趋势,这说明我们国家对老年媒介使用行为这种社会现象越发关注,在 2022 年达到顶峰,这与新冠疫情的时代背景密切相关,主要包括以下几个方面的原因:一是在疫情期间,老年群体出门活动受限,面临着与外界信息沟通困难的困境,而通过媒介平台,老年群体可以轻松地获取疫情相关的最新信息、健康指导、政府政策等,了解到疫情的动态,掌握自我防护和健康管理知识,进而驱使着老年人主动学习和使用媒介技术。二是老年群体本身就属于健康脆弱群体,这种脆弱性不仅体现在生理层面,更多还体现在心理层面。在疫情期间,老年群体面临着更多的孤独感和社交隔离。互联网和智能手机等媒介工具不仅为老年群体提供了一种替代性

的社交方式，还提供了休闲娱乐的平台。一方面老年群体可以通过视频通话、社交媒体平台与家人、朋友、社区成员等进行远程联系和交流，这种社交需求促使老年人积极使用媒介技术，以弥补面对面社交的不足；另一方面，老年群体可以通过媒介平台欣赏电影、音乐、阅读书籍、玩游戏等，充实自己的生活并缓解对外界的焦虑和压力。

从研究机构来看，机构之间合作较为松散，合作关系不密切，关注老年媒介使用行为的机构主要集中在北方，这与北方老龄化问题较为严重密切相关，按照国际通行划分标准，当一个国家或地区 65 岁及以上人口占比超过 7% 时，意味着进入老龄化；达到 14%，为深度老龄化；超过 20%，则进入超老龄化社会。从第七次人口普查数据现实，目前我国已经有 12 个省份进入深度老龄化阶段，这 12 个省份分别是辽宁、重庆、四川、上海、江苏、吉林、黑龙江、山东、安徽、湖南、天津和湖北，这些省份主要位于东北、华北和长江流域。与此同时，发文量较高的机构以双一流高校的新闻传播学院为主，在发文量排名前十的高校中，除黑龙江大学以外，其他 9 所学校都属于双一流高校，这表明这些文章具有权威性，但是研究的理论框架比较单一，多是从传播学的角度出发进行研究。

从研究的热点领域来看，老年人、老年群体、数字鸿沟、老龄化等关键词和老年媒介使用行为联系较为密切，是现如今研究的热点领域，随着信息技术的不断介入，由数字鸿沟而延伸出来的信息沟、代际数字鸿沟等问题都将会成为关注的热点话题。通过对关键词聚类分析我们可知，现如今老年群体的媒介使用行为领域研究的热点主题主要集中在现状研究、动机研究、困境研究以及未来发展研究四个领域。通过对现有文献进行梳理，我们可以发现，现有的研究多是从老年群体的数字融入问题而展开的。在未来的研究中，如何深入持续构建老年群体数字融入的途径将是重要问题。关键词的中心性反映了研究的核心领域，从关键词共现分析可知，微信的中心性为 0.09，数字融入的中心性为 0.08，短视频的中心性为 0.07，老年教育的中心性为 0.07，这表明在未来，微信和抖音如何更好地帮助老年群体融入数字社会中，如何加强数字反哺和老年媒介教育，将会成为学界研究的核心问题。

5.2. 未来发展

老年群体媒介使用行为是传播学所延伸出的新议题，伴随中国老龄化问题的加剧，在未来注定会得到学界更多的关注，因此该领域的研究在未来必定会持续深化和拓展。

1) 加强机构间的交流与合作，推动老年媒介使用行为研究的合作

根据前文 CiteSpace 发文机构图谱显示，在老年媒介使用行为的研究中，机构合作较少，整体上比较分散，且地域关联性较强，主要局限于一个学校不同机构或者同一个地区的不同机构，跨地区的研究比较少，因此得出的结果和数据并不能具有普遍性，因此，在未来可以加强不同地区之间机构的交流与合作，利用不同地区机构之间的优势互补，实现结果更具代表性、研究成果更全面，研究范围更广阔。

