

短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响机制探究

陆杰华^{1,2}, 张宇昕^{2*}, 李偲廷²

(1 北京大学 中国社会与发展研究中心, 北京 100871; 2 北京大学 社会学系, 北京 100871)

摘要:在信息化与老龄化交汇的时代背景下,互联网不断深入中老年人的日常生活。其中,短视频以便捷娱乐的鲜明特点得到了迅速推广,尤其深受中老年人的喜爱。然而,以短视频为代表的互联网技术产品,一方面无差别地对所有人开放,另一方面也可能加剧原有的不平等结构。因此,研究旨在探究短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响,以及该影响的群体差异与作用机制。基于2023年全国代表性农村地区中老年人短视频使用抽样调查,研究主要采用OLS回归模型分析了短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的影响及其群体差异,并进一步考察了社会联结的中介效应和孤独感的门槛效应。研究发现,短视频使用对农村中老年人的生活满意度有着显著的正向影响,短视频使用频率越高,其生活满意度也越高。分群体来看,这种影响在中年群体和中老年女性中更为显著,但在老年群体和中老年男性中却不具有统计显著性。就作用机制来看,社会联结而非社会网络发挥了部分中介效应。就作用条件来看,家庭子女数和孤独感知度分别发挥了单一门槛效应。可以预见,推广以短视频为代表的互联网技术产品使用,将成为数字时代实现积极老龄化的必经之路。

关键词:短视频;生活满意度;社会联结;孤独感

中图分类号:C913.6

文献标识码:A

文章编号:1674-1668(2025)01-0127-12

Study on the Influence Mechanism of Use of Short-Form Video on the Life Satisfaction of Middle-Aged and Older People in Rural Areas

LU Jiehua^{1,2}, ZHANG Yuxin^{2*}, LI Siting²

(1 China Social and Development Research Center, Peking University, Beijing 100871, China;
2 Department of Sociology, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: Under the background of informatization and aging, the Internet continues to penetrate into the daily life of middle-aged and older people. Among them, short-form video has been rapidly promoted for its convenience and entertainment, especially by middle-aged and older people. Though the Internet technology products represented by short-form video are open to everyone without distinction, they may also exacerbate the structural inequality existed. Therefore,

收稿日期:2024-01-21;修订日期:2024-05-03

基金项目:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“中国人口长期均衡发展关键问题研究”(22JJD840001)

作者简介:陆杰华(1960—),男,北京大学中国社会与发展研究中心研究员,社会学系教授、博士生导师,研究方向:人口社会学、老年人口学;张宇昕(2000—),女,北京大学社会学系硕士研究生,研究方向:人口社会学。

* 本文通讯作者(电子邮箱:2201211843@pku.edu.cn)

this study aims to explore the impact of the use of short-form video on life satisfaction of middle-aged and older people in rural areas, as well as the group differences and mechanism of the impact. Based on the national sample survey on the use of short-form video among middle-aged and older people in rural areas in 2023, this study mainly uses OLS regression model to analyze the impact of the use frequency of short-form video on the life satisfaction of middle-aged and older people in rural areas as well as group differences, and further examines the mediating effect of social connection as well as the threshold effect of loneliness. The study finds that the use of short-form video has a significant positive impact on the life satisfaction of middle-aged and older people in rural areas. The higher the use frequency of short-form video, the higher the life satisfaction. When analyzing by groups, the effect is more significant in the middle-aged and women, but it does not have statistical significance in the elderly population and middle-aged men. In terms of mechanism, social connection rather than social network plays the partial mediating effect. In terms of condition, number of children and loneliness perception separately plays the single threshold effect. It can be predicted that promoting the use of Internet technology products represented by short-form video will become the way to achieve active aging in the digital era.

Key words: Short-Form Video; Life Satisfaction; Social Connection; Loneliness

1 问题提出

随着信息化技术飞速发展和人口老龄化持续加剧,互联网正不断深入中老年人的日常生活。有研究认为,当老年人逐渐走向衰老,持续下降的健康水平限制了其社会交往活动,亲友离世又加剧了其社会网络断裂,他们面临着社会隔离的巨大风险。互联网技术则通过打破物理空间而创造了新的社交空间,有助于老年人扩大生活共同体并提升社会网络正效应(巨量算数,2021)。根据中国互联网络信息中心(2023,2024)发布的历年《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年12月,我国网民规模为10.92亿,50岁及以上中老年群体占比达到32.5%,较上一年提高了1.7个百分点。尽管互联网持续向中老年群体渗透,老年人仍然是非网民的主体。

QuestMobile研究院(2023)数据显示,50岁及以上中老年人在互联网参与中表现出了对短视频的明显偏好,快手和抖音火山版分别成为了人均单日使用时长最多的和活跃渗透率最高的APP。短视频具有传播门槛低、操作简单、分享容易、娱乐性强等鲜明特点,故而深受中老年人的青睐;同时,由于兼具信息传播、娱乐、社交等多项功能,短视频也对中老年人的生活方式、代际关系、社会网络、社会参与等日常生活产生了深刻影响,并最终影响到其身心健康状态(靳永爱等,2021)。最新研究表明,短视频使用对老年人发挥了网络增益效应而非过度挤占效应,适度使用短视频能显著促进老年人的群体性社会参与活动并提升其主观福祉(中国人民大学人口与发展研究中心等,2023)。《中老年人短视频使用情况调查报告》发现,抖音等短视频应用为老年人提供了获取知识、社交娱乐、自我展示的新工具,由此促进了他们的社会连接、社会适应和社会参与(中国人民大学人口与发展研究中心,2021)。

以短视频为代表的互联网技术产品,一方面无差别地面向所有人开放,有助于打破弱势群体的信息隔离;另一方面,从接入、使用到内容上的数字鸿沟越来越呈现出马太效应,更可能在技术层面上导致社会群体分化(李明德、马骁,2022)。由于我国长期存在城乡二元发展格局,尽管党的十九大以来国家大力实施乡村振兴战略,但不可否认,如今农村在科技、资源分配、经济发展等诸多方面相比城市仍然处于较为落后的状态。在这种结构下,农村中老年群体变成了被遮蔽的、具有社会边缘性的弱势群体,城乡老年人使用短视频的效果也并不相同(张驰、向晶,2023)。那么,使用短视频给农村中老年群体带来的影响究竟如何;短视频

