

分类号 G21/235
U D C

密级
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 大众传播游戏理论视角下老年游戏
化叙事探究

研究生姓名: 赵晓玲

指导教师姓名、职称: 袁淑芸 副教授

学科、专业名称: 新闻与传播专硕

研究方向: 网络与新媒体方向

提交日期: 2024年6月3日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名：赵晓玲 签字日期：2024.6.3

导师签名：袁淑芬 签字日期：2024.6.3

导师(校外)签名：周丹波 签字日期：2024.6.3

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名：赵晓玲 签字日期：2024.6.3

导师签名：袁淑芬 签字日期：2024.6.3

导师(校外)签名：周丹波 签字日期：2024.6.3

**An Exploration of the Narrative of
Gamification in Elderly from the
Perspective of Game Theory in Mass
Communication**

Candidate : Zhao Xiaoling

Supervisor: Yuan Shuyun

摘要

随着中国人口老龄化进程的加剧，“老龄化”已经成为中国人口结构和社会生活的基本情况。同时，智能媒体技术的高速发展与普及促进我国数字化程度不断加深，适老化改造以及信息无障碍服务水平的逐渐提高，数字包容的实施使得老年群体显露出更多参与网络的意愿。如今，老年群体也开始参与网络时代的叙事过程，其基础生活需求的被满足，日益增长的精神生活需求，如游戏需求、社交需求、发声需求等成为社会各界亟需重视的部分。

基于此背景，本研究采用调查问卷法和深度访谈法，以大众传播游戏理论为理论视角，从老年游戏化叙事的风险隐忧、发展思考以及可行性模式三个方面进行叙述。研究将游戏化思维融入老年叙事的探究，在积极老龄化政策支持和老年群体的需求中入手，阐释游戏化的老年叙事如何助力老年群体摆脱数字难民的困境，满足老年群体的精神需求，重塑老年群体的社会形象和主体地位，并展望老年游戏化叙事未来发展的理想化可行性模式，以期构建积极老龄化理念下的良性社会。

关键词：老年传播 大众传播游戏理论 游戏化 积极老龄化

ABSTRACT

With the intensification of the aging process of the Chinese population, "aging" has become the basic situation of the structure and social life of the Chinese population. At the same time, the rapid development and popularization of intelligent media technology have promoted the deepening of China's digitalization, the gradual improvement of age-appropriate transformation and information barrier-free services, and the implementation of digital inclusion has made the elderly group show more willingness to participate in the Internet.

Nowadays, the elderly group has also begun to participate in the narrative process of the Internet age, and their basic life needs are satisfied, and the growing spiritual life needs, such as game needs, social needs, and voice needs, have become part of the urgent attention of all sectors of society.

Based on this background, this study uses questionnaire and in-depth interview methods to describe the risks and hidden concerns, development thinking and feasibility model of gamification narrative from the theoretical perspective of mass communication game theory. This study integrates gamified thinking into the narrative of the elderly, starts from the policy support of active aging and the needs of the elderly group, explains how the gamified elderly narrative can help the elderly group get rid of the dilemma of digital refug

ees, meet the spiritual needs of the elderly group, reshape the social image and subjective status of the elderly group, and look forward to the idealized feasibility model of the future development of the elderly gamification narrative, in order to build a benign society under the concept of active aging.

KEYWORDS: Geriatric Communication; Mass communication; Game Theory; Gamification; Active Aging

目 录

第一章 绪论	1
1.1 研究背景及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 国内外文献综述.....	4
1.2.1 关于大众传播游戏理论的文献综述.....	4
1.2.2 关于老年传播的文献综述.....	6
1.2.3 关于老年群体数字化生存的文献综述.....	7
1.2.4 关于游戏化叙事的文献综述.....	8
1.2.5 综述述评.....	8
1.3 研究思路.....	9
1.3.1 研究目标.....	9
1.3.2 研究框架.....	9
1.3.3 研究内容.....	10
1.4 研究方法与设计.....	11
1.4.1 调查问卷法.....	11
1.4.2 深度访谈法.....	12
1.5 研究创新之处.....	13
第二章 相关概念及理论基础	14
2.1 大众传播游戏理论.....	14
2.2 老年群体的数字化生存.....	16
2.3 老龄化传播.....	16
2.4 游戏化叙事.....	17
2.5 大众传播游戏理论与老年游戏化叙事的关联性.....	19
第三章 大众传播游戏理论与老年叙事的耦合	21
3.1 传播游戏与游戏的定义.....	21
3.2 老年群体数字化生存现状及需求.....	22

3.3 游戏化的老年叙事	23
3.3.1 老年游戏化叙事中老年群体的社会控制与选择性会聚	23
3.3.2 老年游戏化叙事中老年群体的作为工作的传播与作为游戏的传播	25
3.3.3 传播快乐与传播痛苦	28
3.3.4 外在自己与内在自我	29
第四章 隐忧：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事风险	32
4.1 选择与控制	32
4.1.1 过度追求选择性会聚，偏离社会控制轨道	32
4.1.2 技术的隐蔽化导致劳动被操控	34
4.2 工作与游戏	35
4.2.1 偏向游戏属性，工作属性淡化	35
4.2.2 老年主体地位缺失，适老化缺“老”	36
4.3 快乐与痛苦	37
4.3.1 过度追求传播快乐，传播痛苦被遗忘	37
4.3.2 信息过载现象，迷失“信息茧房”	39
4.4 自己与自我	40
4.4.1 自我沉醉，忽略社会责任	40
4.4.2 自塑与他塑，人设贩卖之困	41
第五章 思考：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事发展	44
5.1 个体层面	44
5.1.1 老化历程：作为传受者的老年人	44
5.1.2 老化想象：作为“旁观者”的非老年	46
5.2 群体层面	47
5.2.1 人际关系中的老年群体	48
5.2.2 代际关系中的非老年群体	49
5.3 社会层面	51
5.3.1 构建良好的舆论环境	51
5.3.2 构建老年受众所需的内容及平台	53

5.3.3 构建完善的传播体系	54
第六章 展望：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事理想可行性模式	56
6.1 游戏化的叙事设计	56
6.1.1 老年游戏化叙事分层级接受.....	56
6.1.2 自主选择数字断联的可能.....	57
6.1.3 复媒体视角下的平台摇摆.....	58
6.2 游戏化的叙事主体	59
6.2.1 老年主体地位的巩固	59
6.2.2 老年群体的形象构建.....	60
6.3 游戏化的叙事内容	61
6.3.1 麦克卢汉：“游戏”即人的延伸.....	61
6.3.2 游戏促进老年群体的学习.....	62
6.4 游戏化的叙事场景	63
6.4.1 接入设备是硬件基础.....	63
6.4.2 社交媒体是传播基础.....	63
6.4.3 大数据是信息基础.....	64
结 语	66
参考文献	68
附 录	73
附录一：调查问卷	73
附录二：深度访谈提纲	81
致 谢	84

第一章 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

随着中国人口老龄化进程的加剧，“老龄化”已经成为中国人口结构和社会生活的基本情况。根据数据进行测算，预计在“十四五”时期，我国 60 岁及以上老年人口总量将突破 3 亿，占比将超过 20%，进入中度老龄化阶段。预计在 2035 年左右，我国 60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，在总人口中的占比将超过 30%，进入重度老龄化阶段。而西方发达国家比我国更早的进入到了老龄化社会，也更早的注意到了老龄化问题。世界卫生组织（WHO）最早提出“积极老龄化”理念是在 2002 年的第二次老龄问题世界大会上，它以“最大限度地提高老年人健康、参与和保障的水平，确保所有人在老龄化过程中能够不断提升生活质量”为倡导，理念一经推出在世界范围内产生了广泛的影响，同时也在先进入老龄化社会的国家和地区进行了积极的落实与实践。

老龄化是我国 21 世纪的基本国情，应对人口老龄化是一项长期战略任务。党的十八大提到，我国将“老有所养、老有所为”理念为目标，将如何应对人口老龄化为国家层面战略，为老龄事业有更优质的顶层设计而努力。党的十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，第一次在国家战略层面提到人口老龄化问题，会议提出“实施积极应对人口老龄化国家战略”的倡议。2019 年党中央、国务院在《国家积极应对人口老龄化中长期规划》中指出，人口老龄化进程不断加快，会长期贯彻我国的基本国情，其对经济文化领域、社会建设领域以及我国综合国力和国际影响力有极大影响，积极老龄化成为促进老龄化积极改进的唯一指导理念，要多举措助力并促进老年群体老有所为。二十大报告中提到，“将人口老龄化提至国家战略层面是必要的，发展相应养老事业产业，让老年群体都有享受基本养老服务的权力。”因此，政策对于积极老龄化的支持显示出针对于老年传播以及老年叙事的研究是必要的。

与此同时，智能媒体技术的高速发展与普及促进我国数字化程度不断加深，数字化生存的便捷性使得数字化方式成为现代人生活的重要方式。随着社会老龄

化程度的加剧,老年群体融入数字化生存的进程陷入困境,使得老年群体成为“数字难民”。而随着适老化改造以及信息无障碍服务水平的逐渐提高,数字包容的实施使得老年群体显露出更多参与网络的意愿。CNNIC发布的《第52次中国互联网络发展状况统计报告》中显示,截至2023年6月,我国40岁及以上网民群体占比由2022年12月的47.5%提升至47.6%,^①互联网进一步向中老年群体渗透,也大范围的激活了银发经济的数字化潜力。同时老年人在满足基础生活需求之后,日益增长的精神生活需求,例如游戏需求、娱乐需求等也应该被重视起来。游戏化提供了一种矛盾的解决思路,游戏化是将游戏元素、游戏设计和游戏思维运用在非游戏场景中,将游戏化与老年叙事相结合,是一种较为创新的思路。

在政策支持和老年群体需求下,积极老龄化观念的树立,老龄化社会潜能的挖掘,银发经济的培育,最终使我国社会经济发展与老龄化进程相适应,构建老龄化友好型社会。近年来,我国密切关注并且推出针对于人口老龄化的政策,这些政策为银发经济的发展提供了温床、创造了空间,为老年群体这个蓝海市场注入强大的活力。银发经济又称老年产业、老龄产业,指的是随着社会的老龄化而产生的专门为老年人消费服务的产业。老年消费者的比例在逐步增加,老年群体的市场在逐渐扩大,老年群体的消费需求更是促进银发经济的发展,老龄化催生蓝海市场,老年产业也多被商家称为“朝阳产业”,有着巨大的发展潜力。

综上所述,本文从大众传播游戏理论视角出发,将游戏化思维运用于老年叙事的探索之中,从社会控制与选择性会聚、作为工作的传播与作为游戏的传播、传播快乐与传播痛苦和外在自己与内在自我四个方面分析老年游戏化叙事的现状、风险以及提出具有针对性的发展建议,重塑老年群体的社会形象和社会地位,探索出可行的老年游戏化叙事之道。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

英裔美国物理学家、心理学家和传播学家威廉·斯蒂芬森是第一个将游戏观念引进大众传播研究领域的学者,他于1967年出版的《大众传播的游戏理论》提出大众传播游戏理论。斯蒂芬森提出,“受众的媒介接触行为就是在游戏,在报纸、电视中选择满意的内容观看,这些都属于游戏行为。”他还把传播分为作

^①CNNIC.第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

为工作的传播和作为游戏的传播，认为前一种是寻求功利性的行为，而后一种是追求自娱自乐的非功利性行为，是自由且愉悦的。他主张传播是一种体现受众高度自主性和主观性的“游戏”，传播的重点在于传播快乐，人们参与传播是一种自我取悦的行为。

最早将游戏作为人类文化重要内核，并以专著形式进行研究的是荷兰学者约翰·赫伊津哈，他认为游戏是一种意义永存的活动，也体现一定的社会功能。他认为单一的理解游戏是徒劳的，应该将游戏整合于文化之中分析，是一种文化现象，是推动文明的酵母。

随着智能媒体技术的高速发展以及数字化进程的不断加快，大众传播游戏理论重新得到了学界和业界的重视。我国处于加速老龄化阶段，老年群体加快融入数字化生存是必要的，在基础物质需求基本满足的今天，老年群体在精神领域的社交需求、游戏需求等方面也应该得到重视。分析现有文献后，笔者发现大众传播游戏理论大多用于“新闻游戏”“新媒介实践”“新闻伦理”等方面的研究，将老年叙事与游戏化相结合的文章不多，游戏化从逻辑上来说是以游戏化思维解决非游戏问题的一种路径，并不以纯粹的娱乐为目的。本文将大众传播游戏理论与老年叙事相结合，从新的角度去分析老年叙事，也是在丰富大众传播游戏理论运用。

（2）实践意义

在积极老龄化政策支持和智能媒体技术的加持下，老年群体在老化过程中逐渐获得了表达自我的权力，成功老化和积极老化成为老年群体在数字化社会生存的目标。物质生活和精神生活的需求以及技术嵌入生活的便捷缓解了老年群体对于技术的恐惧，媒介的赋能与赋权更是让“老有所为”。本文将大众传播游戏理论代入到老年叙事的研究中，探究老年群体的主体性构建以及其表达自我、维系社交、产生社会价值的游戏化叙事模式。

同时，老龄化是一个动态过程，是社会每个成员都会经历的阶段。社会发展中的老龄化过程影响着社会结构、社会制度、社会规范的正常运行，而老年群体在游戏化的叙事中能够掌握技术，作为传受者去修正老年群体被集体污名化的社会现象。对于老年群体来说，污名化现象、技术恐惧等负面影响因为老年群体的自主传播而减轻，能够使得老年群体更加“轻松”的接入互联网，获得更好的

数字体验,更好更快的融入数字化生存,也更能够吸引针对于老年群体的内容和平台制作;对于非老年群体来说,老年群体能够借助各种媒介形态和多种传播方式发出自己的声音,和其他群体形成社会与文化的共识,也是一种经验的传递和价值的传承。研究大众传播游戏理论在老年游戏化叙事能够为老年叙事提出一种更加适合应用于现代媒介发展的方向,为游戏化的老年叙事提供一定的可行性方向。

1.2 国内外文献综述

随着老龄化程度的逐步加深和智能媒体技术的不断发展,使得老年群体在数字化浪潮之中的生存和融入问题得到学界和业界的关注。国内外学界对于老年群体在关注多集中在老年群体与其他群体的数字鸿沟现象、老年群体的媒介素养问题、老年群体的数字化生存困境和老年群体的健康传播等相关方面的问题,很少有研究将目光投向游戏化思维与老年叙事结合之中。智能媒体时代的到来,斯蒂芬森提出的大众传播游戏理论又一次登上舞台。在此背景下,本研究着眼于探究游戏化与老年叙事的相结合,从大众传播游戏理论分析老年群体在使用智能媒体时的叙事模式,关注老年群体在运用媒介时的主体性以及媒体使用行为的状况,并对此提出建议对策。

1.2.1 关于大众传播游戏理论的文献综述

游戏和游戏化的传播在西方学界并不是新话题,多数是在人类行为学、心理学等领域之中。古典哲学创始人康德认为“游戏是人的内在目的并因而自由的生命活动”。^①德国诗人席勒同样认为,“只有当人充分是人的时候,他才会游戏;只有当人游戏的时候,他才完全是人。”^②但荷兰学者约翰·赫伊津哈彻底打破了游戏所附带的偏见,他于1930年所著的《游戏的人》,其第一次将“游戏与文化”作为研究对象进行系统分析。他认为“游戏在人类文明出现之前就已经存在,文化和文明不仅来源于游戏,他们本身就是一种游戏”。^③游戏是文化的基本组成,它伴随文化、促进文化,借鉴麦克卢汉的理论就是传播即游戏。受《游戏的人》所启发,英裔美国物理学家、心理学家和传播学家威廉·斯蒂芬森是第一个将游戏观念引进大众传播研究领域的学者,他1967年出版的《大众传播的游戏理论》

①[德]康德.判断力批判[M]., 邓晓芒译.北京:人民出版社,2002.第147页.

②[美]席勒.《美育书简》徐恒醇译.北京:中国文联出版公司,1984,第94页.

③[荷]约翰·赫伊津哈.游戏的人[M].何道宽,译.广州:花城出版社,2007:76.

系统性的形成了传播游戏理论。沿袭赫伊津哈的思想，斯蒂芬森认为“游戏精神是文化发展的本质，游戏是消费时代的产物。”^①在斯蒂芬森看来，“受众与媒介的接触过程就是游戏的过程。”^②人们以自身的主观意愿选择自己满意的时间和空间去接触媒介，获取自己所需的信息，这就是一种游戏行为。

截止 2023 年在知网已收录数据中，对主题为“大众传播游戏理论”的文献进行检索，相关文献数量仅有 45 篇。从学科分布角度来看，新闻与传媒学科占据大部分，其后是体育与文化经济学科。从数据来看，我国对于大众传播游戏理论的研究相较于国外较晚。国内学者刘海龙教授最先将“传播是游戏”归纳于“传播的六种话语”之中。^③他认为“传播游戏理论研究与其说是对传递信息理论的否定，不如说是对它的进一步发展与弥补。”^④刘海龙教授将传播游戏理论的研究看作是必要的，他认为随着社会的发展，传播游戏在社会生活的重要程度会逐渐扩大。蒋晓丽、贾瑞琪认为“游戏与传播自千古以来就有这千丝万缕的联系，游戏本身就是一种传播行为，而传播也包含有游戏化的内在基因。”^⑤

随着互联网时代的到来，游戏化成为传播研究的一种方向，国内对于大众传播游戏理论的研究大致分为两部分，即理论研究和实践研究。学者柯泽提到“传播游戏是一种心理现象，而这种现象在传统媒体时代并不明显，直到互联网时代的到来。”^⑥学者陈洁雯认为“斯蒂芬森为我们提供了一种用户视角来看待人类新兴的媒介传播现象，传播游戏理论的解释力正在逐渐呈现。”^⑦智能媒体的蓬勃发展，使得大众传播游戏理论再一次出现在舞台中央。喻国明教授提出“在传播资源日渐盈余，受众本位得到确立，关系传播、情感传播、场景传播日益取代一对多的单向传播而成为主流的今天，游戏在构建盈余时代的有效传播上大有可为。以参与、沉浸、反馈为三要素的游戏范式，正是构建盈余时代有效传播的重要路径，也必将成为未来传播主流范式。”^⑧喻国明教授将游戏置于社会发展的过程之中，认为人们在基础的物质生活得到满足之后，会更加希望和期待满足精神世界

①William Stephenson.The Play Theory of Mass Communication [M].The University of Chicago Press.1967:11.