2) 融合多元化学科视角，拓展研究的热点内容

现如今有关老年媒介使用行为研究的学科视角主要是从传播学的角度出发，也有部分研究是从心理学和社会学的角度出发，研究内容多是对现状的分析。但是老年媒介使用行为是一个复杂的问题，因此也要拓展研究的学科领域，结合经济学、医学、计算机等内容，构建更加健全、完整的研究理念和体系。比如，从医学的领域研究老年使用媒介时存在的问题，如长时间使用媒介造成的生理性退化，或者媒介给老年群体传递的健康知识是否正确等；从经济学领域研究老年网红现象的盈利模式等。

3) 理论研究结合实际应用，成果更具有实践导向性

研究老年群体的媒介使用行为是为了帮助老年人更好地融入数字化社会，根据 CiteSpace 的关键词共现图谱可知，“媒介赋权”、“交互界面设计”、“微信矩阵”、“适老 APP”等关键词正在成为研究的热点领域，因此，在未来要将理论与实际相结合，将研究成果落实到社会实践，助力积极老龄化的发展。

参考文献

- [1] 陈崇山. 老年受众媒介行为分析[J]. 新闻实践, 2000(4): 23-25.
- [2] 刘向阳. “银发群体”的“数字化生存”——老年群体新媒体接触研究[J]. 新闻爱好者, 2021(7): 76-78.
- [3] 赵红艳. 智慧老龄化时代城市退休老人微信使用意愿与满意度[J]. 学术交流, 2022(1): 153-162.
- [4] 张蕾. “银发网民”的短视频消费与生产逻辑研究[J]. 传媒, 2022(4): 57-59.
- [5] 盖龙涛, 陈月华. 网络惠老发展探究: 基于中老年网民的上网行为调查[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(6): 77-81.
- [6] 任航, 孙一萍. 健康传播视域下老年群体短视频接触研究[J]. 传媒, 2022(6): 57-59.
- [7] 赵建国, 刘子琼. 互联网使用对老年人健康的影响[J]. 中国人口科学, 2020(5): 14-26.
- [8] 盖龙涛, 刘懿莹, 黄子珺. 三网融合进程中的老年人与新媒体[J]. 中国老年学杂志, 2017, 37(13): 3348-3353.
- [9] 杨暖暖, 吕逸新. 老年群体的媒介化生存现状与行为模式解析[J]. 编辑之友, 2023(3): 71-76.
- [10] 洪建中, 黄凤, 皮忠玲. 老年人网络使用与心理健康[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2015, 54(2): 171-176.
- [11] 陈雪丽. 论互联网与老年人继续社会化[J]. 新闻界, 2015(17): 4-8.
- [12] 向运华, 金巧森, 王晓慧. 智能手机使用会影响老年人的老化态度吗? ——来自中国老年社会追踪调查(CLASS)的证据[J]. 东南学术, 2023(1): 150-161.
- [13] 喻国明, 刘淼. 媒介动机如何影响人们的媒介使用——基于“全民媒介使用与媒介观调查”~(①)的描述与分析[J]. 新闻爱好者, 2020(6): 10-15. <https://doi.org/10.16017/j.cnki.xwzhz.2020.06.003>
- [14] 孟博文, 殷文. 老年传播视角下新媒体适老性研究——以智能手机与微信、抖音等 APP 为例[J]. 传媒观察, 2021, 452(8): 74-79. <https://doi.org/10.19480/j.cnki.cmgc.2021.08.006>
- [15] 周裕琼. 当老龄化社会遭遇新媒体挑战数字代沟与反哺之学术思考[J]. 新闻与写作, 2015(12): 53-56.
- [16] 杨斌, 金栋昌. 老年数字鸿沟: 表现形式、动因探寻及弥合路径[J]. 中州学刊, 2021(12): 74-80.
- [17] 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(3): 22-29.
- [18] 孙瑜晨. 老年人数字成瘾的体系化治理[J]. 中国特色社会主义研究, 2023(1): 69-80.
- [19] 靳永爱, 刘雯莉, 赵梦晗, 等. 短视频应用平台的使用与中老年人生活——基于专项调查的探索性研究[J]. 人口研究, 2021, 45(3): 31-45.
- [20] 蒋俏蕾, 刘入豪, 邱乾. 技术赋权下老年人媒介生活的新特征——以老年人智能手机使用为例[J]. 新闻与写作, 2021(3): 4-13.
- [21] 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, 25(7): 66-86.
- [22] 刘入豪, 邱乾. 老年人数字鸿沟中被忽视的朋辈影响[J]. 青年记者, 2020(36): 31-32.