使用是否将对农村中老年人的生活满意度产生影响,以及这种影响是否存在群体差异;更进一步地,其背后的作用机制和条件是什么。本研究将根据2023年全国代表性农村地区中老年人短视频使用抽样调查,探究短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响,以及该影响的群体差异与作用机制条件。

2 文献回顾与研究假设

2.1 中老年人的短视频使用研究

2020年,国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,提出让老年人在信息化发展中有更多获得感、幸福感、安全感。国家对老年人在信息时代生活质量的高度重视,促使了互联网科技在适老化方面的改造和升级。如今,距离全国老龄办2020年开展的“智慧助老”行动已经有四年之久。在这期间,学界有关中老年群体的媒介使用研究获得了较高的关注度,逐步从边缘研究领域走向了主流研究视野(蒋俏蕾等,2021;吴炜华、姜俣,2021;张大伟、谢兴政,2022)。其中,短视频凭借其独特优势而深受中老年人的喜爱,也因此成为了相关研究探讨的主要对象。

虽然有关中老年人的媒介使用研究已经初具规模,但有学者仍指出要警惕其中存在着明显的城市中心主义倾向(熊皇、梁亦昆,2022)。在媒介化社会中,农村中老年群体因其“农村”与“中老年”的双重属性而被边缘化,所受学界的关注度明显低于城市中老年群体。有研究在对鄂西南一农村中老年群体的抖音使用行为进行质性探究后发现,短视频逐渐展现出对电视媒介的时间替代效果,成为农村老年群体主要的信息获取途径和娱乐方式(廖航凌,2020)。在具体的使用动机上,朱颖颖和宫承波(2023)通过重新整合技术接受模型(Technology Acceptance Model, TAM),得出了4个影响老年短视频用户使用行为的核心变量,即绩效期望、努力期望、社会影响和促成因素。至于相关的效果研究,张驰和向晶(2023)通过量化分析发现,老年人在使用短视频后生活质量得到了显著提高;同时,短视频的使用效果存在着显著的城乡异质性,其中农村老年人使用短视频后的精神状态提升明显多于城镇老年人。然而,也有学者指出,由于中老年群体整体的互联网素养较低,无法较好地辨别信息真伪,因此容易成为互联网诈骗和虚假信息的受害者(靳永爱等,2021)。尽管现有的中老年人媒介使用研究部分涉及到了农村中老年群体,但整体上看聚焦这一群体的文章仍属于少数。

2.2 中老年人互联网使用对生活满意度影响的研究

本研究将“中老年人”群体定义为55岁及以上人群。在人口老龄化和互联网普及的双重背景下,互联网使用对于中老年人群体生活满意度的影响成为了具有理论和现实意义的议题。

生活满意度是测量中老年人生活质量、衡量中老年人心理健康和社会整体满意度的重要因素。Diener(1984)认为,个体对自身生活的总体评价体现出的是主观幸福感在认知层面的满意度,也就是人们对自己生活的感受和体验,即生活满意度。在东亚社会,互联网使用对老年人的生活满意度发挥了积极促进作用(Cho et al., 2023; Cheng et al., 2024)。此外,也有不少研究以幸福感作为切入点。一些研究发现,使用互联网可以增强老年人主观幸福感,且随着使用频率的增加,老年人的幸福感更强(赵波等,2022;蒋俏蕾、陈宗海,2021)。而另一些研究则表明,互联网社会化使用和非社会化使用对老年人主观幸福感的正向影响并不显著。换言之,中老年人的生活状况及其互联网使用状况并非是影响其生活幸福感的直接原因(丁雨桥、温勇,2022)。值得特别关注的是,使用短视频对中老年人生活满意度的影响在不同群体间存在差异。首先,数字鸿沟突出表现在老年群体和青年群体之间(陆杰华、韦晓丹,2021),但同时也将在中年群体和老年群体之间延续。其次,李艳萍(2022)还认为,短视频的使用习惯在农村中老年用户中有明显差异——女性用户比男性用户更加关注社交,更乐于在短视频上发布视频表达自我;而男性用户则更多地将短视频视为信息获取的工具。然而,既有研究并没有细化分析农村中老年人短视频使用的群体差异。因此,本研究提出如下假设:

H1:短视频使用有助于提高农村中老年人的生活满意度。

H2a:短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响存在年龄差异。

H2b:短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响存在性别差异。

2.3 中老年人互联网使用与社会联结的研究

在互联网使用对生活满意度影响的相关研究中,一些研究关注到了社会网络的中介效应。有研究讨论了老年人互联网使用对于提升其生活质量的积极效应,包括促进与家人朋友的交流、维持广泛的社会网络、参与线上休闲活动等(Aggarwal et al., 2020)。陈鑫和杨红燕(2021)发现,互联网使用能够提高与朋友、家人的社会网络质量,从而提高农村居民的主观幸福感。也有研究表明,短视频使用通过维系代际间情感关系、增进老年人的政治性社会参与,由此抑制了老年人社会网络衰落并提升了生活质量水平(张驰、向晶, 2023)。现有文献已对社会网络的中介效应进行了较为充分的讨论,但社会网络主要衡量的是与家庭成员及朋友的强关系,无法反映出其他社会人际交往的弱关系,而短视频的特点恰好决定了其在拓展弱关系方面的优势。因此,社会联结的引入有助于更准确地理解其作用机制。

“社会联结”(Social Connectedness)这一概念最初由 Lee 和 Robbins(1995)提出,被定义为自我的一种属性,它从整体上反映出对与社会世界保持持久的人际亲密关系的认识。联结感知高的人们往往表现出更愿意亲近他人、认同他人并积极参与社会团体和活动的特质;相反,联结感知较低的人们则会觉得自己与他人和整个世界的人际关系疏远,难以与社会世界建立联系,且在社交场合感到不自在。张楚凡等人(2023)指出,社会联结既是衡量健康老龄化的指标之一,又是提高老年人生活质量的重要因素。而互联网作为新的“社会联结”要素,为中老年群体打开了一个增强社会联结的窗口。有研究表明,农村老年人群的短视频社交网络以复制现实的人际网络为主,短视频的使用不断维系、延伸并满足着他们的公共交往,促使老人走出家门,完成多人在场的聚拢和互动(廖航凌, 2020)。总体来看,学界近年来关于中老年人社会联结的关注度有所提高,但大多仍停留在理论梳理和论述的阶段,相关实证研究相对较少。因此,本研究将引入社会网络和社会联结两项变量,以全面测量社会交往的中介效应,并提出如下假设:

H3a:短视频使用将通过促进农村中老年人的社会网络来提高其生活满意度。

H3b:短视频使用将通过促进农村中老年人的社会联结来提高其生活满意度。

2.4 中老年人互联网使用与孤独感的研究

互联网的社会网络和社会联结功能反映出其社交属性,有学者就此提出了互联网悖论,并在进一步研究中分析了互联网使用对线下人际互动的双向作用,认为外向者更能从互联网中获得积极的社会支持,内向者则相反(Kraut et al., 2002)。在此基础上,一些学者引入了孤独感来分析其中的影响机制。孤独感是指“老年人感到与重要他人处于相互脱离或者不和谐的关系,从而感到被疏远和轻视”(吴捷, 2008)。早期研究发现,在现实生活中感受到焦虑和孤独的个体,更可能转向互联网以展示真实自我并建立社交关系(McKenna et al., 2002)。有研究认为,更程度的互联网使用将降低孤独感并改善生活满意度(Heo et al., 2015)。

从年龄上看,互联网使用对缓解45~69岁中老年人的孤独感无显著影响,而对70岁及以上的高龄老年人则影响显著(卢志远等, 2023)。从功能上看,许肇然等(2017)将互联网使用分为以获取信息为主的“人-机”媒体类服务和以交互活动为主的“人-机-人”交流类服务,其分析了互联网使用对社会参与的影响,认为尽管线上交流可能挤占线下交流的时间精力,孤独感较强的老年人仍能够从“人-机-人”的交流类服务中获得社交代偿。也有研究认为,互联网的人际交往类用途能够拓展家庭网络和朋友网络,从而降低老年人的孤独感;信息获取类用途则既可能缓解孤独感,也可能因削弱社会网络而加重孤独感(唐丹等, 2022)。由此可见,孤独感和互联网使用存在着相互作用,引入孤独感有助于改变对于互联网社交属性的单一理解。同时,孤独感和幸福感、心理健康等因素紧密相关(赵娜等, 2016),有助于增进对生活满意度的测量把握。短视频作为一项综合类的互联网形式载体,兼具信息获取和人际交往功能,孤独感体验也将在其中发挥着重要影响。实际测量中,孤独感一般包括社会孤独和情感孤独,前者为个体现实生活中的社会支持感知,后者为个体主观情绪上的体验(van Baarsen, 2002;朱荟, 2021);同时对农村中老年人而言,子女是其重要的社会支持(孙薇薇、石丹妮, 2020)。因此,本研究将引入家庭子女数和孤独感知度两项变量,以测量孤独感的门槛

效应,并提出如下假设:

H4a:在不同的家庭子女数下,短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响存在差异。

H4b:在不同的孤独感知度下,短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响存在差异。

3 研究设计

3.1 数据来源

本研究的数据来源于2023年6月全国具有代表性农村地区中老年人短视频使用问卷调查,调查对象为使用过短视频的55周岁及以上的农村中老年人,调查内容为基本情况、短视频使用情况、身心健康和主观幸福感三部分。为确保样本代表性和有效性,调查采取了典型抽样、PPS抽样和随机抽样相结合的方法。首先,根据区域、经济、人口规模、中老年使用短视频综合排名等因素,抽取是北京、浙江、贵州、河南四个代表性的直辖市/省;其次,按照四个直辖市/省的区/地级市,各选择一个区/地级市,分别为北京密云、浙江台州、贵州遵义、河南平顶山;再次,每个省/直辖市按经济和人口规模抽出区、县,分别为北京密云、浙江台州温岭、贵州遵义红花岗、河南平顶山郟县;最后,在抽取出的社区中,每个社区、村随机抽取25名50岁以上中老年人进行问卷调查。针对农村中老年人短视频使用的调查共回收有效问卷2117份,筛选掉几乎不用短视频的样本,得到最终样本1686份。

3.2 变量设置

本研究的因变量是生活满意度。根据“总的来说,您对您目前的生活感到满意吗?”一题,将“很不满意”“比较不满意”“一般”“比较满意”和“很满意”5个等级,由低到高分分别赋值1~5分,得到生活满意度的连续变量;将“很不满意”“比较不满意”“一般”赋值为0,将“比较满意”和“很满意”赋值为1,得到生活满意度的二分类变量,即是否对当前生活满意。本研究的自变量是短视频使用。根据“您使用短视频的频率是?”一题,将“偶尔用,但少于一周一次”“一周一次”“两三天一次”“每天都用”4个程度,由低到高分别赋值2~5分,得到短视频使用频率的连续变量。为进一步探究短视频使用的细化影响,根据“您平均每天花费多少时间在短视频上?”一题,将“不看短视频”“1小时以内”“1~2小时”“2~3小时”“3~4小时”“4~5小时”“5~6小时”“6~7小时”“7小时以上”分别赋值为0、0.5、1.5、2.5、3.5、4.5、5.5、6.5、7,得到短视频日均使用时长的连续变量。

本研究的控制变量分为个人特征、家庭背景和健康状况。个人特征包括性别、年龄、教育年限和退休状况;家庭背景包括家庭收入水平和家庭子女数;健康状况包括生理健康和心理健康,前者通过自评健康来表示,后者则通过抑郁程度、孤独感知度和自我老化态度来测量。其中,性别是将男性赋值为1的虚拟变量,年龄是根据出生年份计算得到受访者2023年的周岁,教育年限是根据学制对教育程度变量进行粗略转换所得,退休状况是将已退休赋值为1的虚拟变量;家庭收入水平是以5个等级正向划分的定序变量,家庭子女数是以具体数值表示的定距变量;自评健康是对身体健康状况重新进行正向赋分所得(得分越高表示越健康),抑郁程度、孤独感知度、自我老化态度则是分别对抑郁量表、孤独感量表、老化态度量表进行负向得分处理加总而来(得分越高表示越消极)。