②[美]斯蒂芬逊.大众传播的游戏理论[M].芝加哥：芝加哥大学出版社，1967.第 134 页.

③刘海龙.大众传播理论：范式与流派[M].北京：中国人民大学出版社，2008，2:18.

④刘海龙.传播游戏理论再思考.[M].北京：经济日报出版社，2008.198-208.

⑤蒋晓丽,贾瑞琪.游戏化:正在凸显的传播基因——以媒介演进的人性化趋势理论为视角[J].中国编辑,2017(08):8-13.

⑥柯泽.斯蒂芬逊传播游戏理论的思想史背景[J].新闻大学,2017(03):107-113+121+151-152.

⑦陈洁雯,胡翼青.从斯蒂芬森出发:传播游戏理论的新进展[J].新闻春秋,2019(06):82-88.

⑧喻国明,杨颖兮.参与、沉浸、反馈:盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J].中国出版,2018(08):16-22.

的需求、追求娱乐和价值，而游戏便成为了一种有效的传播方式。王增用游戏理论分析新闻娱乐化的成因，“在大众传播游戏理论中所描述的受众选出来，与社会环境相结合，就是游戏理论对新闻娱乐化的影响”。^①刘燕龙把研究聚焦于新闻游戏产生的原因、发展历程及其发展现状进行解读。^②

1.2.2 关于老年传播的文献综述

在全球范围内 65 岁以上的人口增长速度已经超过年轻群体，全球人口正式步入老龄化阶段，老龄化问题成为全世界所关注的问题。随着老龄化社会的逐步形成，老龄化传播成为学界研究的重点。西方发达国家比我国更早的进入到了老龄化社会，早在上世纪末就开始关注老龄化过程中的传播问题。世纪之交所出版的一系列著作《Handbook of Communication and Aging Research》^③（Jon F. Nussbaum, Justine Coupland），《Communication and aging》^④（Kathryn M Yorkston），《Understanding Communication and Aging》^⑤（Harwood, Jake）都主张将传播学视角引入老年学研究是必要的。这是西方学界将老龄化（aging）与沟通（communication）相结合的标志，老年传播就此成为能够独当一面的研究领域。^⑥国外老年传播的研究趋势主要分为三方面：第一是代际传播，在代际关系、家庭关系之中研究非老年群体对于老年群体融入智能媒体时代的影响等；第二是老年叙事，大部分是关于老年群体使用媒介的相关话题或者是老年群体的形象构建研究；第三是媒介对于老年教育的作用，主要是对健康状况、融入社会生活及认知能力的助力等研究。

而国内的研究起步比较晚，蔡琰和臧国仁夫妇于 2001 年在台湾政治大学设立“老人传播研究群”，首次在中国语境中引进“communication and aging”，早期被翻译为老人传播。^⑦早先他们的研究内容仍然效仿西方学界，更多的关注老人传播案例、语言呈现、情感分析等方面，随后他们的研究转向了老年群体的媒介接触和其媒介素养等方面，尤其是互联网对于老年群体的媒介赋权现象。学者

①王增. 大众传播游戏理论视角下的新闻娱乐化现象研究[D].辽宁大学,2012.

②刘燕龙. 大众传播游戏理论视角下的新闻游戏研究[D].河北大学,2017.

③Nussbaum, J.F, & Coupland, J.(Eds.), "Handbook of communication and aging research", 1995, NJ: Lawrence Erlbaum Associations.

④Nussbaum, J. F. et. al., "Communication and aging", 2000, NY: Lawrence Erlbaum Associates.

⑤Harwood, J., "Understanding communication and aging: Developing knowledge and awareness", 2007, CA: Sa.

⑥周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播:一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021(03):30-37.

⑦蔡琰、臧国仁.《老人传播研究之回顾与展望——以“老人传播研究群”为例》,《西南民族大学学报(人文社科版)》,2007年第1期,第148-151页。

周裕琼提出“中国大陆学者自觉或不自觉地完成了一个重要的学术转向,将研究的重心从老年传播转向了老龄化传播。^①”学者周裕琼抓住了“aging”的动态和过程性特征,叙述老年传播转向老龄化传播的必要之处。学者王亿本检索分析了从1990年至2010年之间发表的九十多篇相关文献,发现期间内现有的文献多是传媒业内从业人员所撰写的,基本上都是从实践触发的感想,实证研究相对较少。随着互联网技术的发展,老年群体的媒介形象从而发生改变,刻板印象逐渐被打破。^②学者李洪心,李巍提出“老年群体使用互联网的行为包括网购、网上聊天等,其中网购呈现出增长的趋势,电子商务成为当前乃至未来网络发展的亮点与方向。^③”我国的研究与西方不同,大多数研究是从实践出发,对于老年群体媒介的适老化、老年媒介使用的现状和老年群体的媒介形象等方面进行研究,旨在总结在实践中的问题及其对策,旨在构建良好的老年传播体系。

1.2.3 关于老年群体数字化生存的文献综述

数字化生存的概念最早由美国学者尼葛洛庞帝提出,是他在1996年出版的《数字化生存》所提出的,他认为数字化、网络化、信息化的发展使人的生存方式发生了巨大的变化,因此人们的生存方式大大改变,而这就是数字化生存。^④老年群体能够适应数字化生存的首要条件就是利用数字媒介,因此国内外研究多数以老年群体对于数字媒介的接触与使用情况作为出发点。Amanda Hunsaker等人研究了影响银发群体接触数字媒介的因素,他们认为老年群体的教育程度、性别、经济、认知状况和健康水平都有影响。^⑤Ronald W. Berkowsky等人认为老年群体是否采用数字媒介由其对技术价值的看法、对生活质量改变和其对学习技术的信心所影响。^⑥

我国学者马琪等人认为老年群体由于自身生理因素、经济水平、教育情况、认知局限、技术采纳障碍、心理因素等限制,成为数字社会中的弱势难民。^⑦学者韩文婷认为老年群体适应数字化生活的能力和应用发展速度存在差距,应用开

①周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播:一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021(03):30-37.

②王亿本.中国老人传播研究二十年(1990—2010)发展状况述评[J].编辑之友,2011(07):37-40.

③李洪心,李巍.“银发一族”成为网络达人有可能么?——基于老年电子商务现状及问题的探析[J].兰州学刊,2012(09):81-84.

④尼葛洛庞帝.数字化生存[M].胡泳,胡海燕,译.海口:海南出版社,1997:15.

⑤Amanda Hunsaker, Eszter Hargittai. (2018). A review of Internet use among older adults. *new media & society*, 20(10), 3937-3954.

⑥Ronald W. Berkowsky. (2018). Factors Predicting Decisions About Technology Adoption Among Older Adults. *Innovation in Aging*, 1, 1-12.

⑦马琪,杨薇,廖航仪.数字治理时代老年人数字融入困境形成机理研究[J].北大政治学评论,2021(01):153-177.

发理念对老年群体的特殊性考虑不足。^①学者彭兰教授认为老年群体的数字鸿沟现象会随着技术的发展不断加深,当前的新媒体以年轻一代为主,潜移默化的将老年群体忽略,亟需研究老年群体的需求帮其破除技术壁垒。^②学者周裕琼从研究老年群体使用微信的行为中,分析数字反哺对于数字鸿沟的弥合作用。^③学者刘海明,马晓晴提出,从接入、使用和知识这三道数字鸿沟出发,深入分析技术发展给老年群体带来的代际鸿沟,并从人本主义伦理学的视角提出建议对策。^④只有从源头上解决老年群体接触数字媒介的困境与问题,才能让老年群体真正做到数字融入,跨越老年数字鸿沟,从而帮助老年群体摆脱数字化生存之困。

1.2.4 关于游戏化叙事的文献综述

游戏化从逻辑上来说是以游戏化思维解决非游戏问题的一种路径,并不以纯粹的娱乐为目的。埃塞克斯大学教授理查德·巴特尔是多人在线游戏的先驱,他最先提出了游戏化的概念。随着游戏化概念的广泛应用,游戏化叙事逐渐被提出。游戏化叙事主要强调如何在叙事中展现“游戏化”的特征,并不一定是将叙事作为一个游戏呈现。游戏化叙事是在叙事系统中引入游戏元素、借鉴游戏机制、游戏技术等与游戏化相关的元素增强参与者的主体性、参与感以及沉浸感等。国外学者对于游戏化的叙事主要包括两个方面从理论出发研究理论本身,或从实践出发研究具体案例。

我国研究的起步比较晚,初期主要以翻译外文文献为主,部分学者关注大众传播游戏理论,其他一些学者结合实际情况进行实例分析,探究游戏化叙事的意义。总体上,对于游戏化叙事的研究较少,缺乏更加深入的研究,也缺乏对于实践中游戏化叙事的具体运用的指导性研究。

1.2.5 综述述评

国内外的大众传播游戏理论与老年群体的结合大多研究健康游戏对于老年群体身体康复、健康需求以及认知功能改善,智能产品对于老年群体的生活帮助,老年群体的数字化生存困境,老年应用适老化改造等研究,很少有将大众传播游

①杜鹏,韩文婷.互联网与老年生活:挑战与机遇[J].人口研究,2021,45(03):3-16.

②彭兰.老年传播中的“破壁”[J].新闻与写作,2021(03):1.

③周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播:一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021(03):30-37.

④刘海明,马晓晴.断裂与弥合:“银发数字鸿沟”与人本主义伦理建构[J].新闻爱好者,2021(03):18-22.

戏理论与老年叙事相结合的研究。因此，本文以大众传播游戏理论的视角去探究游戏化的老年叙事是具有一定价值的。

1.3 研究思路

1.3.1 研究目标

一是探究大众传播游戏理论视角下的老年游戏化叙事的耦合，对老年群体的数字化生存现状进行研究，探索老年游戏化叙事的理想化模式。

二是以大众传播游戏理论的四组代表性概念为逻辑纽带，诠释游戏化的老年叙事，在理论视角下分析老年叙事的游戏化进程，探讨老年群体能持续参与游戏化叙事的原因。

三是综合老年游戏化叙事实践中可能会存在的问题以及对于具体实施方面的思考，探索较为理想化的叙事模式，为老年游戏化叙事的发展提出较为可行的建议，也为大众传播游戏理论现代发展做出新思考。

1.3.2 研究框架



图 1.1 研究框架图

1.3.3 研究内容

本文通过文献研究法、问卷调查法以及深度访谈法等方法，获得相应的文本及数据，以大众传播游戏理论的视角研究老年游戏化叙事。

第一章陈述本文中老年游戏化叙事在大众传播游戏理论视角下的研究背景和研究意义；第二章界定论文内所涉及到的概念，陈述与本文紧密连接且相适应的含义，为本文设定整体的概念框架；第三章进一步阐述大众传播游戏理论视角

下游戏化老年叙事的耦合在理论视角下分析老年叙事的游戏化进程,为下章提出问题作铺垫;第四章针对大众传播游戏理论视角下的四组概念中,老年游戏化叙事在实践过程可能展现出的风险提出问题与思考,为下文对老年游戏化叙事的正向发展引出应该解决的问题;第五章综合前文老年游戏化叙事实践的现状以及实际应该解决的问题,对老年游戏化叙事的发展进行相关思考,从个体、群体和社会三个层面,分析老年群体和非老年群体对大众传播游戏理论视角下的老年游戏化叙事的具体需求,提出一些具有实际价值意义的建议;第六章根据前文所提出的问题以及对于具体实施方面的思考,探索笔者认为较理想化的老年游戏化叙事模式,为老年游戏化叙事的发展提出较为可行的建议,也为大众传播游戏理论现代发展做出新思考。

1.4 研究方法与设计

1.4.1 调查问卷法

围绕前文所梳理出的结果以及游戏化老年叙事的发展现状、实践过程等,为了解大众对于游戏化与老年叙事模式融合在接受程度,面向线上线下的老年群体与非老年群体问卷调查。整体问卷设计包含两部分,针对于老年群体与非老年群体的问卷(见附录一)。问卷都包含4个基本信息问题,针对老年群体的问题有21个,其中对老年群体的身体情况、心理因素、媒介使用情况、媒介内容理解能力、对游戏化叙事模式的看法等方面进行调查;针对于非老年群体的问题有8个,以年轻群体的视角来辅助分析老年群体的形象构建、老年反哺情况以及非老年群体的老年生活想象等方面。

总计回收有效问卷419份,60岁以上的老年群体问卷共计284份,占总体67.8%。61-70岁老年群体199人,占比70.1%,71-80岁老年群体55人,占比19.4%,80岁以上老年群体30人,占比10.6%。非老年群体有135人,占总体47.5%。由于本次问卷调查的问卷所得数据皆为定类数据,本次问卷分析不作信效度检验。

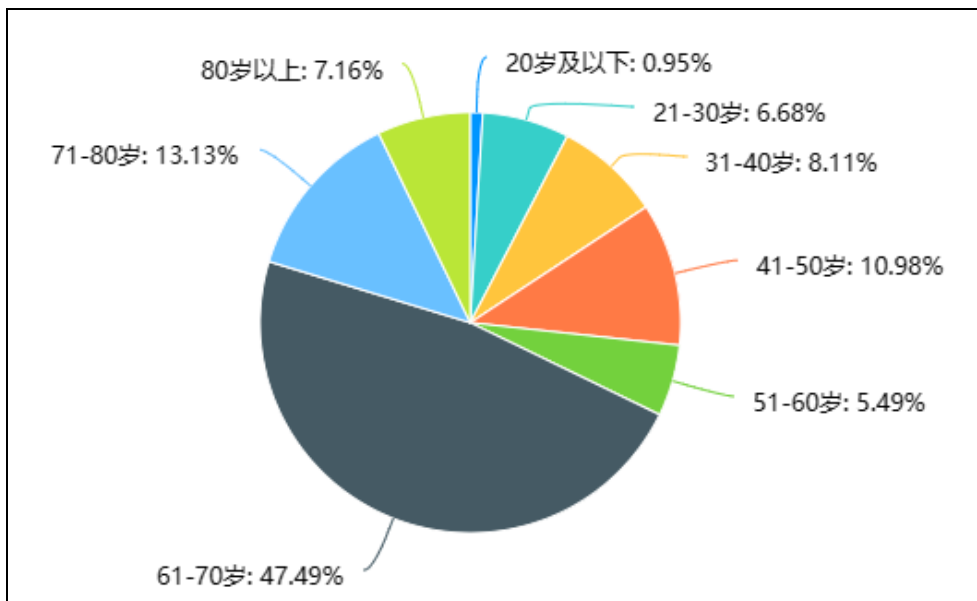


图 1.2 问卷年龄构成

1.4.2 深度访谈法

根据前文内容和问卷调查所得出的数据为依据，按年龄将访谈者分为老年群体与非老年群体两个部分，对二者进行针对性的深度访谈，以线上线下两种渠道相结合，得到相关问题的现实印证。

本次访谈对象的需求分为两类，一类是老年群体，另一类为非老年群体，针对于老年群体多数进行线下访谈的形式，而非老年群体多数采取线上访谈的形式。

编号	访谈对象	年龄
1	邓先生	63 岁
2	张女士	65 岁
3	胡先生	68 岁
4	王女士	65 岁
5	张先生	62 岁
6	杨女士	25 岁
7	代女士	24 岁
8	马女士	25 岁
9	种女士	24 岁

图 1.3 访谈对象基本情况

访谈内容对于老年群体针对于接触使用网络情况、自主参与数字化生活、对游戏化思维融入叙事等 20 个问题进行访谈；针对于非老年群体对自身老化历程想象、数字反哺现象、老年群体参与网络的看法等 9 个问题进行访谈(见附录二)。

本次深度访谈在线上线下，采用结构化访谈的方式，滚雪球抽样为辅助方式。在深度访谈开始之前向被访谈对象解释本研究所界定的老年游戏化叙事概念，以防止被访谈对象理解有误。其中每段访谈时长不超过 30 分钟，在访谈同时记录文字性资料，确保访谈结果准确有效。通过本次访谈，从老年群体与非老年群体的体验与态度，深入了解老年游戏化叙事的现实问题、发展思考以及其可行模式的展望，也为两者更好的交流搭建纽带，为构建年龄友好型社会贡献力量。