本研究的中介变量是社会网络和社会联结,前者表示受访者与家庭成员、朋友的社会交往与支持,后者表示受访者认为使用短视频对于促进其社会联结的作用程度。根据Lubben Social Network Scale-6(LSNS-6)量表,得分越高表示社会网络越强,即与家人/亲戚和朋友的交往越多、能够获得的社会支持越多。根据Social Connectedness Scale-Revised(SCS-R)量表,其包含了10个正向题目和10个负向题目,旨在测量个体与他人亲近、维持和寻求联结的感受,例如“我能够和其他人产生联结”“我发现自己积极参与到了人们的生活当中”“我能够很好适应新环境”。结合SCS-R和短视频使用感受量表中的部分已有题目,重新构造一个测量社会联结的量表,将“在我使用短视频的过程中,我感觉和其他人以及社会建立了联系”“使用短视频增加了我与亲人朋友的见面次数,促进了我和家人朋友的交流和互动”“我对短视频中看到的事情有发言权,短视频让我对社会和公众事情有了参与感(公共生活)”“短视频让我对其他人和社会有了更多的了

解”“短视频让我学到了一些新的知识和技能”“使用技术产品让我的生活变得更方便”6个题目的分数加总,得分越高表示社会联结越好,即认为短视频使用越能促进其社会联结。

表1 主要变量描述统计(N=1686)

| 变量 | 均值 | 标准差 |
|----------------|-------|------|
| 因变量 | | |
| 生活满意度(1~5分) | 3.98 | 0.68 |
| 生活满意度(否=0) | 0.81 | 0.39 |
| 自变量 | | |
| 短视频使用频率(2~5分) | 4.51 | 0.81 |
| 短视频日均使用时长(小时) | 1.16 | 1.26 |
| 控制变量 | | |
| 性别(女=0) | 0.50 | 0.50 |
| 年龄 | 61.26 | 6.09 |
| 教育年限 | 8.12 | 2.72 |
| 退休状况(否=0) | 0.68 | 0.47 |
| 家庭收入水平(1~5分) | 2.81 | 0.92 |
| 家庭子女数 | 2.06 | 0.78 |
| 自评健康(1~4分) | 3.18 | 0.58 |
| 抑郁程度(10~40分) | 19.71 | 5.61 |
| 孤独感知度(6~30分) | 14.66 | 4.85 |
| 自我老化态度(12~60分) | 37.54 | 6.25 |
| 中介变量 | | |
| 社会网络(0~30分) | 15.32 | 4.41 |
| 社会联结(6~30分) | 21.43 | 3.22 |

最终,所有变量的描述统计结果如表1所示。对于使用过短视频的农村中老年人,他们生活满意度总体较高,对当前生活满意的占比占81.26%;同时,他们短视频使用频率较高,日均使用时长约为1.16小时。

3.3 模型设定

第一部分,本研究以农村中老年人生活满意度的连续变量为因变量,分别以短视频使用频率和短视频日均使用时长为自变量,建立了OLS基准回归模型:

$$Y_1 = \alpha + \beta_0 X_k + \sum \beta_{0j} Z_j + \varepsilon \quad (1)$$

(1)式中, Y_1 为生活满意度的连续变量。 X_k 分别表示两个自变量,其中 X_1 为短视频使用频率, X_2 为短视频日均使用时长, Z_j 是各类控制变量,共有 j 个。

第二部分,为进行稳健性检验,本研究以生活满意度的二分变量为因变量,自变量和控制变量保持不变,建立了Logistic回归模型:

$$\text{logit}(Y_2) = \alpha'' + \beta_0'' X_i + \sum \beta_{0j}'' Z_j + \varepsilon'' \quad (2)$$

(2)式中, Y_2 为生活满意度的二分变量, logit

(Y_2)为生活满意度二分变量的Logistic函数。

第三部分,本研究采用OLS基准回归模型,进行了分年龄和分性别的异质性分析。

第四部分,为探究短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的中介效应,本研究分别以社会网络和社会联结为中介变量建立了中介回归模型:

$$Y_1 = cX_1 + \sum \beta_{1j} Z_j + \varepsilon_1 \quad (3)$$

$$M_1 = a_1 X_1 + \sum \beta_{21j} Z_j + \varepsilon_{21} \quad (4)$$

$$M_2 = a_2 X_1 + \sum \beta_{22j} Z_j + \varepsilon_{22} \quad (5)$$

$$Y_1 = c'X_1 + b_1 M_1 + \sum \beta_{31j} Z_j + \varepsilon_{31} \quad (6)$$

$$Y_1 = c''X_1 + b_2 M_2 + \sum \beta_{32j} Z_j + \varepsilon_{32} \quad (7)$$

(3)式中系数 c 为自变量 X_1 对因变量 Y_1 的总效应;(4)式中系数 a_1 为自变量 X_1 对社会网络 M_1 的效应;(5)式中系数 a_2 为自变量 X_1 对社会联结 M_2 的效应;(6)和(7)式是加入自变量、中介变量之后的模型, c' 、 c'' 分别为自变量 X_1 在加入 M_1 、 M_2 后对因变量 Y_1 的直接效应, b_1 、 b_2 分别为社会网络和社会联结对因变量 Y_1 的影响效应, $a_1 b_1$ 、 $a_2 b_2$ 则分别为其对应的中介效应。

第五部分,为分析短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的门槛效应,本研究分别以家庭子女数和孤独感知度为门槛变量建立了门槛回归模型:

$$Y_{ii} = \mu_i + \beta'_{41} X_{ii} I(q_{ii} \leq \gamma) + \beta'_{42} X_{ii} I(q_{ii} > \gamma) + \sum \beta'_{0j} Z_j + e_{ii} \quad (8)$$

(8)式中, Y_{ii} 为生活满意度, X_{ii} 为短视频使用频率, q_{ii} 为门槛变量, γ 为门槛值。

4 主要实证分析结果呈现

4.1 短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响

表2展示了短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的OLS回归结果。由于短视频日均使用时长的有效数值以“每天都用”为前提条件,故模型2仅覆盖每天都使用短视频的样本。

表2 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的OLS回归

| 变量 | 模型1 | 模型2 |
|----------------|----------------------|----------------------|
| 短视频使用频率 | 0.041* (0.018) | - |
| 短视频日均使用时长 | - | -0.020 (0.015) |
| 性别(女=0) | 0.064* (0.029) | 0.057 (0.035) |
| 年龄 | -0.011*** (0.003) | -0.014*** (0.003) |
| 教育年限 | -0.011* (0.006) | -0.013+ (0.007) |
| 退休状况(否=0) | 0.078* (0.033) | 0.036 (0.040) |
| 家庭收入水平 | 0.043** (0.016) | 0.050* (0.020) |
| 家庭子女数 | 0.028 (0.019) | -0.000 (0.023) |
| 自评健康 | 0.359*** (0.026) | 0.313*** (0.033) |
| 抑郁程度 | -0.016*** (0.004) | -0.021*** (0.005) |
| 孤独感知度 | 0.006 (0.004) | 0.009+ (0.005) |
| 自我老化态度 | -0.021*** (0.003) | -0.021*** (0.003) |
| 截距系数 | 4.152*** (0.249) | 4.868*** (0.280) |
| R ² | 0.230 | 0.245 |
| 样本量 | 1686 | 1137 |

注:括号内数字为标准差;+ p<0.1,* p<0.05,** p<0.01,*** p≤0.001。下同。

总体上看,短视频使用频率与农村中老年人的生活满意度之间具有显著的正相关关系,短视频日均使用时长则与农村中老年人的生活满意度之间不具有显著相关性。结果显示,在控制其他变量后,随着短视频使用频率的增加,农村中老年人的生活满意度也有所提高,且在0.05的水平上显著;但在每天都使用短视频的农村中老年群体中,日均使用时长的增加并不会带来生活满意度的提高。已有研究表明,相较于不使用互联网的老年人,使用互联网的老年人生活满意度更高(靳永爱、赵梦晗,2019;杜鹏、汪斌,2020;陆杰华、李芊,2022)。这些研究主要关注是否使用互联网的影响,本研究则进一步探究了短视频的使用频率和使用时长,发现短视频使用频率对农村中老年人的生活满意度发挥了显著正向作用,而使用时长对于提高其生活满意度并没有明显作用。由于频率意指对特定行为的重复,时长或可暗示特定行为的程度内容,故相较于使用短视频的深入程度和具体内容,农村中老年人使用短视频的行为本身对于提高生活满意度具有更重要的意义,这也与以往研究发现相吻合。

同时,个人特征、家庭背景、健康状况也对农村中老年人的生活满意度产生了一定影响。个人特征方面,农村中老年男性比女性的生活满意度更高,已经退休的农村中老年人生活满意度更高,年龄越大、教育年限越高,生活满意度越低。教育年限的作用似乎有违常识,但李雪莲和刘德寰(2018)提出了社交网络知识获取的结构悖论,认为高文化程度群体更容易在互联网中感到知识焦虑,而低文化程度群体则往往认为自己获得了更多知识,且该现象在进入中年后更加突出。同理,受教育

年限更高的农村中老年人更可能陷入海量短视频带来的信息焦虑之中,这将构成生活满意度下降的一个重要因素。家庭背景方面,家庭收入水平越高,农村中老年人的生活满意度越高。健康状况方面,自评健康越差、抑郁程度越高、自我老化态度越消极,农村中老年人的生活满意度越低。此外,家庭子女数和孤独感知度的作用并不显著,这将在后文门槛效应分析中作出补充讨论。

4.2 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的稳健性检验

由于OLS回归模型中可能存在遗漏变量,模型结果的稳健性仍有待检验。因此,本研究采取了模型替换法来进行稳健性检验,以生活满意度的二分变量为因变量建立Logistic回归方程。表3为Logistic回归结果。

表3 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的 Logistic 回归

| 变量 | 模型 3 | 模型 4 |
|-----------------------|----------------------|----------------------|
| 短视频使用频率 | 0.233** (0.085) | - |
| 短视频使用日均时长 | - | 0.039 (0.073) |
| 性别(女=0) | 0.247+ (0.141) | 0.072 (0.176) |
| 年龄 | -0.053*** (0.013) | -0.066*** (0.015) |
| 教育年限 | -0.012 (0.028) | -0.027 (0.036) |
| 退休状况(否=0) | 0.466** (0.158) | 0.211 (0.207) |
| 家庭收入水平 | 0.264** (0.083) | 0.286** (0.104) |
| 家庭子女数 | 0.219* (0.099) | -0.070 (0.125) |
| 自评健康 | 1.179*** (0.135) | 0.947*** (0.175) |
| 抑郁程度 | -0.086*** (0.017) | -0.095*** (0.021) |
| 孤独感 | 0.017 (0.019) | 0.007 (0.025) |
| 自我老化态度 | -0.093*** (0.014) | -0.113*** (0.017) |
| 截距系数 | 3.815** (1.191) | 8.417*** (1.558) |
| Pseudo R ² | 0.199 | 0.217 |
| 样本量 | 1686 | 1137 |

注:模型拟合优度指标为 Nagelkerke R Square。

表4 短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的分样本回归

| 变量 | 中年 | 老年 | 男性 | 女性 |
|----------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 短视频使用频率 | 0.058* (0.024) | 0.009 (0.029) | 0.027 (0.027) | 0.043+ (0.026) |
| 控制变量 | 控制 | 控制 | 控制 | 控制 |
| R ² | 0.264 | 0.246 | 0.242 | 0.226 |
| 样本量 | 904 | 782 | 846 | 840 |

以短视频使用频率为自变量的基准回归结果显示,二者之间存在显著正相关。其次,分别以社会网络和社会联结为因变量、以短视频使用频率为自变量的回归结果显示,短视频使用频率与社会网络不具有显著相关性,故社会网络的中介效应并不成立;短视频使用频率与社会联结具有显著正相关,可做进一步中介效应分析。最后,在基准回归模型之上加入社会联结后的结果显示,短视频使用频率的回归系数从 0.041 降低至

比较表 2 和表 3 可知,Logistic 模型与 OLS 模型的回归结果基本一致。由于模型不同,各变量的回归系数大小存在一定差异,但其作用方向和显著性水平基本保持稳定,可以认为实证结果具有较好的稳健性。

4.3 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的异质性分析

为探究短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响是否在不同群体间存在差异,本研究分别针对年龄和性别进行了分样本回归。表 4 为分样本回归结果。