1.5 研究创新之处

本研究的创新之处是采用大众传播游戏理论的视角，将游戏化思维融入到老年游戏化叙事的问题、发展以及其理想化可行模式的探究之中。游戏化思维与老年叙事的结合，基于积极老龄化政策和智能媒介技术的高速发展，关于老年群体在数字化社会生存的研究是一个热点。但将游戏化思维融入老年叙事探索的研究是比较少的，且没有比较完整的具体研究，本文具有一定意义上的创新。

同时对于老年群体的研究总是围绕“数字难民”“老年使用媒介”“媒介的适老化”等方向，缺乏跨人群、跨年龄的研究范围，也缺乏对于老年群体主体地位、个性化需求的研究，本文对于老年群体和非老年群体发放问卷，进一步了解两个群体之间思想的交流，对于促进老年群体的积极老化和达成良性社会共识有促进作用。

第二章 相关概念及理论基础

2.1 大众传播游戏理论

在 18 世纪有关于“游戏”的学说逐渐兴起,其最早是从美学领域被提出的。康德是最先将游戏活动与审美活动联系在一起的学者,他将游戏与艺术建立起一种联系。康德将艺术分为两部分,艺术是主动自由的或是被动雇佣的,第一部分是感情的愉悦,第二部分是以报酬为目的。“我们通常将感到愉悦的事情看作只是游戏;而把劳动看做是不符合自身意愿但被强加的事件。”^①他认为游戏和艺术一样都是自由的,没有明确的目的性;游戏从本质上来说是一种不被目的左右的,以愉快的过程和结果为主要感觉的,没有明确需要实现目的的活动。

席勒延续并发展了康德的游戏学说,席勒主张人有两种冲动,即“感性冲动”和“理性冲动”,当这两种冲动相互作用便形成了新的“游戏冲动”。他以自由的和审美的作为游戏的区分,审美作为完全的自由冲破一切束缚。他在书中说道,“只有当人充分是人的时候,他才会游戏;只有当人游戏的时候,他才完全是人。”^②英国思想家斯宾塞以席勒的思想为前提,他提到人只有富余的精力才会去进行精神自由活动,也就是去游戏。他们二人的“精力剩余论”也被命名为近代西方艺术哲学中的“席勒-斯宾塞游戏说”,^③更多的指向一种主体性的精神自由活动。和康德的游戏论相同,他们都将游戏的主体视为“人”,人在游戏中的主体性毋庸置疑。

德国哲学家伽达默尔对于康德和席勒的观点都不完全赞同,“我们要把这一概念与他在康德和席勒那里所具有的并且支配全部新美学和人类学的那种主观的意义分割开。”^④伽达默尔认为游戏本身具有严肃性,游戏的主体不是游戏中的“人”,而是游戏本身,“人”只是游戏的参与者。

荷兰学者约翰·赫伊津哈的《游戏的人》完全打破了旧时代对游戏的偏见,其第一次将“游戏与文化”作为研究对象进行系统分析。他认为游戏是“自愿的、拥有固定时空限制的、有约束性规则的、不同于日常生活的。”^⑤他将游戏比作“推

①[德]康德. 判断力批判 [M]. 邓晓芒译. 北京:人民出版社, 2002.

②[美]席勒.《美育书简》徐恒醇译.北京:中国文联出版公司, 1984,第 94 页.

③陆正兰,李俊欣.从“理性的人”到“游戏的人”:游戏的意义理论研究[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2020,53(05):59-65.

④[德]汉斯-格奥尔格·伽达默尔. 真理与方法 [M]. 洪汉鼎译. 上海:上海译文出版社, 1999.

⑤[荷]赫伊津哈:《人:游戏者》,成穷译,贵阳:贵州人民出版社, 1998 年.

动文明的酵母”，主张在游戏中的人是他自己，游戏传承历史文明，于是他借用“游戏人（Homo Ludens）”来反对近代工业革命以来“理性人（Homo Sapiens）”与“工具人（Homo Faders）”对于人类游戏天性的侵蚀。^①赫伊津哈在他的文字中，总结出游戏是资源的、有秩序的、有规律的、在时空上独立的、非功利性的、能够使身心愉悦的。^②其游戏学说为游戏研究分化出了两种路径，一种是研究游戏的形式和规则，另一种是考量参与游戏的人的主观体验，同时也确定游戏带给人的非现实的愉悦性。^③

受《游戏的人》所启发，英裔美国物理学家、心理学家和传播学家威廉·斯蒂芬森是第一个将游戏观念引进大众传播研究领域的学者，他1967年出版的《大众传播的游戏理论》系统性的形成了传播游戏理论，为大众传播的游戏研究开创了先河，并且在此基础上发展和丰富了Q研究方法。与当时传播学界所关注的重点不同，斯蒂芬森认为人在传播行为之中是占据了重要的地位，受众对于传播行为拥有自身的主体意识。他认为传播是一种具有受众自主和主观的“游戏”，传播的重点是“传播快乐”，他写道“大众传播之最妙者，当属允许阅者沉浸于主观性的游戏之中者。”^④他没有对于大众传播游戏理论做出具体的定义，但提出了四组概念对于理论进行了解释与阐述，分别是“社会控制”与“选择性会聚”、“作为工作的传播”与“作为游戏的传播”、“传播快乐”与“传播痛苦”以及“外在自己”与“内在自我”。斯蒂芬森反复提到进行传播的行为就是一种主观性很强的游戏，传播旨在“传播快乐”。他认为“传播快乐”延伸出“选择性会聚”，而“传播痛苦”延伸出“社会控制”。“社会控制”主要体现在“作为工作的传播”是将传播媒介视为一种功利性的工具；而“作为游戏的传播”将传播媒介看作非功利性的、自我陶醉的、自由的玩具，是属于“选择性会聚”的结果。斯蒂芬森认为“外在自己”迎合“社会控制”的结果，是人处于社会环境的社会化行为；“内在自己”因“选择性会聚”存在，是人内心自身的经验与感想。游戏在某种意义上来说是代表自由的想象，它代表个人的自主选择；而工作是在“传播痛苦”是被动的、受控制的、现实的行为，它否定自我的存在。

①宗益祥.作为游戏的传播—威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究[D].西南政法大学,2014.

②李冬雪.大众传播游戏理论视域下B站互动视频用户行为探究[D].南昌大学,2022.

③王润秋.大众传播游戏理论视角下的B站鬼畜视频研究[D].广西大学,2017.

④[美]斯蒂芬逊.大众传播的游戏理论[M].芝加哥：芝加哥大学出版社，1967.第134页.

斯蒂芬森的大众传播游戏理论早期没有获得学界的青睐,施拉姆的《传播学概论》被引入中国,更加强化了对于大众传播游戏理论的批判态度以及东方对于“游戏”的刻板印象排斥,导致其在国内的研究比较滞后。随着互联网时代的到来,人们对于游戏的需求增强,社会环境中各事物的娱乐功能不断发展,大众传播游戏理论才逐渐走入舞台。

2.2 老年群体的数字化生存

美国学者尼葛洛庞帝在著作《数字化生存》(Being Digital)提出,“数字化生存就是人们在虚拟数字化的空间中,从事传播、交流等活动。”^①这也是数字化生存的概念第一次被提出。智能化媒体时代,数字媒体技术的高速发展颠覆了现代人的生活方式,给人们的生活带来了便捷,数字化生存成为社会生存的全新状态。^②数字化生存是顺应时代发展的产物,“出生即掌握数字技术”的年轻群体很容易顺应数字化技术的发展和应用,而针对于老年群体的技术发展却比较滞后,老年群体似乎被遗忘于脑后。但事实数据显示,我国人口老龄化进程正在不断加速,当今高度数字化的社会环境使得老年群体面临难以跨越的数字鸿沟,老年群体陷入数字困境。六十岁以上的群体因为个体的健康状况、心理状态、认知水平以及与网络技术相适应的学习能力等方面的欠缺,部分老年群体难以适应数字化生存,享受数字红利。

根据中国互联网络信息中心第52次《中国互联网络发展统计报告》显示,截止至2023年6月,我国网民规模大10.79亿人,较2022年12月增长1109万人,互联网普及率大76.4%。^③50-59岁网民中至少掌握一种初级数字技能的比例达72.8%,60岁以上网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为54.6%。^④从CNNIC发布的数据显示,老年群体掌握数字技能的比例增长迅速,也显示出近几年接入网络的意愿逐渐增强,新媒体逐渐意识到了老年群体这个蓝海市场,老年群体被数字赋权,其主观能动性和独特的创造性得到多方重视,对于老年群体数字化生存的研究也逐渐丰富。

2.3 老龄化传播

①[美]尼古拉·尼葛洛庞帝.数字化生存[M],胡泳、范海燕,译,海南:海南出版社,1997:11.

②赵晓玲.智能媒体时代“数字难民”的生存现状研究[J].采写编,2023(02):100-102.

③CNNIC.第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

④CNNIC.第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

随着中国老龄化进程的不断加快，“老龄化”已经成为我国不可忽视的社会性现象，也很大程度上影响了中国社会人口结构。目前传播学界对于老年传播的定义并没有明确的规范与区分，学者周裕琼和谢奋曾提出，“中国大陆学者自觉或不自觉地完成了一个重要的学术转向，将研究的重心从‘老年传播’转向‘老龄化传播’。”^①学者周裕琼和谢奋结合自身经验以及对于老年传播研究的思考，从这篇文章中被提出了老龄化传播，老龄化给近乎饱和的老年传播研究提供了新的角度。

首先老龄化被看作是一个动态的老化过程，老龄化不只是针对于老年群体的变化，而是对社会结构、社会环境、社会制度，甚至于其他群体的广泛影响。人口组成结构对于整体社会发展起到决定性的作用，老龄化的研究不应只是研究老年群体或老年阶段，而是应该涵盖不同的社会层面和方向。其次，老龄化程度的加深使得老年群体不断壮大，更丰富的老龄化传播研究能够使老年群体更好的融入数字化生活，不至于与高速发展的数字生活割离。而且，老年群体内部差异也值得注意，统一对于老年群体进行研究更是抹杀了其群体内部的个体化差异，急需更细致化的老龄化传播研究。再次，衰老是每个人必经的过程，尽可能的构建积极老龄化社会的需求是逐渐变强的。老龄化传播研究从个体层面能够让老年群体发出声音，作为传播者讲述经验以及需求，让非老年群体了解和想象老龄化；从群体层面能够维系老年群体的社交需求，提升其社会幸福感，非老年群体能够数字反哺带动老年群体适应数字化生活；从社会层面能够使得整体社会形成统一的积极老龄化共识，构建积极老龄化所引领的适老化传播体系。

2.4 游戏化叙事

当前，游戏化没有一个明确的概念，其本质是一种程序化修辞手段，从逻辑上来说就是一种以游戏化思维解决非游戏问题的方式。在中文的语法习惯来讲，“化”通常表现一种变化过程，是将一种现象转嫁到另一现象的借鉴行为。因此游戏化也并不是指非游戏的事物变成游戏，只是叠加了游戏的性质，借鉴游戏化思维来启发非游戏事物的一种方式。“叙”是指说、讲、谈论的意思，叙事是运用媒介再次呈现特定时空内发生的特定事件。罗钢在《叙事学导论》中提到，“叙

^①周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播:一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021(03):30-37.

事就是对一个或一个以上真实或虚构事件的叙述。”^①游戏化叙事就是在叙事过程之中融入游戏元素,游戏化作为一种顺应数字时代发展并且满足现代人精神需求的产物,通过建立一系列可交互的规则范式,或者营造一种包含趣味性的语境,使得用户在叙事过程中获得愉悦化的感受,此时的叙事过程也变成了一种富有趣味性、包含轻松感的传播行为。同时游戏元素的运用也提升了用户的参与程度和使用忠诚度。与单纯使用游戏的形式完成叙事的电子游戏等产品相比,游戏化叙事更倾向于在叙事过程中添加进游戏化的元素,通过游戏化元素让用户沉浸在叙事过程之中。智能媒体时代,叙事的理论、语言等领域高速发展,游戏化思维在叙事过程中脱颖而出。^②游戏化并不是叙事行为的必要条件,但游戏化叙事必定会包含游戏化的机制和核心价值,这是其与一般叙事能够区分的重要特征。

同时在谈论游戏化叙事时,需要明确一个问题,那就是“游戏+叙事”与“游戏化叙事”是否等同,而这个问题的清晰更有助于分辨游戏化叙事的边界。从字面上来看,两者仅一字之差似乎没有过多的区别。但“游戏+叙事”的重点在于游戏,指游戏制作者更加注重于游戏的故事情节或者以特殊的事件为噱头吸引用户,用以提高游戏的故事性和娱乐化。游戏化叙事的重点则是在于叙事,遵守内容的真实性,为传播内容和形式的创新,用户主体地位的凸显,把游戏化元素运用在叙事过程之中,能够延续用户的注意力,同时也能够追求一定的功能性和社会价值。美国学者保罗·莱文森提出的媒介补偿性理论,为媒介的持续进化、环境依赖等问题作出解答。他认为媒介也能够通过自我调节和适应机制,在传播理念、传播方式、传播形态等各方面发生适应性改变。^③游戏化叙事将游戏化元素添加进叙事过程之中,借助游戏特有的程序修辞,增长叙事的体验感和游戏感,对于叙事来说正是顺应时代发展的媒介补偿。同时,保罗·莱文森于《人类历程回放》之中提出媒介演进的人性化趋势也同样能够解释游戏化叙事的生长趋势,也就是媒介技术在进化过程之中所表现出来的向人类使用需求和利用其交流信息的行为倾向。^④游戏化叙事所体现出的以人的需求为核心的特征,使得而游戏化在技术高速发展的今天格外适用。

①罗钢:《叙事学导论》,云南:云南人民出版社,1999年,第2页。

②李珊珊,汤晓颖.游戏化叙事在文化传播类H5中的设计研究[J].传媒论坛,2023,6(06):74-76.

③Paul Levinson. Evolution and Rationality as Checks on Media Determinism. In S. Thomas[J]. Studies in Mass Communication and Technology. 231.

④陈功.保罗·莱文森的人性化趋势媒介进化理论.湖南科技大学学报(社会科学版),2016(1):178-184.

2.5 大众传播游戏理论与老年游戏化叙事的关联性

截止至 2023 年 6 月,我国网民规模已增长至为 10.79 亿人,互联网普及率达到 76.4%。^①从网民年龄结构看,60 周岁及以上群体占网民增长比值显著提升已达 13.0%,即 60 周岁及以上老龄化网民规模达到 1.4 亿。据国家统计局统计,截至 2022 年底,我国 60 周岁及以上人口总数为 2.8 亿,可以大致认为我国 60 周岁及以上的老齡化群体中每两人中有一人接触且使用了网络。新时代的老年群体在新媒体运用的熏陶之下,其社交方式、消费习惯以及消费内容等也随之发生变化。在数字化生存的大环境下,老年群体的精神需求、娱乐需求也会让其主动去接触新媒介,数字赋能也将老年群体所想所讲都放大出来,数字经济的发展也对于银发经济的发展起到了极大的推动作用。在互联网有宽度且有深度的普及和我国人口老齡化进程加快的双重作用之下,为银发经济的发展打下了坚实的基础。

游戏化提供了一种矛盾的解决思路,游戏化是将游戏元素、游戏设计和游戏思维运用在非游戏场景中,促进无法解决的问题能够从游戏化的角度来解决。将游戏化与老年叙事相结合,不仅能够满足他们自身需求,也要能够通过游戏化的元素来获得一些认知益处和社会经验。游戏化从逻辑方面来说,实际上并不是以完全的休闲娱乐为最终目的,其通过游戏化的程序修辞,将传统媒介平铺直叙的纯文字转化为带有游戏元素,以带有趣味性的方式,使得老年群体的叙事过程更加能够被接受,也更加能够给老年群体数字赋能,更好的将展现自己的权力握在手中。游戏化传播可以提升老年群体对于新媒介的使用程度、融入程度以及分辨真假事件的能力等。

斯蒂芬森的大众传播游戏理论推崇自我满足、自我实现、自我陶醉为最终目的的传播方式,传播本质上就是一种能带给人主观快乐与活力的游戏。传播是在个体诉求的驱动之下选择取悦自我的方式,游戏化的老年叙事让老年群体能够借助新媒介来展示自我、与外界交流。在具有游戏性的叙事过程之中进行传播行为也能够形成独特的以情感连接为基础的社会群体,同时其他群体在接收到老年群体的传播内容之后,也更能够支持、理解和帮助老年群体的积极老化、成功老化,对老年群体的刻板印象也会随之降低。WHO 提出的积极老齡化理念倡议的重点

^①CNNIC.第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

是在保障老年群体健康安全的同时，鼓励他们积极参与生活，随着他们年龄的增长提高生活质量和福祉。将积极老龄化理念融入数字化生活发展之中，形成独特的老年游戏化叙事景观，构建适老化生存的积极老龄化社会。

因此大众传播游戏理论与老年游戏化叙事是由一定的关联性的，其二者的融合研究是有价值的。

第三章 大众传播游戏理论与老年叙事的耦合

3.1 传播游戏与游戏的定义

从古至今游戏对于各种社会形态之中都往往意味着不务正业，在人类的理念中游戏行为无论是对社会生产或者是创造价值来说，似乎不能成为去游戏的正当的理由。“业精于勤而荒于嬉”“玩物丧志”也说明游戏从很久以前就是懒惰、自我放弃的代名词，只有在“寓教于乐”偶尔出现时才会被暂时肯定。但游戏行为也并不是一无是处，也有部分学者为游戏行为正名，譬如赫伊津哈、柏拉图、亚里士多德等认为在人类文明的组成中游戏是不可或缺的重要部分。“智能媒体时代物质需求的基本满足让游戏的需求凸显，游戏和娱乐成为人们不可或缺的精神需求。”^①

大众传播游戏理论的核心概念就是“游戏”，为理论能够更加饱满，斯蒂芬森将“工作（work）”设置为与“游戏（play）”相对应且互补的概念，因此区分二者对于研究是必要的。斯蒂芬森认为工作是不能和现实撕裂开的，人们为了满足自身的基础生存需求不得不去从事工作，相比起游戏是在传播快乐，工作则是在传播痛苦。斯蒂芬森在理论中所提到的“游戏（play）”与文明日常生活中所理解的“游戏（game）”所包含的意义是不同的，游戏（game）其中包含着竞赛的意义，蕴含一定的目的性和约束性；而理论中所提到的“游戏（play）”注重玩耍本身，是自由的、具有主观能动性的、没有规则束缚的。斯蒂芬森在大众传播游戏理论中重点强调自我陶醉，主要研究用户对于游戏所进行的主动性行为和此种行为之中所蕴含的游戏化思维体现。他对于传播游戏是这样解释的，他认为阅读报纸是一种传播游戏的具象化呈现，受众对于报纸的阅读行为是自发进行的，他们自主选择想要阅读的内容和方式，不是被逼迫进行的，不是一种工作或者是任务，只是跟随自身的思维方式单纯进行阅读。

但是在现实之中“工作”和“游戏”并不能被定为完全相对的概念，而二者的边界并不是泾渭分明的，从不同的角度结合现实情况分析会有不同的结果。对于热爱自身工作的人来说，工作是快乐的；对于厌恶工作的人来说，工作是痛苦

^①喻国明,杨颖兮.参与、沉浸、反馈:盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J].中国出版,2018(08):16-22.

的。斯蒂芬森用政治家和运动员举例，他们在各自的工作范围里的感想和对在对方的、不擅长的领域工作的感想是不同的。

3.2 老年群体数字化生存现状及需求

随着互联网技术、智能媒体技术、移动通信技术等技术不断的高速发展，人们越发向着数字化生存的进程深入。数字化技术给人们生活带来分散权力、赋予权力、社会和谐、全球化等四个方面特质的变化。^①相关的数字化技术公司也愈加深入且宽泛的从人们的日常生活、娱乐社交、衣食住行等方面之中挖掘更加便利的产品和服务。越来越便利的数字化技术改变了所有人的生活，越来越多的老年群体接触到了技术的升级，产生了使用技术的需求，获得了使用和参与新媒体技术的机会。在适应数字化技术的同时老年群体也面临着难以跟随技术进步的速度而被数字化生存的门槛拒之门外。任泽平团队所撰写的《中国老龄化研究报告2022》据现实情况预测，中国2000年进入65岁以上人口占比超过7%的老龄化社会，并且已于2021年、即用21年进入老年人口占比超14%的深度老龄化社会，预计再11年后即2032年前后进入老年人口占比超20%的超级老龄化社会。^②

老年群体的数字化生存主要分为三个层面：一从个体层面来说，从老年群体个人出发，最主要的是老年群体对于互联网络的接受程度以及对于新媒体技术的接纳问题，关注老年群体的发声需求、主体体验感和其所适应的文化语境，同时更要关注其心理感受，以防止出现逆反抵触心理。如今老年群体的基础需求被满足，更多的精神需求得到释放，游戏不只是专属于青年群体的需求，只是老年群体对于自身的游戏需求难以开口，但游戏可以满足老年群体身体、认知、个人情绪等方面的各种需求，帮助老年群体更适应数字化生存是值得社会各层面所注意的。二从群体层面讲，社交媒体不应只针对于青年群体设计自身产品和服务，关注老年群体使用社交媒体的使用习惯差异，设计与其心理和理解能力的产品，尊重老年群体的需求习惯，注重他们的网络使用感、幸福感和归属感。三是从社会层面来讲，在老年群体使用社交媒体的程度不断加深的同时，他们也获得了社会资本和数字赋能，其他群体也应该多去理解老年群体的使用行为以及习惯，社交媒体应该对于老年群体数字赋能，让老年群体在社交媒体之中成功发出自己的声音，促进老年群体刻板印象的消除。从个体、群体、社会三个层面的共同努力之

①[美]尼葛洛庞帝.数字化生存[M].胡泳, 范海燕, 译.海口: 海南出版社, 1997: 269.

②任泽平: 中国老龄化研究报告[EB/OL]. <https://caoss.org.cn/UploadFile/pic/20229281791192316.pdf>.

中，扩大游戏化老年叙事的作用，让老年群体在新媒体之中数字赋能，获得满足感和归属感，创造老年群体传递自身经验、青年群体反哺老年群体的包容性信息社会环境。

3.3 游戏化的老年叙事

大众传播游戏理论不只是将理论呈现为一个系统化的整体，而是为我们提供了一种分析传播行为的全新视野。本文将游戏化的老年叙事放在大众传播游戏理论视域下进行解读，不可避免的要将老年游戏化叙事放入其中。斯蒂芬森所提出的以“游戏”概念为中心，所发散出的多组表面上相互对立、实际上存在互补关系的二元概念。在本文中提出四组，社会控制与选择性会聚为一组，传播快乐与传播痛苦为一组，作为工作的传播与作为游戏的传播为一组，外在自己与内在自我为一组。

3.3.1 老年游戏化叙事中老年群体的社会控制与选择性会聚

“选择性会聚”和“社会控制”是斯蒂芬森的大众传播游戏理论之中需要重视的运作机制和理论核心，《大众传播游戏理论》从开始就以严肃的态度区分二者。斯蒂芬森发现个体层面的心理因素会影响到传播行为，因此他将符号互动论和传播仪式观引进了它的传播游戏理论。他更加关注个人在整体社会的传播行为中所起到的作用，将个人被社会的影响放在社会整体之中研究，但他也不否认传播是社会现象的一种。

“社会控制”主要是将人在各种外部环境之中所收到的各种影响，这种影响并不是人自发出现的，而是在和外部环境接触之后潜移默化的被赋予的。人在社会控制之下形成了信仰和价值观，社会地位的获得、多种信仰的观念都由它组成。斯蒂芬森说：“社会控制受到生活环境的影响，我们的习俗、信仰、生活方式都属于它。^①”社会控制的过程就好像是产品合格的过程，产品需要符合工厂所设定的标准才能流出到市场上贩卖。就等同于人需要接受社会环境的影响，获得符合社会生存的标签才能够融入社会生活。他认为舆论就是社会控制的显现，“社会在面临一些公众议题时，人们总会在争辩之后经过权衡达成一致的观点。”就如同诺依曼与1974年提出的“沉默的螺旋”理论，此理论发展至今仍拥有强大

^①Stephenson, W.The Play Theory of Mass Communication[M].New Jersey:Transaction,inc.,New Brunswick,1988: 1.

的生命力，其探讨了人们害怕孤立而产生的趋同心理。意见的表明和沉默的扩散是一种螺旋式的社会传播过程，人在顺势时表达自我，在逆势时保持沉默。大众传播依靠营造一种意见环境来影响和制约舆论，斯蒂芬森认为舆论的形成过程就是社会控制的过程。此时，宣传行为就更是达成大众共同认识的重要手段，它可以用来左右社会舆论的形成。这种论调更是符合当时传播学主流观点所说的设备是控制，它着眼于传播效果的研究，但是却忽略了人的主观能动性，没有注意到人的主观心理能够驱使其做出不被“控制”的行为。

因此斯蒂芬森更加推崇“选择性会聚”，他认为选择性会聚与社会控制是相反的。“人们摆脱社会控制的自由就是从选择性会聚所展现的新模式中获取的。”^①在斯蒂芬森的理体系之中，选择性会聚是社会控制的反面，选择性会聚是人从社会控制中逃脱的选择，是人的主观意识，去选择使用符合自身想法的媒介。选择性会聚更加关注人的主观性，强调人有自身的“主观意识”，称赞人拥有自身的自由思想。斯蒂芬森认为广告的传播行为就是借助了选择性会聚的现象而发挥作用的，“广告的成功不是因为舆论控制，而是根于选择性会聚。”就如同人们在直播间对自己不想购买的产品产生兴趣，他人购物的热潮也会影响自己购物的意向。斯蒂芬森一直在强调个人主观选择的重要性，受众接触媒介并非是一种国家所赋予的“神圣义务”，^②“沉默的螺旋”当中也有选择性会聚的结果。

但社会控制和选择性会聚并不是完全对立的，个体根据自己的主观意识所创作事物也可能风靡世界，成为一种时尚潮流，从而演化成一种社会控制；反过来讲，社会控制也能够为个体有权力去选择性会聚提供稳定的社会环境。个体自由意识的觉醒对于整体社会来说，也能够产生更好的促进发展作用。

将老年游戏化叙事融进社会控制和选择性会聚的原理之中，能够更好的帮助老年群体融入智能媒体时代的生活。随着媒介技术的不断发展，在人人都有麦克风的环境下，老年群体在互联网使用中的主观意识不断崛起，老年群体也渴望去获得完全属于自己的内容和媒介，他们也需要在“选择性会聚”主导之下找到自己的媒介使用舒适圈，和同龄人建立社交圈等等。在物质生活需求基本满足的今天，老年群体对于完善精神世界的需求有了一定的标准，不仅仅是需要日常生活

^①宗益祥：《作为游戏的传播—威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究》（硕士学位论文），西南政法大学，2014年，第59-73页。

^②宗益祥：《作为游戏的传播—威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究》（硕士学位论文），西南政法大学，2014年，第59-73页。

之中的适老化改造，而是需要完整的为老年群体所设计的、能够让老年群体适应且满足的媒介技术和应用，以填补老年群体一直以来在媒介使用和网络发声之中的空缺。其次，老年群体也需要去摆脱各种规则的限制，去打破部分“社会控制”之下形成的社会现象。老年群体应跟随自己的内心去获取愉悦的感受，不应畏缩于大众对于老年群体的刻板印象之中，而是应该借助新兴媒介技术去打破刻板印象，完成老年群体的形象塑造，获得取悦自我、实现自我、释放自我的途径和方式，以获得幸福感和自我价值感。

最后，老年群体使用互联网进行群体发声，能够更全面的了解和帮助老年群体更好的适应生活，以构造社会幸福感，为老年群体的现在和未老群体的将来所努力。因此，去中心化原则尤为重要，更多的发声人群更多的发声机会，不一味集中于同一声音，让老年群体发出不同的、真实的声音，构建幸福感更强的社会环境使积极老龄化原则之下最好的展现。

3.3.2 老年游戏化叙事中老年群体的作为工作的传播与作为游戏的传播

斯蒂芬森认为传播行为之中存在一种没有任何目的的、不被规训的游戏。他所对应的是作为工作的传播，因此这二者需要做以区分。“游戏（Play）”和“工作（Work）”是大众传播游戏理论重要的概念基础部分，它对于理论的理解很重要，最先由赫伊津哈在《游戏的人》一书中提出。斯蒂芬森继承赫伊津哈的思想提出游戏是文明之源泉，游戏是文明之母亲，文化取决于游戏。他很赞同赫伊津哈所说的，“游戏在很大程度上影响了人们的认知，在游戏中人们也领悟了社会发展、公平合理、构筑规则等方面的思想。”^①施拉姆对于大众传播游戏理论的看法是片面的，“谁都不能忽略游戏在传播之中的地位，愉悦也是游戏中的重要因素，但游戏说对于传播功能的解释是不足的。”^②施拉姆对于理论持肯定态度，但并未区分工作和游戏的概念。

而斯蒂芬森认为这二者的区分是必要的，“游戏是一种无根的幻想，是非现实的；但工作是现实的，会带来一定的现实问题。”^③但部分反对思想以在现实中

①[荷]约翰·赫伊津哈. 游戏的人[M]. 广州: 花城出版社, 2007.

②[美]施拉姆(W.Schramm), 波特(W.E.Porter)著; 陈亮等译. 传播学概论[M]. 北京: 新华出版社, 1984.09.

③William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1988.p.4.

难以区分为由持反对意见。为此，斯蒂芬森引入“同情式理解”，“游戏只是一种暂时的精神满足，它与日常生活所隔绝，不牵扯任何利益与义务。”^①在斯蒂芬森的理论视角中，游戏是完全自愿的、不被规训的、只为自我满足的自发自由行为，是日常生活片段之间的间隙，是完全没有功利性的，是选择性会聚；但工作是现实的一部分，是社会控制的展现。但游戏与工作同样不是完全相对立的，他们根据研究主体的变化而相互转换。

斯蒂芬森通过游戏与工作的不同，将传播也区分成了两种形式。“游戏”和“工作”两者的区分，也同时为“作为工作的传播”和“作为游戏的传播”提供了区分基础。斯蒂芬森认为在“作为工作的传播”之中传播者和接受者都将媒介视为获取利益的工具，有目的性的使用媒介，并期盼借助其完成功利性的目的。作为工作的传播使得传播回归到了最初的作用，即完成信息的传递，而这也是大多数的传播行为所做的。作为工作的传播与传播快乐无关，在这种传播之中的传受双方都将传播看作是一种工作劳动，只为获得利益的回报，属于社会控制的范畴。而“作为游戏的传播”是属于选择性会聚的范畴，传受双方都处于高度自由的接受与传播之中，他们借助媒介自我表达、发出自我的声音。他们在传播过程中展示自己，自愿参与非功利性的传播，是一种自娱自乐的行为。在这种传播之中获得利益不会被放到第一位，这只是一种为了传播快乐而进行的传播行为。作为游戏的传播追求的是其中个体获得自我满足、自我愉悦的情绪价值，以传播主体的兴趣为主导，促进人之间的交流。

斯蒂芬森虽然重视作为游戏的传播，但他并没有否定作为工作的传播，这二者缺一不可，他们共同构成了整体社会的存在。

上世纪 70 年代，积极心理学家米哈里·契克森提出了心流理论，心流在英文中表示为 Flow，翻译成中文可以是福乐、沉浸感、沉醉感，心流是指人们在当下所感受到的直观情绪。心流理论描述的是一种完全专注和享受的状态，沉浸在其中的人会屏蔽掉其他所有的事情，甚至感觉不到时间的流逝。心流的状态通常会在挑战程度适中、个人技能水平适中的区域诞生，就像老年群体在适应新兴媒介的使用时，获得与群体相应的技术程度以及人文关怀，足够帮助老年群体产生使用智能媒体技术的兴趣。当老年群体心中有学会融入数字化生活的目标时，

^①William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1988.p.46.

目标有一定的难度但能够凭借自己的能力去胜任这个目标,老年群体的注意力被锁定,并且根据正向的反馈获得愉悦的体验。老年群体在“作为游戏的传播”之中能够跟随兴趣的指引获得心流体验,从而产生自我满足、自我提升的幸福。美国纽约大学游戏实验室的创始人凯瑟琳·伊斯比斯特所著的《游戏情感设计》一书中提出,“游戏的功能一直被人们低估了。游戏不仅仅是一种消遣娱乐的工具,更是未来社会的一种媒介,它将起到越来越重要的作用。”^①凯瑟琳提出游戏之所以能承担起重要的媒介职能,源于它的三个功能:制造心流、创造移情和放大感受。这三种功能叠加在一起能够更快速的触发人们的情绪波动,也证明游戏化更广泛的运用到不同的应用之中。在未来更多领域将与游戏相结合,融入“游戏+”的世界,游戏化已经能够跨界赋能。对于老年群体来讲游戏化的老年叙事更能够帮助其更好的融入数字化生活,游戏化的特征能够将老年群体所想发出的声音被大众所接受。游戏化赋能老年叙事,将老年群体的需求以正向的途径表达在大众面前。

同时,我国社会老龄化程度的提高对于护理人员和老年群体的心理疏导人员的标准亟需提升。老年群体的身心改善措施已经过于单一不能与老年群体休闲娱乐的需求相匹配,精神生活过于单调、活动方式单一,因而导致老年群体疾病、抑郁等心理问题需要被重视。在健康老龄化的倡导之下,乐龄游戏的出现弥补了老年群体的精神空缺,它由人机工程学、交互设计、乐龄心理学、情感设计等理论支撑,其强烈的互动感、交流感使得老年群体能够在其中抒发压抑的情感,对老年群体的身心都有极大的帮助,也提升了老年群体的主观幸福感。因此,乐龄游戏也将会成为银发经济以及银发产业的重要部分,也正是响应了 WHO 所提倡的“积极老龄化”理念。

老年群体对于智能媒体技术的掌握逐渐涌现了一批老年网红,越来越多的中老年博主在社交平台中脱颖而出。通过国风便装引发热潮的“时尚奶奶团”、分享搞笑日常生活的“我是田姥姥”、分享美食制作教程的“山西老乔”等等,经过岁月沉淀,他们将更优雅、更有智慧、与现代相结合的人生经验分享给其他群体,在愉悦自我的同时,也向他人分享快乐。QuestMobile 数据显示,截止到 2022 年 6 月,中国移动互联网月活用户达到 11.9 亿,其中 46 岁以上的中老年群体成

^①[美]凯瑟琳·伊斯比斯特《游戏情感设计:如何触动玩家的心灵》[M].叶劲峰译.北京:电子工业出版社.