分样本回归分析表明,短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响并不适用于所有群体,其作用在农村中年群体和农村中老年女性中更为显著,但在农村老年群体和农村中老年男性中则并不显著。结果显示,短视频使用频率对生活满意度的正向效应,在农村中年群体中具有 0.05 的显著性水平,在农村中老年女性中具有 0.1 的显著性水平。一方面,“老年数字鸿沟”理论及相关实证研究已揭示,由于生理认知机能的衰退、技术设计中的年龄歧视以及社会经济地位的差异,老年人的互联网使用与中青年群体存在明显差距,尤其面临着使用功能的受限和网络诈骗的风险(陆杰华、韦晓丹,2021)。因此,数字素养更高的农村中年群体更容易从短视频使用中获益并提高其生活满意度,老年群体则可能由于使用技能有限而更难从短视频中获得积极收益。另一方面,新近研究发现,中老年女性在互联网使用过程中表现出了比男性更强的视频娱乐型和深度使用型倾向,前一类以看网络视频为主,后一类则意味着长时间使用各类互联网功能(靳永爱等,2024)。由此可以推测,农村中老年女性比男性更容易通过短视频使用获得愉快体验。

4.4 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的中介效应分析

本研究选择以社会网络和社会联结作为中介变量,来探讨短视频使用对农村中老年人生活满意度影响中可能存在的中介效应。表 5 为中介回归结果。

首先,以生活满意度为因变量、

0.033,且显著性水平明显下降,表明其对于农村中老年人生活满意度的影响有所减弱;同时,社会联结的回归系数为0.02,且在0.001的水平上显著,表明社会联结可能在其中发挥了部分中介效应。经Sobel检验可得,社会联结的间接效应为0.008,且在0.01的水平上显著,其中介贡献率为19.33%。以往研究也表明,使用互联网的老年人能感受到更高的社会联结,表现出更高的社会认知能力和社会适应情况,因而也具有更高的心理健康水平(洪建中等,2015)。为什么使用短视频并未强化农村中老年人的社会网络,却反而能提高其社会联结。有研究认为,抖音短视频具有拓展弱关系和削弱强关系的双重可能。一方面,刷短视频可以增加社会交往的范围和频率;另一方面,独自观看短视频的行为也侵占了家庭成员的相处时间(李香婉,2022)。换言之,短视频能够让农村中老年人接触到日常生活空间之外的他人社会,但难以实质性地增进其社会支持网络。图1为短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的中介机制。

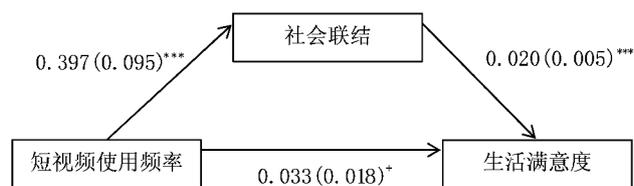


图1 短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的中介路径:社会联结

表5 短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的中介回归(N=1686)

| 变量 | 生活满意度 | 社会网络 | 生活满意度 | 社会联结 | 生活满意度 |
|----------------|-------------------|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 短视频使用频率 | 0.041* (0.018) | 0.018 (0.130) | 0.041* (0.018) | 0.397*** (0.095) | 0.033+ (0.018) |
| 社会网络 | - | - | 0.018*** (0.003) | - | - |
| 社会联结 | - | - | - | - | 0.020*** (0.005) |
| 控制变量 | 控制 | 控制 | 控制 | 控制 | 控制 |
| R ² | 0.230 | 0.096 | 0.241 | 0.101 | 0.237 |

表6 短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的门槛效应检验(N=1686)

| 变量 | 模型 | LM值 | P值 | BS次数 |
|-------|------|------------|-------|------|
| 家庭子女数 | 第一门槛 | 28.177** | 0.003 | 2000 |
| | 第二门槛 | 9.906 | 0.758 | 2000 |
| 孤独感知度 | 第一门槛 | 113.722*** | 0.000 | 2000 |
| | 第二门槛 | 10.568 | 0.895 | 2000 |

表7 短视频使用频率对农村中老年人生活满意度影响的门槛回归

| 变量 | 家庭子女数≤2 | 家庭子女数>2 | 孤独感知度≤18 | 孤独感知度>18 |
|----------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 短视频使用频率 | 0.046* (0.022) | 0.010 (0.045) | -0.005 (0.022) | 0.096* (0.039) |
| 控制变量 | 控制 | 控制 | 控制 | 控制 |
| R ² | 0.256 | 0.200 | 0.288 | 0.296 |
| 样本量 | 1292 | 394 | 1209 | 477 |

著;但当家庭子女数超过2个时,短视频使用频率对农村中老年人的生活满意度不再具有显著作用。当孤独感知度得分低于或等于18分时,短视频使用频率对农村中老年人的生活满意度不具有显著作用;而当孤独感知度得分高于18分时,短视频使用频率则对农村中老年人的生活满意度发挥了正向影响,且在0.05的水

4.5 短视频使用对农村中老年人生活满意度影响的门槛效应分析

本研究选择以家庭子女数和孤独感知度作为门槛变量,来分析短视频使用对农村中老年人生活满意度影响中可能存在的门槛效应。表6为门槛效应检验结果。

门槛效应检验表明,在农村中老年人短视频使用对其生活满意度的影响中,家庭子女数和孤独感知度均存在显著的单一门槛效应。表7为门槛回归结果。

具体来看,家庭子女数的门槛值为2,孤独感知度的门槛值为18。门槛回归结果显示,当家庭子女数少于或等于2个时,短视频使用频率对农村中老年人的生活满意度发挥了正向影响,且在0.05的水平上显

平上显著。这表明,无论是社会孤独还是情感孤独,只有当农村中老年人的孤独感超过了一定门槛,使用短视频频率越高,其生活满意度才会显著提升。以往研究显示,孤独感在互联网使用和主观幸福感的关系中发挥了多种作用(谢祥龙,2016;丁雨桥、温勇,2022)。相较于农村其他中老年群体,现实中感到孤独的人更倾向于从短视频中获得情感弥补,也更可能通过短视频来拓展其社会联结,进而改善其生活满意度。当前,农村地区老龄化加剧暗示了农村留守老人的比例提升,而这意味着短视频的积极效益将持续增强。

5 结论与讨论

基于2023年全国代表性农村地区中老年人短视频使用抽样调查数据,本研究建立了OLS回归模型来分析短视频使用对农村中老年人生活满意度的影响,并通过分样本回归进行了异质性分析,同时进一步探究了其中介效应和门槛效应。研究发现:

首先,短视频使用频率与农村中老年人的生活满意度之间具有显著的正相关关系。短视频使用频率越高,农村中老年人的生活满意度也越高。以往研究发现,数字融入对老年人的生活满意度具有正向促进作用,且农村老年人通常获益更多(姜山等,2022)。此外,年龄越小、教育年限越少、家庭收入水平越高、自评健康越好、抑郁程度越低、自我老化态度越积极的已退休农村中老年男性,其生活满意度通常更高。

其次,分年龄和分性别来看,短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的影响仅在中年群体和女性群体中显著。短视频使用频率越高,农村中年群体和中老年女性的生活满意度将明显增加。过去学界认为,社会分层将从现实社会延伸至网络空间,女性数字技术使用频率更低、线上活动范围更狭窄、对自身数字技能评价也更低(赵万里、谢榕,2020)。而新近研究表明,中老年女性的互联网使用比中老年男性更加全面深入(靳永爱等,2024)。可以推测,由于中年群体和女性群体具备更高的数字素养,故而更能通过使用短视频改善生活质量并提高生活满意度。从社会性别的视角来看,短视频使用的正向影响将有可能打破性别不平等的数字化再生产机制。

再者,就作用机制来看,社会联结在短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的影响中发挥了部分中介效应。这部分社会联结包括与他人社会的联系、对公共生活的参与、对他人社会的了解、与家人朋友的互动、习得新的知识技能及使用便捷的技术产品。短视频使用频率越高,农村中老年人的社会联结就越强,生活满意度也明显提高,且该路径中介贡献率为19.33%。以往研究表明,老年人能通过信息传播技术获得使用功能和社会交流的双重价值(方惠、曹璞,2020),二者都是社会联结强化的外在表现,对提高老年人的生活质量具有重要意义。然而,也应注意到,短视频使用对增强农村老年人的社会网络并无明显作用。

最后,就作用条件来看,家庭子女数和孤独感知度分别在短视频使用频率对农村中老年人生活满意度的影响中发挥了单一门槛效应。当家庭子女数少于或等于2个时,或者当孤独感知度得分高于18分时,短视频使用频率对农村中老年人的生活满意度发挥了显著的正向影响。已有研究认为,通过互联网寻求人际交流的行为与更高水平的孤独感相关(Sum et al.,2008)。因此,只有当农村中老年人的孤独感达到了一定门槛以上,使用短视频才有助于提高其生活满意度。

虽然既有研究已从多个角度充分讨论了互联网使用对中老年人的积极效应,但本研究进一步聚焦于当前受到中老年人青睐的短视频,并关注了处于相对弱势地位的农村中老年群体,具有较强的理论和现实意义。尽管既有研究也对不同群体间的异质性、社会网络的中介路径或孤独感的多种效应展开了相应讨论,本研究仍对相关议题的理论探究作出了有益推进。本研究不仅区分了短视频使用频率和使用时长的差异,发现使用短视频的行为相较于使用的内容程度更能提高农村中老年人的生活满意度;同时强调了农村中老年女性使用短视频的积极效应,反驳了简单的性别不平等数字化再生产假定;此外通过考察社会网络和社会联结的中介效应,指出短视频对于弱关系有着比强关系更显著的改善作用;最后还通过分析家庭子女数和主观孤独感的门槛效应,认识到社会孤独或情感孤独的农村中老年群体更可能从短视频中获益。因此,这要求我们从更广、更深的维度来思考互联网使用与中老年群体的福祉问题。

世界卫生组织于2002年提出了积极老龄化(Active Ageing)概念,是指“一个完善健康、参与和保障机会

的过程”(WHO,2002),其致力于提高老年人的生活质量。Gergen 夫妇(2003)共同提出了积极老龄化的三大主题,分别是自我提升、人际关系和社区贡献,包括学习知识技能、发展社会关系网络以及扩展社会生活范围。随着信息化对社会生活的全面渗透,以数字融入促进社会联结成为了实现积极老龄化的应有之义。应积极推广以短视频为代表的互联网社交媒体,通过适老的功能设计和内容发布以方便中老年人的日常使用,增加其与他人、社会的广泛接触,充分发挥社会联结作用,为社会孤独和情感孤独的中老年人提供替代性的社交补偿。比如加强研发老年模式界面,构建线上老年互动社区,并以此助力线下活动开展。同时,针对缺乏数字素养的中老年群体,应以多种形式增强其数字技能,帮助其改善健康、参与社会、获得社会保障,不断提升其生活生命质量(刘述,2021)。比如设立老年大学互联网学习课程,开展社区老年数字技术培训讲座,鼓励青年群体对中老年人进行文化反哺。总之,应从供给端和需求端同时着手,通过数字技术赋能不断推动积极老龄化。

参考文献:

- 陈鑫,杨红燕. 互联网对农村居民主观幸福感的影响及作用机制分析[J]. 农林经济管理学报,2021,20(2):267-276.
- 丁雨桥,温勇. 互联网的使用对老年人生活幸福感的影响[J]. 心理学探新,2022,42(1):69-75.
- 杜鹏,汪斌. 互联网使用如何影响中国老年人生活满意度? [J]. 人口研究,2020,44(4):3-17.
- 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,2020,42(3):74-90.
- 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.
- 姜山,蒋潮鑫,任强. 数字融入、社会资本与老年心理健康——基于中国老年社会追踪调查的实证研究[J]. 治理研究,2022,38(5):25-34+125.
- 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),2021,43(12):41-48.
- 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):5-13.
- 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,2024,48(1):40-55.
- 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.
- 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,2019,41(6):44-55.
- 巨量算数. 2021 抖音银龄社会责任报告[R/OL]. (2021-10-14)[2024-04-30]. <https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetic-report/detail/478>.
- 李明德,马骁. 嵌入与连接:新媒介技术对现实世界的影响——党的十九大以来新媒体研究的十大观点[J]. 编辑之友,2022,(4):63-71.
- 李香婉. 抖音短视频对中年群体社会交往的影响研究——基于强弱关系理论视角[J]. 科技传播,2022,14(7):118-120+125.
- 李雪莲,刘德寰. 知沟谬误:社交网络中知识获取的结构性悖论[J]. 新闻与传播研究,2018,25(12):5-20+126.
- 李艳萍. 农村中老年群体短视频使用现象研究——以抖音短视频平台为例[J]. 声屏世界,2022,(15):87-89.
- 廖航凌. 农村老年群体的抖音短视频使用行为及特点研究[J]. 新闻前哨,2020,(6):69-70.
- 刘述. 积极老龄化视角下我国香港老年人数字融入路径研究[J]. 中国远程教育,2021,(3):67-75.
- 卢志远,王欢,梁爽. 互联网使用对老年人孤独感的影响[J]. 湖北农业科学,2023,62(2):220-226+232.
- 陆杰华,李芊. 互联网使用对中国老年人生活满意度影响探究——基于 CLASS 2018 的数据检验[J]. 西北人口,2022,43(5):1-12.
- 陆杰华,韦晓丹. 老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择——基于数字鸿沟与知沟理论视角[J]. 人口研究,2021,45(3):17-30.