为了增长的主要来源，占全网用户的 34.1%。在这之中，银发群体对于社交以及视频有着极高的关注度。因此，老年群体之中网红的出现更能够促进社会中对于老年群体的刻板印象的消解，也更能够推动消除代际之间的数字隔阂，更是能够促进社会政策的完善与实施。

3.3.3 传播快乐与传播痛苦

斯蒂芬森说，“大众传播的最好方式是给予人们主观沉浸在游戏中的权力。”^①这证明了在大众传播之中有一类传播行为是能够给人们传播快乐的，此传播行为的最终目的就是为了给人们带来愉悦的感觉。同时也说明了传播快乐是通过人们的主观感受来体现的，持有不同观点的人会有不同的私人体验。斯蒂芬森对人的主观能动性十分看重，他认为人参与在传播过程时就是为了获得快乐，传播的游戏由人的主观能动性推动，传播就是一种愉悦的游戏。

“传播快乐”和“传播痛苦”是斯蒂芬森的理论之中必须的概念，是“作为工作的传播”和“作为游戏的传播”的解释，是分别对应起来的。他认为工作介绍传播痛苦，游戏就是传播快乐。但如果游戏处于社会控制就还是传播痛苦，同样选择性会聚也可能是在传播快乐。但他认为社会控制是传播痛苦，选择性会聚是传播快乐是最后的结果。

斯蒂芬森在书中对于传播痛苦这样解释，“传播痛苦涉及下达工作与行动的命令，它旨在获取物质上的收益：比如发展教育、培养技能等等都是一些艰苦的工作，而这就是传播痛苦。传播痛苦常常是对于个体的自我存在的否定。”^②传播痛苦的过程之中，个体自我完全不会被关注。个体在这种传播过程中总是被迫接受，主观性的观念和思想总是被命令更改，被迫去追逐目的性、功利性强的目标，真正想付诸实践的想法难以落地。相反，斯蒂芬森认为，“传播快乐则是涉及快乐、满足、平静、幸福等等感受，艺术、戏剧、聊天、社交等等都带着传播快乐的属性。传播快乐常常是对于人的自我存在的积极肯定。”^③他认为传播是主动性的，人使用媒介，从而被媒介展示，这就是“自我涉入”。它还将“快乐”分为两种不同的内涵，一种是浅层的自我涉入，即是人快乐时愉悦的情绪；另一种

^①William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1967:9.

^②William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1967:194.

^③William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1967:194.

是人们的回想状态,也就是深层的自我涉入,当人在回想中重温快乐当时的情绪,仍能感受到当时沉醉的情绪,通过回想的行为再次感受快乐。

传播快乐的过程是自由主动的,它的出现使得个体有途径去获得快乐和愉悦的感受,而个体对于快乐的感受是旁人难以共情的,是个体内部最直接且私人的情绪。在传播快乐的过程中,斯蒂芬森最注重强调个体的主观意识得到完全的释放,不拘泥于任何规则,没有必须完成的任务,只有服从个体内心的行为,从而获得快乐。

游戏化的老年叙事使得老年群体的主体性被强调,老年群体在网络中所表现出来的形象不断冲击着一直以来的刻板印象。老年群体在媒介之中的表现有了极大的改变,他们将自己的日常生活、认知想法、过往经验等内容呈现在发布内容之中,这些内容所具有的趣味性、新奇感以及未知性得到了年轻群体的关注,高质量和高情绪价值的内容能够给其他群体足够的关注反馈,部分内容也能够满足年轻群体的猎奇感和情感需求。英国学者汤普森在福柯所提出的“全景敞视主义”的基础上提出了“逆向的全景敞视”,指的是全景敞视在家庭环境中转变了方向,让原本被监视的角色转变为监视者,观众能够去看而不被看到,而且可以遵循自己的意愿主动去看而不被规训。在老年群体主动参与互联网的过程中,年轻群体可以根据其所发布的内容去窥探到一丝长辈的生活和意识,了解其价值观和日常生活。在老年群体表达自我、展现自我的同时,年轻群体也能够从老年群体的内容中找到自己所想象的、理想的未来自己。老年群体这种与以往不同的角色能够吸引更多的群体逐渐接触对于老年群体认识的误区,能够使得其他群体更加接受老年群体,从而促进对于老年群体的数字反哺进程以及老年友好社会的构建,老年群体对于自我形象的构建也逐渐增强。

3.3.4 外在自我与内在自我

斯蒂芬森更加推崇选择性会聚原理“我们应当看到这是一种趋向于自我发展(Self-developing)与自我提升(Self-enhancing)的心理状态——它特别强调一个人在自我方面的重要性而非相反。”^①斯蒂芬森反复强调人在传播行为过程之中的主观能动性,强调人所具有的“自我”,传播游戏理论从根本上来说是以人的自我意识为主的,传播的最后也会导致人的发展提升。

^①William Stephenson:The Play Theory of Mass Communication[M], New Jersey: Transaction,inc., New Brunswick, 1967:194.

虽然“自己 (self)”和“自我 (ego)”之间只有一字之差，却从根本上有一定的差距，斯蒂芬森也比较注重两者之间的辨别。在书中斯蒂芬森认为“自己”从属于社会控制，是人在社会环境中外在化的行为，与人在社会中的社会交际有很强联系；而“自我”从属于选择性会聚，使人在体验事物之时所获得的内心体验与感受。因此，“自己”是外在原因强加在人身上的规则与“枷锁”，人为了获得某些利益或完成某些目的而去控制自己以达到标准。就像是网络之中的意见领袖，在发表自身意见之后获得了他人的欣赏和追捧，他会获得自身认同感和价值感，从而为了保持这种感觉去维持所谓的“人设”，以此来规训自己。但是这种精心表现的“自己”有一定的表演性、不真实性，是被加工、包装的“自己”，甚至为了外在“自己”的呈现束缚自己真实的感受。

而“自我”是较为私人的内在心理感受的呈现，是完全跟随个人主观情绪所表现的，能够让每个人活出真实的自我。弗洛伊德提出人有三重人格，即“自我”“本我”和“超我”。^①弗洛伊德的“自我”与斯蒂芬森的“自我”相比较来说，更像是斯蒂芬森所提出的社会控制之下的“自己”。斯蒂芬森的“自我”所呈现的是用主观感受去选择自己感兴趣的事物，用以获得满足愉悦的感受已达到取悦自身的行为，正是可以让自身达到主观精神上的自我进步，并不执着去追求物质生活上的丰富。就像是做音乐的作者，只是想和听众分享歌曲所蕴含的快乐，而选择免费放出音源。作者并没有获得任何的报酬和利益，却能在和听众的交流之中获得乐趣，这也就是自我存在的证明。美国社会心理学家乔治·赫伯特·米德所提出的“主客我”理论与斯蒂芬森提出的“自己”与“自我”有着异曲同工的妙处，米德认为自我意识对于人的认知和行为有巨大的影响作用，人的“自我”由“主我”和“自我”两部分互动组成，“主我”是从行为之中体现的，“客我”则是从他人的评价和期待之中形成。

而选择性会聚所主导的游戏正是能够给人带来“自我”的自由感，老年群体在解决网络接入的基础问题后，就成功具备了跟随自我兴趣去完成“自我”的展现能力，空闲的时间、周身的网络环境以及社会家人的支持更加促进了老年群体自我意识的觉醒，而且其自我意识会随着其在自我展现的个性化程度扩大逐渐加深，随之获得的自我满足、需要获得的自我展示也更加充足。老年群体发布互联

^①陈新宇.寻找自我[D].北京：清华大学，2011:54-56.

网内容展示真实“自我”的同时，也释放了情绪累积、获得了相应的社会幸福感。麦克卢汉在《理解媒介》一书中提出“媒介是人的延伸”，对于老年群体发展自身的需求来说，随年龄下降的身体机能和认知水平是老年群体进行正常社交行为的最大阻碍。但老年群体使用媒介表达自我和进行社交，能够延伸肢体的缺失，使其对于身体的使用有缓冲的余地，保障老年群体对于社交情感的需求能够得到实质性的弥补。

第四章 隐忧：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事风险

在前文之中，笔者在大众传播游戏理论的视角之下对老年叙事模式与游戏化思维相结合进行了解读，将大众传播游戏理论的四个方面与游戏化的老年叙事模式进行了细致的结合，回顾整个过程笔者也发现了老年叙事在发展之中可能会出现的问题，在本章笔者将提出一些值得注意并提升的风险隐忧。

4.1 选择与控制

4.1.1 过度追求选择性会聚，偏离社会控制轨道

随着数字技术的不断发展，技术的普及逐渐降低了各行业的竞争门槛，数字技术使得竞争者相互之间的同质化严重。静止、反复、停滞的各业态，亟需一个能够让用户或玩家“活”起来的新方式，他们需要在不同的“游戏”之中享受“游戏进程的发展”以及自主决定的新奇感。

表 4.1 老年群体闲暇时活动倾向多重响应频率分析表

多选题题项	N (计数)	响应率 (%)	普及率 (%)	X ²	P
看电视	135	19.509%	32.22%	56.179	0.000***
看书读报	95	13.728%	22.673%		
玩手机	199	28.757%	47.494%		
出门散步	164	23.699%	39.141%		
有自己的业余爱好	99	14.306%	23.628%		
总计	692	100%	165.155%		

注：***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平

从笔者调查结果表 4.1 来看，老年群体在闲暇时间倾向于看电视、看书读报、玩手机、出门散步以及相应的兴趣爱好。本次调查中，大部分老年群体在闲暇时的活动已经逐渐倾向于去使用手机，占总体比值为 70.07%；其次，选择出门散步与看电视的老年群体较多，占比为 57.75%和 47.54%。本题虽然以多选题呈现，但仍能分析出老年群体在闲暇时更倾向于使用手机与电视两种媒介来消磨时间。

随着技术的发展老年群体也更加倾向于去拥抱数字媒体技术,老年群体的数字需求也逐渐扩大。

1号访谈对象认为老年群体是非常需要主动去“触网”的,“这是现代社会获取信息和服务的重要途径。网络不仅能帮助我们更好地适应社会变化,也能提供精神慰藉,让我们在享受科技便利的同时,消除孤独感,增进与家人和社会的联系。”

而占据大部分蓝海市场的老年群体更是掌握了很大部分的“制胜法宝”,老年群体在数字时代生存的各种需求也是值得业界注意的。因此,游戏化思维在老年叙事模式探索之中应运而生。

老年群体的游戏化叙事是社会控制和选择性会聚相结合之下的产物,它不能独占一方,既离不开社会控制的既定规则,也不能离开选择性会聚在其中的凝聚和支撑作用。但在具体实践之中,并不是每个问题都能够完美适配游戏化思维,适当且适合的游戏化思维能够助力老年叙事模式的创新,游戏化思维很大程度上依赖“被创造出来的情景”从而获得好的作用效果。部分老年叙事模式的创新过度依赖于追求选择性会聚所形成的“高热度”效果,往往利用老年群体的感兴趣的药品偏方、亲人信息或情感需求等方式吸引老年群体的注意力,给老年群体创造出“舒适圈”,在这里他们能够获得自我价值感、自由选择权、满足其社交需求的方式等,但这种“热度”是难以长期稳定保持其产品质量与品质的,而关注的人是而非理性的、盲目的。随着数字技术的发展,使用技术的人也成为了被数字量化的个体,也被称为“数字劳工”。数字劳工是传播政治经济学领域之中提出的概念,用以描述互联网技术社会状况中劳动生产模式的新变化,数字劳工的思想启蒙最早可以追溯到1977年传播学者麦兹提出的“受众商品论”。^①而逐渐进入数字生活的老年群体,在参与数字生活、使用数字媒体的同时,也成为了被数字量化的群体。老年群体在叙事过程之中也创造出了相应的“非物质劳动”,而这种看起来很有益的劳动也逐渐使得老年群体被动的为网络平台以及公司工作,也就是老龄数字劳工。”^②

2号访谈对象提到老年群体被技术裹挟的原因,“他们没有在现实生活中得到想获得的快乐。”3号访谈对象认为网络更多的给他的生活带来了快乐,“我

①胡正荣,段鹏,张磊.传播学总论.北京:清华大学出版社.2008-10-01.

②许苗.数字时代下老龄群体的“非物质劳动”研究[J].今传媒,2023,31(08):37-40.

在快手上或者是微信里面都能够看到很多其他的信息，然后我就会不注意的去点进去，然后花很长时间才能给我退出来。”

老年群体从一开始的追求自我价值、获得社交情感需求，选择性会聚的选择了感兴趣的网络行为，而这种满足需求的行为逐渐被网络平台利用，形成了老年群体在不知不觉中变相为网络平台劳动，甚至享受着迷惑性的自我满足。

因此对选择性会聚行为所形成的效果过度追求，不但不能获得更好的效果，甚至会偏离社会控制的轨道，从而对老年群体的身心造成创伤，让本就试探性使用新媒体技术的老年群体退缩。游戏化的老年叙事需要社会控制的掌控，如果脱离了社会控制的控制，就可能会为一些非正式势力所利用，造成老年群体的网络创伤，甚至成为其他势力的宣传渗透方式。

4.1.2 技术的隐蔽化导致劳动被操控

人类在迷恋技术的同时，技术也在不断渗透人类的生活，技术在深深地影响人类的生活。文化工业理论产生于电子传播时代，其对标准化的文化产品进行猛烈抨击，对个人的异化问题进行深刻揭露。它指出网络与新媒体是资本与技术对于公众的控制升级，他们所培养出的“个性化”假象是一种虚假的需求，实际上是一种参与式控制，用代偿性满足替换真正的满足。随着数字媒介技术的不断发展和老龄化趋势的加深，我国对于老年群体的数字化生存的关注和推动，老年群体也逐渐放下顾虑拾起信心加入了数字大军，根据调查数据显示，老年群体或许能够成为学界和业界不可忽视的网络产消者的新兴势力。

在技术的支撑下，老年群体自我表达、自我展现、与他人沟通的期望日益增加，4号访谈对象认为老年群体同样需要在网络之中表达自我，“我会在网络平台上发一些自己拍的照片和视频，分享生活点滴。我觉得老年群体也会逐渐在网络平台中表达自我，展现自己的风采。”

一部分老年群体开始自主的发布、创作内容，主动成为了老龄数字劳工。在本次调查数据中，老年群体认为游戏化融入老年叙事首要的问题是老年群体难以适应游戏化过重的模式，占比 70.77%；其次是第一种情况的反面，老年群体过度使用媒介难以自拔，占比 52.82%；再次是担忧信息过于娱乐化丧失信息本来的价值，占比 41.55%。对于老年群体来说，他们本就不比数字原住民了解互联网的运作形式，老年群体对于真假信息的识别能力较弱，他们难以分辨内容是否

能够发布，难以保护他们自己，这使得技术背后的势力更加容易掌控老年群体，更容易支配老年群体成为数字劳工。

老年群体逐渐被关注，部分平台开始在一些社交、购物、视频软件之中对老年群体投放广告。而老年群体很容易迷失在杂乱的广告信息之中，陷入到消费陷阱之中，被资本收割。^①而这种以自我满足为伪装的“非物质劳动”，支配老年群体的闲暇时间，入侵老年群体日常所接受的新媒体文化，弱化其中“劳动者”的意识，使得“劳动者”更加信服平台和平台背后的资本势力所传输的意识形态，形成一种链式的数字控制，从而更紧密的控制旧“劳动者”和不断的吸收新“劳动者”。

4.2 工作与游戏

4.2.1 偏向游戏属性，工作属性淡化

赫伊津哈在《游戏的人》一书中提出“游戏(Play)”和“工作(Work)”是大众传播游戏理论重要的概念基础部分，在当今这个时代具有游戏属性的老年叙事模式，一方面来说能够帮助老年群体更好的掌握使用适合他们的叙事模式，能够让他们更好的表达自身想法。但从另一方面来说，一拥而上的信息轰炸对与老年群体来说难以选择，老年群体只能选择自己感兴趣的信息，经过算法推送老年群体逐渐被困在信息孤岛之中。处于初步融入数字化生活的老年群体难以迅速适应，对待新媒体仍旧采用之前对待传统媒体的思维去应对，一味相信媒体所呈现的效果，在鱼龙混杂的信息爆炸之中，难以分辨真假信息，甚至出现了一些老年群体过度沉迷于网络的现象。

7号访谈对象认为，“老年人的媒介素养相对偏低，无法甄别信息真伪，同时相关平台在算法加持上给老年人的推荐内容，质量非常低。”

部分媒体对于发布内容融入过多的娱乐性质，过度偏向游戏属性，甚至牺牲了某些公共产品的工作属性，使其完全沦为娱乐的附属。

在我国，老年群体的网络沉迷问题是数字化生存的一个新兴现象。在本次调查数据中也能够看到，52.82%的老年群体认为游戏化融入老年叙事会使得老年群体过度使用媒介无法自拔以及38.38%的老年群体认为部分老年网红出现会有贩卖人设的担忧。数字沉迷在老年群体中显现，也突出其在日常生活、家庭互动、

^①许苗.数字时代下老龄群体的“非物质劳动”研究[J].今传媒,2023,31(08):37-40.

社会交往等方面的问题。^①柯林斯用互动仪式理论来解读社交性情感需求的满足方式，“人们相互分享共同的情绪或情感体验”。^②互动仪式理论的核心是情感能量，而老年群体在社交媒体之中寻找的正是这种感受，它是老年群体对于社交互动和群体身份的渴求，是一种长期的需求，它能够满足老年群体实现情感满足。

4号访谈对象提到，“确实有些老年朋友会沉迷于网络、过度使用媒介，但我觉得这主要是因为他们可能比较孤独，需要找到一种方式来打发时间。”

在某些网络平台一些老年人逐渐被“网红”所吸引，他们热衷于在网络红人身上寻找情感寄托。还乐于在网络平台上打赏网络红人，也找到了志同道合的朋友，能够分享彼此的所见所感，但由于老年群体的网络素养较弱，他们很容易过度沉迷于网络，甚至严重的可能影响现实生活之中的社交关系。在这样的互动仪式之中，短期的情绪逐渐向长期情感转变，老年群体长期习惯于这样的情感获取路径，在他们获取情感满足时，老年数字沉迷问题也逐渐显现。

老年群体的游戏化叙事作为老年群体表达自我的一种叙事模式，虽然是以游戏化思维来助力老年叙事更加被老年群体所接受，但它的工作属性不应该被忽视，游戏属性和工作属性应该相辅相成。而如今某些媒体对于游戏化元素过度追求，一味追求娱乐化，只为吸引受众的关注，甚至牺牲工作属性为代价。

4.2.2 老年主体地位缺失，适老化缺“老”

在我国老龄化程度不断加深的今天，互联网逐渐渗透进老年群体的生活，利用新技术促进老年群体融入数字生活，为其在各方面进行适老化改造成为老年群体数字生存的大背景。据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第52次《中国互联网发展统计报告》显示，在工业和信息化部组织之下，适老化改造及信息无障碍服务成效显著，截止2023年上半年，已有1735家网站和APP完成适老化及无障碍改造，^③50岁及以上的网民群体占比已达29.9%，互联网进一步向中老年群体渗透。^④老年群体总体上媒介素养不高，如今的新媒体环境虽然已经注意到了适老化改造的重要性，但要达到积极适老化友好型社会的要求是远远不够的。

①邵婉霞.情感传播视域下老年人数字沉迷与消解路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2023,43(11):150-157+187.

②邵婉霞.情感传播视域下老年人数字沉迷与消解路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2023,43(11):150-157+187.

③工信微报, <https://mp.weixin.qq.com/s/glnh12JBpjqpahT9LVVEMg>, 2023年7月19日.

④CNNIC.第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

2号访谈对象认为适老化有帮助但也有问题，“我觉得适老化的产品肯定有给我们带来一定的帮助，就会让我们更好的去用APP，但有一些APP的功能我是没怎么看懂的。”

目前的新媒体环境充斥着不适合老年群体关注的内容，没有完全为老年群体所打造的新媒体渠道。在本次问卷调查中，42.96%的老年群体认为游戏化融入老年叙事模式没有适应改造主体的需求，对于适老化的改造是缺失的。老年群体倾向于信任媒体所呈现的内容，多数老年人被手机内存提示、垃圾短信、弹出广告等问题困扰，各种诱导性的信息层出不穷。这些垃圾信息打扰着所有网络用户的生活，但老年群体处于数字使用的弱势，他们难以很清晰的分辨各类信息是否可以放心相信。

5号访谈对象提到身边也有拒绝使用媒介的朋友，“我身边有好多老年人都是拒绝接触网络信息的群体呢！有的说不懂怎么用，有的说太花时间，有的说信息太杂乱，反正各种理由都有。”

同时，老年群体的弱势地位甚至使得他们自己在适老化的改造过程之中缺失主体地位，老年群体在本应该主导的地方失去话语权。

游戏化的老年叙事模式不应只追求游戏化思维的融入，而是要追求有“自主”“自尊”的适老化改造。马斯洛的需求层次提也展现出人在基本需求被满足之后，会去追求更高层次的精神需求。^①游戏属性融入老年叙事的最终目的是促进老年群体构建一个属于自身的叙事模式，能够真正的表达老年群体想表现的，也能够与其他群体正常交流，构建良好的沟通环境。从根本上逐渐改变老年群体在网络上失语的现象，也逐渐改变老年群体“污名化”的现象。在基础性需求已经基本满足的背景下，新媒体时代的老年群体也趋向于在网络之中追求自我实现的方式。因此，老年游戏化叙事要时刻将老年群体的需求放在第一位，聆听老年群体的真实声音。

4.3 快乐与痛苦

4.3.1 过度追求传播快乐，传播痛苦被遗忘

^①Maslow, A. H.. Religions, values, and peak experiences.. New York: Penguin. (Original work published 1966). 1970

游戏化的老年叙事赋予老年群体作为主体的传播渠道,斯蒂芬森也认为传播从本质上来是在传播快乐,老年群体接触媒介就是在进行一种游戏,传播快乐允许人沉浸于主观性的游戏之中。老年群体在叙事过程之中进行着自己的游戏,也在游戏的过程之中感受到了情感的满足。相反,传播痛苦通常是要获取物质上的收益,包括培养技能、发展自我、工作和命令等比较艰辛的工作。老年群体由于身体健康水平、理解能力、动手能力等因素的相对下降,也就更倾向于追求简单的工作。在算法赋能、资本扩张和心理因素的影响下,“泛”娱乐化逐渐在智能技术的支撑之下不断叠加扩张,泛娱乐主义逐渐形成并得到发展。娱乐逐渐超越自身边界,渗透到社会生活各领域,并将不具备娱乐属性的事物极尽娱乐化,也在不同领域表现为“过界”和“过度”。^①

表 4.2 老年群体对于老年网红出现的看法频数分析

名称	选项	频数	百分比 (%)	累计百分比 (%)
您怎么看待老年网红的出现:	好,能够让老年群体表达自我声音	136	47.887	47.887
	一般,有好有坏	84	29.577	77.465
	不好,哗众取宠,不是真正的老年群体日常生活	64	22.535	100
合计		284	100.000	100.000

在本次问卷数据中如表 4.2,虽然 47.89%的老年群体认为老年网红的出现更能够表达老年群体的自我形象,但认为其有好有坏,甚至是哗众取宠的老年群体更多占比 52.11%。老年群体对于现如今在网红上被追捧的老年网红,更多持有不能表达真正的老年群体日常生活的观点。

3号访谈对象提到,“老年网红的出现是比较正常的,但有些视频喜欢博人眼球,那些内容我不太喜欢,不像是真实的生活。”

被网友戏称为“中老年人收割机”的短视频创作者“秀才”和“一笑倾城”在中老年群体之中拥有大量的粉丝群体。“秀才”因税务问题被举报的背后,我们也能看到这类网红利用中老年人的情感需求来获利的不良行为。随着话语权向

^①张永红,邓晓.智能传播时代泛娱乐主义衍生的意识形态风险与化解[J].理论导刊,2023,(11):56-61.

大众倾斜,网络平台成为意识形态表达的新场域,受众趋乐避苦的心理不断被强化甚至形成了背离主流大众的意识影响。网络平台为获取更多的资本,往往会推荐一些猎奇、庸俗化的内容吸引受众眼球,一些网红甚至为了“流量变现”费尽心思。传播痛苦属于社会控制的范畴,而这种过于娱乐化的现象出现也表现出传播痛苦需要被相关监督者、参与者和受众所牢记。

4.3.2 信息过载现象,迷失“信息茧房”

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第52次《中国互联网络发展现状统计报告》显示,截止至2023年6月,我国网民规模达10.79亿,较2022年12月增长1109万人,互联网普及率达76.4%。^①2023年8月网民年龄结构50岁以上网民占比29.9%,我国老年人口互联网普及率正在飞速上升。作为数字移民的老年群体使用新媒介本就不如数字原住民灵活熟练,在巨大的信息浪潮之中,真真假假的信息混杂,部分使用新技术落后的老年群体在技术的不断更新之中沦为数字难民,对于良莠不齐的信息他们更是不知道如何分辨。信息过载最先是由技术过载所延伸出的一个概念,本身用来表现机器在信息数量、难度过高时,会形成信息处理能力下降的结果。^②随着新媒体时代的发展和用户参与制作的增多,信息过载也被移植于形容人接触过多且杂乱的信息,而信息过载也会带来消极情绪、心理造成负面影响。在这种环境下的老年群体的“触网”行为,也逐渐在算法的规训中只关注自己感兴趣的、能理解、与自身贴近的内容,就此形成了信息茧房,与年轻群体和社会各界划开了话语界限。

3号访谈对象提到会与网络中的年轻群体交流,“但这些年轻人都是身边比较熟悉的,网络中的陌生人倒是没有交流过。”

被误解的老年群体与误解老年群体的年轻群体成为沟通断代的两条平行线,形成了新型的“数字鸿沟”。

巨大的信息压力之下,也有一部分老年群体产生了信息回避现象。信息回避行为(information avoidance)被定义为任何旨在阻止或者延迟获取可用信息的行为,在医学、传播学、组织行为学和心理学等领域中得到广泛的研究。^③信息

①CNNIC.第52次《中国互联网络发展现状统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

②潘曙雅,李骞,杨钰晴等.老年人何为回避微信健康信息?基于信息质量和信息过载等影响因素的研究[J].新闻春秋,2023,(03):33-42.

③潘曙雅,李骞,杨钰晴等.老年人何为回避微信健康信息?基于信息质量和信息过载等影响因素的研究[J].新闻春秋,2023,(03):33-42.

回避行为可以看作是一种短暂的应对，老年群体在不熟悉的新媒体领域，短时间内接受过多的信息或者信息质量参差不齐所导致的选择接触性行为，甚至可能拒绝再次接入。

4.4 自己与自我

4.4.1 自我沉醉，忽略社会责任

游戏化的老年叙事模式能够通过更具有主体参与性的方式让老年群体参与到叙事过程的每个环节之中，游戏化的方式也更能够被老年群体和其他群体所接受。老年游戏化叙事为老年群体提供了更多的自主权和选择权，他们能够充分的感受的自己的主体地位和存在的价值感。本次调查中，期待在网络社交平台之中表达自我的老年群体 54.57%。但游戏化的程度是需要把控的，过度的游戏化体验会逐渐将现实世界的生活吞噬，虚拟世界的体验感会把真实世界所隔离，并且会让使用者自我陶醉于游戏所构建的场域，产生与认知不协调的感官，从而忽视自己应该承担的社会责任，进而导致社会各界角色之间的混乱错位。

在老年游戏化叙事的进程之中，自我意识所期望形成的“自我”和社会期待所期望的“自己”之间会形成一对矛盾。对于叙事主体的老年群体来说，在满足了基础性的需求之后，伴随着新媒体技术的不断发展，老年群体也逐渐借助技术来支撑他们自我实现需求的实现。《2020 年老年人互联网生活报告》揭示了 60 岁以上的老年群体在网络之中的行为报告。报告显示，0.19%的老年人在某资讯 APP 上的日在线时间超过 10 小时，全国或有超过 10 万老年人呈现出极致孤独的状态，全天候沉迷在手机端的移动互联网之中。^①

7 号访谈对象认为，“我觉得老年人融入数字生活，可以说是媒介技术发展一定阶段的必然结果，网络主体不再仅限于年轻群体与中年群体，弱势群体的自我表达一方面可以缩小数字鸿沟；另一方面，老年群体可以通过网络的自我表达获得身份的认同与主体的存在感。但其实以目前的老年化群体自我表达方式来看，还是缺乏一定的积极引导。”

老年群体由于身体、心理、家人陪伴缺失等因素，在现实生活中比较孤独，无人照料，缺乏现实之中的社交机会和能力。老年群体除日常生活所必要的活动外，将其他需求寄托于互联网上，而这种沉迷也可能会导致老年群体的大脑结构

^①新华网.比年轻人还上瘾？“网瘾老年”怎么办？[EB/OL].(2021-05-20).

和功能衰退。老年群体沉迷于自己的“网络舒适圈”，忽视了“自己”的社会期待，也不能为年轻群体树立正确的价值观。

对于内容产出者和平台来说，应当要时刻注意“自己”的社会要求，承担起社会责任。但部分老年大V会通过迎合老年群体取向的人设，讲述老年群体喜爱的历史事件、健康知识等方式，塑造一种“身旁的朋友”错觉，逐渐渗透到老年群体的现实生活之中，创造一种“强关系”。当这种“强关系”被老年群体反复观看，获得长期强化之后。老年群体更加信任大V所发布的内容，逐渐刻画在自己的脑海之中，甚至排斥现实生活中家人朋友的劝告。大V逐渐控制老年群体，让他们甘愿被“流量控制”，成为其免费劳动力。某些平台更是利用老年群体勤俭持家的心态和生活习惯，通过一些免费领现金或者礼品的项目，让老年群体为奖励与平台绑定，培养其使用平台的习惯。根据趣头条的相关数据表示《2020年老年人互联网生活报告》，60岁以上老年人日均领取虚拟货币高于40-60岁用户人数的22%。^①部分平台方和内容发布者过于注重经济效益，忽视了社会效益，将应当承担的社会责任抛之脑后。

4.4.2 自塑与他塑，人设贩卖之困

智能手机的不断普及助力更多的老年群体接入数字化生存，融入数字化生活，一些对于互联网技术接受良好且希望在网络平台上展现自我的老年群体成为了“银发网红”。^②“银发网红”的出现，弥补了老年群体因为身心健康水平、年龄增长、理解能力等多种因素而逐渐衰退的话语权以及数字生活能力跟不上时代发展速度的缺失。“银发网红”在网络平台所表现出的自我形象、日常生活和处事态度等内容都得到不同年龄段群体的喜爱，对于缩小“代际数字鸿沟”具有十分重要的影响力，也对于各界探索构建积极老龄化社会新途径提供了可参考的案例。

但大多数“银发网红”都会自己塑造或者是通过背后的运营公司塑造一个独立自主的老年人形象，他们没有过重的家庭负担，不需要工作或者抚养孩子，身体健康且行动自如，没有太多的限制。^③截至2023年12月，“末那大叔”是一个在抖音平台上拥有1662.6万粉丝的账号（如图4.1），他通过优雅的生活方式和时尚的穿搭，吸引了受众的目光。

^①央视网.网瘾老年们，谈起了赛博“恋爱”[EB/OL].(2023-09-20).

^②前瞻经济学人.老龄化碰撞数字化：“银发网红”——新时代退休生活传播文化洞察.[EB/OL].(2021-07-27).

^③撸串地理.抖音是否促进更健康的理化模式？中国“老年网红”的案例研究.[EB/OL].(2022-06-28).



图 4.1 “末那大叔”抖音主页

截至 2023 年 12 月，“江湖大妈”在抖音平台拥有 497.9 万粉丝（如图 4.2），主要是分享围绕在“罗姑婆”身边日常有趣的事件，塑造了一个和大家印象中所不同的中国农村老人形象。



图 4.2 “江湖大妈”抖音主页

这些“出圈”的“银发网红”形象为其他群体展示了在老化过程中较为积极的部分，但相对片面的老年生活展现也忽略了大多数真实生活之中的老年群体。平台的算法推荐也在不断推送这种相对片面的老年人设，这种同质化的视频并不能全面的表现老年群体的真实生活。部分运营商为获取经济效益，只突出“银发网红”健康、时尚、有趣、有活力的虚拟人设，而背后的身心衰老过程被掩盖。大部分“银发网红”的视频下会有抗老化产品的链接，“时尚奶奶”的账号通过模特展现出的健康美丽来销售服装（如图 4.3）。



图 4.3 “时尚奶奶” 抖音主页

这些链接都瞄准了老年群体抗老化的心态，在受众面前维持一个大家都向往的完美人设来获得利益。虽然这样的内容是值得赞扬的，但这样的人设也困住了屏幕内外的“银发网红”和老年受众，“银发网红”为维持人设不断贴近人设，甚至伤害自身；也有部分老年受众被真实生活和精心装扮的虚拟生活所割裂，甚至会对真实生活失去信心。

第五章 思考：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事发展

5.1 个体层面

5.1.1 老化历程：作为传受者的老年人

“数字化”与“老龄化”两大浪潮交汇融合是当代社会的基本特征，在积极老龄化理念的不断提倡之下，老龄化社会快速发展。随着智能手机、平板电脑等智能终端的普及，老年群体曾经拒绝接入互联网的观念也逐渐伴随着智能媒体技术的发展而改变，更多的老年群体获得了接触互联网的途径，老年群体开始主动接触互联网，甚至部分接受程度较快的老年群体能够灵活掌握各种社交软件。庞大的老年群体已经步入“数字化生存”的时代，他们不仅需要正常的物质生活，作为曾经的社会主角，他们更需要精神上的娱乐化需求、自我实现需求的满足，而需要自我实现的基础就是能够运用新媒介来获取各类信息以及发布交流自身所想。

随着互联网服务的逐渐饱和，老年群体逐渐成为了网络服务的主体。^①老年群体在新时代也提出了自身的需求，他们同样需要利用新媒体成为内容的传播者和接受者。

5号访谈对象提到，“我会在网络平台上发布自己制作的内容，比如我最近学会了做春卷，拍了个视频分享给大家。我觉得老年群体也会逐渐在网络平台中表达自我，毕竟年纪再大也不能断了和世界的联系嘛。”

老年群体需要明确自身在游戏化叙事过程中的主体地位，但也不能将老年群体一概而论，而是需要普适性和差异性并存的游戏化叙事模式。老年群体的需求也要求游戏化的老年叙事主要针对于满足他们表达自我的权力和可能。

^①王朝阳,宋雅诗.脱离、边缘化和依赖：一项老年群体和中国互联网关系的传播社会学考察[J].传播创新研究,2022,(01):188-205+238-239.