- QuestMobile 研究院. 2023 银发经济洞察报告 [R/OL]. (2024 - 04 - 17) [2024 - 04 - 30]. <https://www.questmobile.com.cn/research/report/1721777249575866370>.
- 孙薇薇, 石丹妮. 社会支持的影响机制与农村老年心理健康[J]. 社会学评论, 2020, 8(4): 77 - 87.
- 唐丹, 张琨, 亓心茹. 互联网使用对老年人社会网络及孤独感的影响: 基于用途的分析[J]. 人口研究, 2022, 46(3): 88 - 101.
- 吴捷. 老年人社会支持、孤独感与主观幸福感的关系[J]. 心理科学, 2008, (4): 984 - 986 + 1004.
- 吴炜华, 姜俟. 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.
- 谢祥龙. 老年人互联网使用特点及其与孤独感和主观幸福感关系研究[D]. 华中师范大学, 2016.
- 熊皇, 梁亦昆. 与信息偶遇: 媒介化社会中乡村老年群体的在线健康信息获取行为研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(12): 38 - 47.
- 许肇然, 胡安安, 黄丽华. 老年人互联网服务使用行为对社会参与的影响研究: 孤独感和线下相关程度的调节作用[J]. 信息系学报, 2017, (2): 27 - 38.
- 晏青, 李宁馨. 联结、驯化与社会应许: 农村老人短视频使用与社会融入研究[J]. 新闻与传播评论, 2022, 75(6): 26 - 36.
- 张弛, 向晶. 短视频对老年人生活质量的影响——基于社会网络视角[J/OL]. 西安交通大学学报(社会科学版): 1 - 15 [2023 - 10 - 08]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1329.C.20230920.1844.002.html>.
- 张楚凡, 林榕, 李红. 老年人社会联结的研究进展[J]. 中国护理管理, 2023, 23(8): 1259 - 1263.
- 张大伟, 谢兴政. 农村中老年人提升新媒体素养的“关系”路径研究[J]. 新闻大学, 2022, (8): 1 - 16 + 121.
- 赵波, 李娜, 岳中刚. 互联网使用与老年人主观幸福感[J]. 人口与社会, 2022, 38(3): 24 - 35.
- 赵娜, 周明洁, 张建新. 孤独感在老年人心理健康与幸福感之间的调节作用[J]. 中国老年学杂志, 2016, 36(22): 5717 - 5719.
- 赵万里, 谢榕. 数字不平等与社会分层: 信息沟通技术的社会不平等效应探析[J]. 科学与社会, 2020, 10(1): 32 - 45.
- 中国互联网络信息中心. 第 51 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2023 - 03 - 02) [2024 - 04 - 30]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0303/c88-10757.html>.
- 中国互联网络信息中心. 第 53 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2024 - 03 - 22) [2024 - 04 - 30]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>.
- 中国人民大学人口与发展研究中心, 北京大学未来城市研究中心, 抖音. 2022 从线上到线下: 老年人短视频使用与线下社会参与 [R/OL]. (2023 - 02 - 01) [2024 - 04 - 30]. <http://pdsc.ruc.edu.cn/docs//2023-03/470e9bd3932c4a64974fa393b49685e6.pdf>.
- 中国人民大学人口与发展研究中心. 翟振武: 积极应对人口老龄化 短视频的作用不可忽视 [EB/OL]. (2021 - 09 - 06) [2024 - 04 - 30]. <http://pdsc.ruc.edu.cn/jdix/25592c597cf7436f88acbbd52a777becb.htm>.
- 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 + 127 - 128.
- 朱荟. 中国老年人社会参与对其孤独感的影响探究——基于 CLHLS2018 数据的验证[J]. 人口与发展, 2021, 27(5): 12 - 23.
- 朱颖颖, 宫承波. 老年群体短视频用户体验要素模型探究[J]. 当代传播, 2023, (2): 92 - 98.
- Aggarwal B, Xiong Q, Schroeder - Butterfill E. Impact of the use of the internet on quality of life in older adults: review of literature[J]. *Primary Health Care Research & Development*, 2020, 21(e55): 1 - 6.
- Cheng X, Ge T, Cosco T D. Internet use and life satisfaction among Chinese older adults: the mediating effects of social interaction[J]. *Curr Psychol*, 2024, 43(1): 717 - 724.
- Cho H, Choi M, Lee H. Mobile Internet Use and Life Satisfaction Among Older Adults: The Moderating Effect of Living Alone[J]. *Journal of Applied Gerontology*, 2024, 43(7): 841 - 849.
- Diener E. Subjective well - being[J]. *Psychological Bulletin*, 1984, 95(3): 542 - 575.
- Gergen M, Gergen K J. Positive Aging[M]//Gubrium J F, Holstein J A. Ways of Aging. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2003: 203 - 224.
- Hansen B E. Sample splitting and threshold estimation[J]. *Econometrica*, 2000, 68(3): 575 - 603.
- Heo J, Chun S, Lee S, et al. Internet Use and Well - Being in Older Adults[J]. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 2015, 18(5): 268 - 272.
- Kraut R, Kiesler S, Boneva B, et al. Internet paradox revisited[J]. *Journal of Social Issues*, 2002, 58(1): 49 - 74.
- Lee R M, Draper M, Lee S. Social Connectedness, Dysfunctional Interpersonal Behaviors, and Psychological Distress: Testing a Mediator Model[J]. *Journal of Counseling Psychology*, 2001, 48(3): 310 - 318.

(下转第 149 页)