表 5.1 老年群体网络表达自我意愿及推荐意愿程度交叉分析

题目	名称	您期待在网络社交平台之中表达自我吗:					总计
		非常愿意	比较愿意	一般愿意	不怎么愿意	非常不愿意	
您会推荐身边的老年群体去使用新媒体吗:	否	16(21.918%)	25(34.247%)	19(26.027%)	9(12.329%)	4(5.479%)	73
	是	43(20.379%)	71(33.649%)	64(30.332%)	24(11.374%)	9(4.265%)	211
总计		59	96	83	33	13	284

在本次调查之中如表 5.1，愿意在网络平台中表达自我的老年群体占总体人数的 83.8%，同时愿意推荐身边同龄人使用媒介达到 74.3%。老年群体平台表达自我和与同龄人在网络平台交流的意愿已经大幅度提升，老年群体不再只是简单的聆听接收信息，而是更倾向于自我表达以及扩大社交层面的需求。

2 号访谈对象目前没有在网络平台中发布内容，但是有发布内容的想法。“我没有发布过相关的内容，但是我觉得还是该去在网络平台中表达自我的。”

作为传播者的老年群体在游戏化的叙事过程之中，虽然会有各种“弱势”的表现，但是老年群体所具备的社会经验和人生阅历是十分珍贵的，能够提供成熟的专业技能与教育智慧，这些宝贵的经验与智慧“能教育年轻人并将种种价值流传给他们”，各群体之间教育资源依托与这些代际文化。^①媒介赋能与赋权帮助老年群体逐渐告别了“数字难民”的负面标签，实现了“数字弱势群体”的崛起。

4 号访谈对象认为和非老年群体交流是必须的，“当然会用网络媒介与年轻群体交流啊，这样也能更好地理解他们的想法和生活方式，也能给年轻人说说自己的故事经历”。

“银发网红”在网络平台上所展现的人生阅历、积极生活的态度等内容，不仅是对老年群体和非老年群体产生正面的影响，还给整个社会形成良好的社会氛围做铺垫。

^①传播将新传考研.银色数字鸿沟?老年传播必考的专题知识.[EB/OL].(2021-11-19).

作为传播受众的老年群体也逐渐摆脱了一味接受媒介所传递的单方面接受的角色，老年群体逐渐深入使用新媒介的同时，也对于媒介呈现的内容产生了要求。

4号访谈对象认为老年群体应该接受具有游戏化思维的内容，“如果有更好的学习方式和资源，会更乐意去尝试不同的媒介形式。”

在受众主体为年轻群体的互联网环境之中，针对于老年群体的媒介适老化改造也往往浮于表面，在这时游戏化思维的加入能够更好的帮助老年群体扩大媒介使用范围，也能够更好的帮助他们使用媒介，助力构建积极老龄化社会。

游戏化逐渐渗透进老年叙事的过程，老年群体能够在这个过程中寻找自我，创造属于他们自己的智慧，^①也可以助力老年群体获得满足感或是成就感，最终达成积极成功老化。^②

5.1.2 老化想象：作为“旁观者”的非老年

对于老化这个过程的认识，要从老年群体的实践经验中了解，也要从非老年群体的感受和想象中探寻，老龄化传播需要形成二者之间的共识。^③老化是每个人都会经历的生命历程，注重且尊重老年群体所表达的文化，对于非老年群体来说也是对自己的老化生活进行一种想象式的创造和改变。

表 5.2 非老年群体的自身老化想象程度交叉分析

题目	名称	您认为当自己年老之后能够跟上新兴媒介的趋势吗：					总计
		肯定可以	应该可以	也许可以	不太可以	不可以	
您在年老之后会保持当下的媒介使用习惯吗：	否	7(15.556%)	7(15.556%)	20(44.444%)	8(17.778%)	3(6.667%)	45
	是	15(16.667%)	19(21.111%)	27(30%)	20(22.222%)	9(10%)	90
总计		22	26	47	28	12	135

①Kenyon, G. M., "Guided autobiography: In search of ordinary wisdom". In Rowles, G. D., & Schoenberg, N. E. (Eds.). *Qualitative gerontology: A contemporary perspective* (2nd Ed.), 2002, NY:Springer, P.38.

②詹慧珍：《高龄者参与故事叙说活动历程之研究》，硕士学位论文，中正大学，2009年。

③周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播：一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021,(03):30-37.

从表 5.2 可以看出,多数非老年群体对自己年老之后的媒介使用程度表示乐观,66.67%的非老年群体认为自己能够在年老之后保持当下的媒介使用习惯,16.3%的非老年群体认为能够在年老之后跟上新兴媒介的趋势。

7号访谈对象认为非老年群体是有能力跟上媒介的更新换代,“不敢说百分之百可以确定能够跟上新兴媒介,但是我觉得我们作为数字原居民,具有一种适应媒介的能力。”

因此,非老年群体对于老年群体的在网络平台表达自我,展现其真实生活的理解与参与是必要的。这对于改变非老年群体对于老化刻板印象和对老年群体的误解有纠正作用,也能够减轻他们对未知的老化过程的恐惧。

“银发网红”不但排解了老年群体的孤独感,也促进了老年群体和非老年群体的互动,使得此前被数字原住民所排挤的数字弱势群体在互联网之中占据了一席之地。老年视频的风格内容不在局限于土味、低俗,“银发网红”借助社交媒体所塑造的全新的网络形象,拥有老年群体的乐观态度以及不同于刻板印象的活力,在叙事过程之中能够激发各个群体之间的共鸣。

8号访谈对象认为老年群体在互联网之中表达自我是值得支持的,“老年人在年老之后干一些自己喜欢的事情也无可厚非,而且他们这样做是很有个性的事。”

代际文化传播为老年群体和非老年群体形成了沟通的纽带,老年群体能够将自己的经验分享给其他群体,非老年群体也能够获得老年群体视角下的文化传播过程。非老年群体在老年群体的传播中感受到老化过程的真实情况,从而进行对自己未来老化历程的想象,对未知的未来有一个可供参考的模板;老年群体也能够展现自我的同时,在去除了老化刻板印象的稳定网络环境之中,与非老年群体心平气和对话,构建具有良好和谐的数字包容型信息社会。

游戏化走进老年叙事过程,对于社会其他成员来说也能够更好的接受老年群体所构建的代际文化分享,老年群体在网络平台上展现的内容会成为人类共同的文化遗产,也是其经验和价值的传承。^①

5.2 群体层面

^①Manheimer, R. J., “A map to the end of time: Wayfaring with friends and philosophers”, 1999, NY: Norton & Company.

5.2.1 人际关系中的老年群体

智能媒体时代的群体传播已经不仅是媒介技术的更新,更是重塑了人类的交往模式,社交行为逐渐与社会权力联系,形成了架构在权力之上的社会关系。^①老年群体由于身体、距离等因素的限制,不能像年轻群体一样自由的进行线下社交,随着智能终端的普及,老年群体发展人际关系的途径也转移到了线上,从而构成了具有不同属性的网络老年群体。

5号访谈对象与朋友的社交基本上已经转移到了线上,“我和朋友们平时就喜欢在网络上交流,聊聊天、分享生活趣事之类的,因为大家老了也有自己的事情,要么就是帮忙带孩子,要么就是出去玩,反正很难凑一起。”

在笔者的调查中,5.63%的老年群体认为游戏化的老年叙事可以与其他人进行社交,11.97%的老年群体认为可以向年轻群体传递生活经验,7.75%的老年群体认为可以更融入年轻群体的生活,减少代沟。因此,随着老年群体逐渐接触网络,也逐渐接受了依托网络来满足自身的精神需求,对于社交的需求也同样转嫁到了网络之中。复媒体(Polymedia)的概念由马蒂亚诺和米勒与2012年提出,他们认为要将媒介环境理解为一种“综合结构”,在这种结构之中每一个单独的媒介或平台都是在所有其他媒介的背景下以关系术语来定义的,而不能将重点放在研究独立的技术和媒介上。也就是说,老年群体在新媒体环境之中的人际关系也可能随着他们使用媒体的种类和数量的不断丰富,而形成不同意义上的人际关系。老年群体使用媒介的目的从一开始的有特定需求、目标,通常是社交、日常生活、获取信息等方面的需求。^②逐渐转变为使用寻求高阶段、具有娱乐性质的、可以表现自我形象的社交类媒介。

在逐渐熟练使用各类不同用途的平台之后,老年群体的网络人际关系也根据老年群体的情感获得而分为线下关系转线上关系的部分和单纯线上联系的陌生人部分。在这两种不同的部分中,老年群体形成不同的方式和形象来应对不同的关系。典型的中国式关系可以分为三部分,即家人、熟人、陌生人。^③线上关系转线下关系是可以称为老年群体强关系的网络化,老年群体在使用媒介社交的开端是从现实关系中的“自己人”,也就是家人和熟人两个类型的强关系开始的。

①隋岩,常启云.社会化媒体传播中的主体性崛起与群体性认同[J].新闻记者,2016(02):48-53.

②盖龙涛.手机媒介惠老发展探究:基于中老年用户的使用行为调查[J].老龄科学研究,2018,6(04):69-80.

③张杰,郭超.“自己人”还是“自家人”?——一项关系传播的本土研究[J].新闻与传播研究,2019,26(03):28-50+127.

这些关系所包含的人是需要老年群体进行一定的关系维系,在老年群体更强的私域保护意识之中是拥有更多权限的人。

4号访谈对象已经开始在网络中与陌生人社交,“我跟朋友们平时都会在微信上聊聊天,分享些有趣的东西。也会在网络上结识一些新朋友,大家一起交流养花的经验。”

在老年群体掌握了更多的网络法则之后,老年群体向外探索更多的媒介使用,他们会逐渐形成或参与以趣缘为纽带的为老群体之中,这种没有现实关系为基础的“陌生人”社交,弱关系也成为老年群体网络社交的一部分,也就是老年群体在逐渐开拓自己的网络社交边界。中老年人从熟人社交到陌生人社交的转移不仅意味着老年群体社交已经不局限于熟人关系,也意味着其社交行为在逐渐拓展到公共传播场景之中。^①

老年游戏化叙事的过程中,陌生人社交相比于熟人社交来说将会更加占据主导地位。老年群体在展现自我的过程中会吸引并结识更多因为共鸣而聚集的人。以趣缘为纽带的老年群体社交圈甚至在平稳之后,会比强关系的社交更加频繁。

5.2.2 代际关系中的非老年群体

在老年群体的游戏化叙事过程中,代际关系是贯彻始终的、不可忽视的一种影响因素,代际关系从本质上看是社会情境的反映。^②数字原住民是伴随着数字技术发展所成长的一代,相比于作为数字弱势群体的老年群体来说,是掌握着网络话语权的一代。学者费孝通在《乡土中国》所分析的西方代际关系的接力模式和中国代际关系的反哺模式,他提出长老权力和时势权力的框架,对各学界影响深远。我国学者周晓虹于1988年提出“文化反哺”的概念,“文化变迁之中老年群体向非老年群体学习文化的过程”,^③数字化时代中的文化反哺更确切的称为数字反哺。

①李颖彦.“复媒体”环境下中老年用户的社交型构与形象自塑[D].暨南大学,2020.

②杨菊华.长老权力与时势权力的消长:数字时代的代际关系[J].学术月刊,2022,54(11):121-133.

③周晓虹.试论当代中国青年文化的反哺意义[J].青年研究,1988(11):22-26.

表 5.3 老年群体数字反哺情况交叉分析

题目	名称	您目前的居住情况:				总计
		独居	老年夫妇同住	与子女同住	与子女、孙辈同住	
您是如何学会使用手机的	自己向子女\他人求助	4(3.67%)	38(34.862%)	24(22.018%)	43(39.45%)	109
	和朋友一同学习	6(8.451%)	19(26.761%)	11(15.493%)	35(49.296%)	71
	子女主动教学	9(11.538%)	24(30.769%)	16(20.513%)	29(37.179%)	78
	自己上网查询	2(7.692%)	12(46.154%)	4(15.385%)	8(30.769%)	26
总计		21	93	55	115	284

代际数字鸿沟从本质上来讲是包含在数字鸿沟之中的,主要是指老年群体与非老年群体在各种因素的影响之下形成的,在数字化生活之中行为、思想的差距。从表 5.3 可以看出,占总体 40.49%的老年群体是同子女、孙辈一同居住,同时老年群体的媒介使用行为多为受子女影响,子女主动教学或老年群体主动向子女求助占多数。

9号访谈对象提到,“我会尽我所能帮助我的长辈使用手机等媒介。我认为这样可以增进我和长辈们的共同话题,增进我们之间的交流和互动。同时,我的长辈也会主动与我交流使用媒介的经验和困惑,帮助长辈解决问题,学会使用新媒介,让他们不与新时代脱轨。”

数字反哺对于弥合代际数字鸿沟是最有效且快速的,是指代际之间对新媒体的接受与使用进行交流和传授,在如今常表现为子代向亲代反向输出智能媒体时代使用媒介和适应理解数字化生活的反哺举措。非老年群体对老年群体的数字反哺可以分为数字技能类和数字素养类,非老年群体数字反哺时加入游戏化的思维,能够创造一个趣味性强、心理放松的氛围,反哺效率会更高。

在老年群体长老权力衰退、逐渐退出主要话语权的时代,掌握时势权力的非老年群体要承担起社会责任。响应“数字反哺”“技术后喻”的号召,利用自身在新媒体环境的优势促进老年群体参与数字化生存,促进代际数字鸿沟的弥合。而采用游戏化的老年叙事能够把握住老年群体的兴趣,吸引老年群体持续性的习

得数字反哺的内容,也能够使得非老年群体以更贴合趣味教学的方式形成良好的教授氛围。

5.3 社会层面

5.3.1 构建良好的舆论环境

老年游戏化叙事从根源上过来说是从老年群体表达自我的需求入手,在他们展示自我形象同时改善社会情境中对于老年群体的消极刻板印象问题。但老年刻板印象和数字歧视已经广泛存在,不仅是因为老年群体在网络之中的话语权真空、主体地位缺失,还因为由于如今的媒介一贯以老年群体在使用媒介时的弱势进行宣传。在本次数据中,认为老年群体易受网络诈骗的非老年群体占比 35.56%, 25.19%的非老年群体认为老年群体的媒介素养较低,难以分辨真假信息。非老年群体由于被老年群体的刻板印象影响,部分非老年群体借助自身在网络的强话语权对老年群体进行排斥和驱逐,老年群体也难以反驳。老年传播的概念虽早已被提出,但没有得到落实。一方面,舆论环境在反复强调老年群体使用媒介弱势时,老年群体自身也会因为这些论调而丢失主动接触网络、自主利用媒介的诉求,削弱甚至抑制老年群体的自我价值感和效能感。另一方面,目前市面上的“适老化”产品一味强调“老”的属性,也会形成逆向歧视,遭到老年群体自身的排斥。

3号访谈对象认为目前的适老化产品还需要进一步的创新,“我觉得目前的适老化以及无障碍服务还是有一定的帮助的,但是对于老年群体的帮助,我认为还不是特别大,我认为还是应该推出更多的适老化和无障碍服务的,才能够满足我们的需求。”

例如QQ的老年模式的启动操作就需要五步,头像-设置-通用-更多模式-关怀模式。同时QQ的设置窗口比较隐蔽,即使是非老年群体都需要花时间寻找。中国建设银行和携程旅行的APP更是无法通过首页或者设置进入老年模式,而是需要在APP内部搜索框内专门搜索才能进入长辈模式。

部分适老化APP没有形成完整的改造体系,片面地从界面中调整文字、图像、颜色等元素。并没有立足于老年群体的功能需求,做出符合老年群体日常使用需求的改动,导致老年群体并不能有效的进行数字融入。而真正的数字融入需

要“帮助数字弱势群体独立使用媒体技术来延伸自己的能力，以便获取优化生活的能力，”^①如果不符合这种描述则是一种“数字排斥”。

表 5.4 老年群体对游戏化融入的接受情况交叉分析

题目	名称	您对游戏化感兴趣吗		总计
		是	否	
您认为游戏化能够帮助老年群体接受、使用新媒介吗	否	56(62.921%)	33(37.079%)	89
	是	122(62.564%)	73(37.436%)	195
总计		178	106	284

虽然本次调查之中的大对数老年群体能够以一种积极乐观的态度看待游戏化融入老年叙事模式，从表 5.4 可以得出 62.68% 的老年群体对于游戏化呈乐观态度，68.66% 的老年群体认为游戏化能够帮助老年群体更好的适应数字生活。但约 30% 的老年群体呈反对态度，其目前不能很流畅的接受游戏化的贸然加入。

3 号访谈对象认为游戏化思维的加入是可以接受的，“我觉得老年群体是能够在一定程度上接受具有游戏化思维的内容的，但是还是要慢慢的来，一下子肯定是接受不了的，就像我这样学习能力比较差的，就需要一定的时间去接受了。”

考虑到当前中国老年人口 SES 特征以及中国广大农村地区的数字基础设施，至少在短期内，要求所有老年人都“跑步”进入数字社会，恰恰是变相的数字排斥。^②智能媒体技术时代，数字化和网络化信息传播技术的发展和普及将所有人带入了一个“永久性连接”的世界，有学者将这种生存状态称为“连接性在场”，而这种永远在线的状态在某些时候也是一种负担。对于老年群体来说，被迫改变生活习惯加入数字化不一定是适合的。社会各界也应当尊重老年群体的主观意愿，不强求老年群体立刻融入数字化生活，在完善社会适老化改造的同时，也应该建立温和的舆论环境，给予老年群体“非数字化”的替代选项，尊重部分老年群体“数字断联”的权力。

①丁开杰.消除数字鸿沟:社会融合视角[J].当代世界与社会主义,2009,(03):159-162.

②周裕琼:《网络时代,如何帮助老年人适应“数字化生活”》,光明日报,2020年10月23日。

构建一个良好且适宜老年群体生存的数字包容型社会,是需要社会各界积极响应配合的。老年游戏化叙事也应尊重老年群体内部部分“数字断联”需求的呼声,从而为老年群体提供有温度、有质量、有选择的叙事模式。

5.3.2 构建老年受众所需的内容及平台

在积极老龄化倡导的兴起之下,作为蓝海市场的老年群体适用媒体平台,得到了相关平台的注意,而构建老年游戏化叙事应该兼顾社会效益和经济效益并重的发展目标,将老年群体的直接需求放在第一位。

表 5.5 老年群体主动适应媒介意愿与使用媒介困难交叉分析

题目	名称	您在使用网络设备时会有看不懂的内容吗:				总计
		经常有	偶尔有	很少有	没有	
您认为在新媒介不断兴起的当下,老年群体是否应该主动适应数字生活:	否	27(29.032%)	43(46.237%)	20(21.505%)	3(3.226%)	93
	是	68(35.602%)	75(39.267%)	40(20.942%)	8(4.188%)	191
总计		95	118	60	11	284

据问卷调查数据表 5.5 所示,67.25%的老年群体认为老年群体应当主动适应数字生活,但同时 75%的老年群体在使用媒介的过程中或出现看不懂、不能理解的内容,老年群体的媒介需求并不能很有针对性的满足。

平台所构建的适老化服务不能只是表面界面设计的改变,要真正把内部的内容层面当作适老化的重点对象。根据中国社会科学院 21 年 9 月发布的《后疫情时代的互联网适老化研究》报告显示,81.48%的老年人认为自己有辨别互联网信息真假的能力,但实际调查发现仅有 62.34%的老年人会去核实信息的真假。相关平台在管理内容是否适合老年群体的同时,也要建立好针对于老年群体的信息筛选机制,通过算法机制来推送权威性高、易理解、真实的信息内容。将老年群体用户按照用户个人媒介使用习惯、用户画像和话题接受程度来分级推送,尽量确保处于不同媒介接受程度的老年群体能够获得满意的使用效果;也要建立有效的问题反馈机制,及时与老年群体沟通做出改变。

同时要打造老年群体使用网络媒介的“绿色模式”，在游戏化的叙事过程之避免老年群体过度沉迷于虚拟世界，在网络游戏、短视频、交友平台打造老年群体专属模式，打造更符合老年群体使用习惯的平台。相关网络平台经过实名认证，根据不同年龄段的老年群体限制使用时间，对于老年群体过度使用媒介的问题进行限制。在线上平台打造老年群体所适用平台的同时，线下也可以设立相关帮扶渠道来帮助老年群体更好的掌握平台的使用。

中国老龄协会老年人才信息中心主导建设的国家老龄服务平台于 2023 年 6 月上线，平台聚焦老年群体的政务服务、健康服务、就医购药、生活便利等场景，解决以往老年人办事渠道复杂，资讯信息繁杂等问题，实现惠老服务的“一网通办”。国家老龄平台的成功建立可以让我们初窥老年群体的专有平台建立的模式，游戏化的老年叙事同样要将老年群体的主体地位确立好，真正的从老年群体的身体状态、思维习惯及社交游戏化需求出发，不一味追求表面设计的完善，将老年受众实际需要的内容做好才是关键。打造日常生活服务、社交娱乐服务、医疗出行等功能相结合的平台，为老年群体构建一站式的网络平台。

5.3.3 构建完善的传播体系

在积极老龄化所倡导的内容中，“健康”“参与”“保障”是三个需要坚守的概念维度。智能媒体时代，各类数据已经明确显示老年群体具有主动接入互联网、积极参与数字媒介活动、在网络平台展现自我的需求和意愿。

1 号访谈对象提到，“网络要想更好地服务于老年群体，要按老年群体的需求设计软件，也要让更多的老年人学习安全知识。”

而完善的老年传播体系是必要的，最重要的就是政府需要加强顶层设计，发挥出带头作用。通过相应的政策支持相关企业、平台进行适老化改造，鼓励传媒公司、游戏公司重视老年群体这一蓝海市场；加大力度宣传老年游戏化叙事的益处，形成良好的舆论环境；引导更多的非老年群体加入积极老龄化事业，加大相关人才的培养力度；改变老年群体的抵触观念，增强老年群体对于接入网络的参与意愿，鼓励老年群体创作、发布内容，刻画新时代的老年群体画像。

相关媒介要带头重塑老年群体的媒介形象，将以往错误、负面、片面的刻板印象逐渐消除，承担起促进数字包容型社会的社会责任，构建适合各类老人的传播体系。将游戏化思维逐渐融入老年群体日常的自我表达之中，老年群体能够更

好的表达自我，将之前独属于老年群体的内容，向舒适圈之外扩散。习近平总书记曾提出要将老年人的积极作用发挥出来，老年群体所发布的包含自身经验、处世观念、对其他群体建议的内容有极大的价值。

9号访谈对象提到自己会关注老年群体发布的内容，“我可以从中了解到他们的生活状态、兴趣爱好，这有助于我更好地理解老年群体。”

非老年群体也因此能够驻足理解老年群体真实的形象，从而改变刻板观念，从老年群体发布的内容之中得到生活的启发。

在政府和传媒企业的促进之下，社区和家庭这两个离老年群体最近的助力更是关键所在，构建政府主导、多个助力共同参与的老年群体数字帮扶体系是必要的。老年群体步入数字化的进程已然开始，为避免老年群体被代际数字鸿沟所割裂。应构建人才培养、社区、家庭三方合力的助力模式，助力老年群体更好的使用媒介。社区应引入高校、媒介等渠道的人才，为老年群体开展一对一、一对多的帮扶，提升老年群体的媒介技能，鼓励他们多使用、发布内容在网络平台中；在家庭内部子代应注重耐心教学与陪伴成长，以一种长期的、逐渐渗透的形式进行数字反哺，帮助老年群体顺利拥抱新技术。

第六章 展望：大众传播游戏理论下老年游戏化叙事理想可行性模式

6.1 游戏化的叙事设计

6.1.1 老年游戏化叙事分层级接受

智能媒体时代，部分老年群体先一步迈入了数字化生活，这些老年群体对于新媒体的应用接受良好，在满足基础性的熟人关系维系和外界信息获取之后，们逐渐在网络平台中发表自己的意见，构建属于自己的网络形象。“银发网红”的出现也印证老年群体开始利用新媒介开拓了自我实现的渠道，让其他群体从老年群体本人的展现中意识到他们的真实生活形象，他们也以独特的风格收揽众多不同年龄段的粉丝关注。对于已经接受并使用新媒介的老年群体，“银发网红”被大众接受良好的现象极大的肯定了老年群体使用媒介的行为，更多的鼓舞他们继续使用媒介；对于目前仍游离在数字化生活之外、对于新媒介持观望态度的老年群体，也产生了一定的推动作用。

1号访谈对象谈到之后也会分享自己的生活内容，“我现在还没有上传自己制作的内容，但我看到越来越多的老年朋友在网上分享他们的生活点滴、才艺展示。也许有一天，我也会鼓起勇气晒出我的象棋战果。”

互联网很好的提升了老年群体适应社会发展的水平，老年群体使用网络的意愿不断增强，也使得老年群体拥有更多的了解、学习、使用互联网的途径。^①老年群体与非老年群体之间进行友好交流的过程，能够形成一个良好的老年叙事氛围，这种氛围会逐渐扩大辐射到更多的老年群体。

1号访谈对象认为与年轻群体交流是十分有益的，“虽然语言风格和话题可能与年轻一代有些差异，但通过网络我能够理解他们喜欢的事物，也可以分享我的经验和智慧，这种跨代沟通很有意义。”

也会有越来越多的老年群体主动去接触使用新媒体，期望实现自我实现的需求，通过更多的老年群体融入数字生活，代际数字鸿沟消弭指日可待。

在杜鹏与罗叶圣的研究从使用差异视角构建了一个包含5种老年人互联网使用类型的层次模型，分别是全面型、社交-文娱型、社交-新闻型、社交型和无

^①倪晨旭,王震.互联网使用对老年人社会隔离的影响[J].人口学刊,2022,44(03):59-72.

实用型。媒介用户学认为这个层次模型同样适用于老年群体探索使用互联网的转变模式。^①

因而,游戏化的老年叙事对于不同新媒介接受程度阶段的老年群体不能混为一谈,要尊重不同老年群体使用媒介的差异。不同接受阶段的老年群体应该按照接受能力、接受需求分出相应适合的层级,从易到难逐级递增。

6.1.2 自主选择数字断联的可能

数字断联从狭义上解释是个体在过度连接媒介之后主动寻求回避的控制措施,学界将断联行为看作是一种赋权和抵抗,在个人时间不断被侵蚀、过于碎片化的趋势之中,“断联”“反连接”已成为人们反思的方向。断联行为也不再被看作是“离经叛道”的行为,而是个体在社会媒介化的过程中能够行使的正当权力。

老年群体的数字断联可以从两个维度来解释,一是被动的数字断联,也就是老年数字鸿沟产生的原因;二是主动的数字断联,难以适应生活在巨大的信息化浪潮中,老年群体主动去割离自身与新媒体的距离。被动的数字断联是在智能媒体技术发展的过程中,老年群体因为身体、心理或理解力因素的影响难以跟上技术发展的速度而被技术隔绝在信息孤岛之中。而主动的数字断联是指老年群体在感受接触使用新媒介的过程中,因不适应信息爆炸、虚假新闻、电信诈骗等因素,在保证正常的信息获取之后,拒绝过多使用新媒体。

1号访谈对象提到自己的朋友拒绝接触网络的原因,“周围的确有一些老伙
伴对网络不太喜欢,担心被骗,或者觉得眼睛不好使,盯着屏幕久了不舒服。他们更倾向于传统的报纸、电视获取信息,或者是面对面的交流方式。”

智能媒体技术和移动互联网的大量普及,在稳定加强人与人之间、物与物之间、人与物之间信息的相互联系,为现代生活的方便与快捷提供了强大的基础,但与此同时也将人们的生活割裂。信息社会期望个人能够处于“永远在线”的状态,而这已成为现代人的沉重负担。而逐渐接入互联网的老年群体也不可避免,甚至老年群体数字沉迷的数量在逐渐增加。彭兰教授在《连接与反连接:互联网法则的摇摆》中提出“互联网产品都在致力于‘连接’而带来的过度连接时,或

^①杜鹏,罗叶圣.互联网使用能够提升老年人的社会适应水平吗?——基于使用差异视角的考察[J].人口研究,2023,47(06):3-20.

许一种新的互联网法则正在形成，那就是一定情境下的‘反连接’（anti-connection）”。^①

在老年游戏化叙事设计的过程中，允许老年群体自主选择数字断联的方式是值得留意的。在使用游戏化思维促进老年群体表达真实自我的同时，也要尊重老年群体主观上选择数字断联的可能性，给老年群体提供“非数字化”的替代选项，这也是对于老年群体的新型数字赋权。

6.1.3 复媒体视角下的平台摇摆

我国的电视媒介逐渐开始展现老年群体的新形象，这种年轻态的老年群体形象被更多的人了解。^②拥抱新时代的老年群体开始把真实的自我呈现在网络平台之中，将以往缺失、消极、固化的社会形象状况逐渐扭转。这种正向的行为也反映出老年群体的参与意愿，非老年群体会肯定符合自身期望的内容，得到正向反馈的老年群体会在更多功能不同的网络平台发布蕴含日常生活、人生经验等方面的内容，从而老年群体使用媒介的范围实现从强关系链接的通讯软件到弱关系链接的信息交流平台和社交娱乐平台的扩散。

美国学者杰伊·博尔特等在《再中介化：理解新媒体》一书中从结构主义的视角提出“再中介化”的概念，认为新媒介的出现重塑了旧媒介，即新媒介对旧媒介的进行新行政和、转化的过程，这种重塑方式更趋向于营造出拟真化和临场感体验。^③而这也跟保罗·莱文森提出的媒介进化论相契合，新媒介在发展过程中并不与旧媒介割裂，而是在旧媒介的基础上补充净化的，新媒体就从本质上来说是对现有媒介的补充。而老年群体的媒介使用情况随着媒体技术的不断发展和使用的增长而熟练，对于普通通讯平台的掌握呈现“成熟化”趋势的同时，老年群体对于娱乐化、社交化的网络平台的期望程度也呈现出快速上升趋势。

而老年游戏化叙事模式的出现在广大老年群体迫切的娱乐、社交、游戏化需求之中应运而生，在老年群体处于适应各类网络平台、选择适合自己的网络平台的时期。网络平台的运营者应抓住这一需求，按照老年群体能够接受的游戏化叙事需求，根据不同平台的内容特性、叙事特点改变相应的符合老年群体游戏化需求的叙事模式。在复媒体环境之中，老年群体在新平台出现和旧平台改造的摇摆

①彭兰.连接与反连接:互联网法则的摇摆[J].国际新闻界,2019,41(02):20-37.

②彭爱萍.积极老龄化视域下电视综艺节目对老年人形象的建构——以东方卫视《花样新世界》节目为例[J].当代电视,2020,(03):70-73.

③张茜,靖博文.复媒体环境下社交媒体用户的平台摇摆行为研究[J].全媒体探索,2023,(11):128-130.

使用之中不断摸索着最适合自己的网络平台和游戏化叙事模式，紧抓老年群体的核心需求是构建老年游戏化叙事的重中之重。

6.2 游戏化的叙事主体

6.2.1 老年主体地位的巩固

智能媒体时代，老年群体被信息赋权改变的不仅仅是接触信息的渠道和数量，也从根本上提高了老年群体对于信息的自由选择权和掌握能力。相对于之前的被动接受媒介主动传递的信息，现在的老年群体的主动选择能力大大提升。因此，在信息传递的过程之中，老龄化传播是各媒介需要逐渐重视的社会现象，针对于老年群体的内容应更贴近老年群体的真实生活和真实需求。老年游戏化叙事模式的有效构建是紧抓老年群体的需求，不能一味追求最前端的技术和内容，将最适合老年群体使用习惯、最符合老年群体社交需求、游戏化需求的内容呈现出来。

2号访谈对象提到老年群体的网络需求，“尽量是有针对于老年群体而设计的相关的网络区域，这就有助于我们更好去使用这些平台，也能够更好去交朋友。”

在确认老年群体的主体地位之后，不能以运营者想象中的老年群体为主体，而是要用实地调查、市场调查、实际走近老年群体的方式，去理解、研究、获取老年群体真正需求的东西，而不是浮于表面的。在设计叙事模式的过程中，利用老年群体的积极参与数字生活的长远目标，分为容易实现的短期目标调动老年群体的习得积极性，使其产生强烈的求知欲，而短期目标的可实现性也能使老年群体得到正向反馈进一步加强老年群体的获得感，形成正向螺旋前进的进步模式。

在老年群体使用媒介习惯逐渐形成的过程中，也要尊重不同老年群体之间使用媒介熟悉度的差距，因年龄、地区、认知水平等因素的影响下，部分老年群体媒介使用进步会比较缓慢，而这种现象的出现可以构建老年群体同辈之间的互助小组，老年群体同辈相互带动进行教学交流，能起到一定的推动作用。

4号访谈对象认为部分老年群体使用媒介需要帮助，“老年人在网络中其实挺活跃的，大家都愿意分享自己的生活、交流经验。当然，也有一些不太熟悉网络操作的老人，需要更多的帮助和指导。”

增能理论提出弱势群体因无法保证生活能力、顺畅表达自我能力、他人合作能力、公共领域控制能力而处于弱势状态，要改变这种状态就需要保证对弱势群体的帮助和赋能等行为的发生。而要改善弱势群体的弱势状态，需要给予弱势群

体相应的积极正向权力。而互助小组的出现能够有效的促进媒介弱势老年群体学习使用媒介行为的进步，他们通过观察和学习能够打破老年群体不会、不适合使用媒介的错误观念，在同辈的进步中同步改善自己的媒介使用行为，形成良性循环。

6.2.2 老年群体的形象构建

媒介形象是公众对于大众传播媒介及在线事物的认知总和，^①是人在真实世界中的反映，在智能媒体时代媒介形象通常成为人们认识世界的必要选项。在老年游戏化叙事模式的构建中，最主要的是紧紧把握老年群体真实的形象构建。不论是旧媒介时代还是新媒介时代，老年群体在社会中的形象“污名化”一直存在，甚至随着新媒介技术的不断发展。非老年群体成为媒介中的主要发声人，老年群体的刻板印象愈演愈烈。而以老年群体为主体目标群体的老年游戏化叙事模式，应努力转变老年群体被“污名化”的社会现象。老年群体的形象构建主要可以分为两方面，从老年群体的角度，要帮助老年群体借助新媒介传递群体内部的声音，让老年群体自塑其形象；从非老年群体角度，借助更贴近他们的游戏化叙事来重塑老年群体的形象，使得他们愿意倾听老年群体的自述。

有部分研究者发现媒介对于老年群体的形象构建与大众对老年群体的认知是不同的，老年群体本身并不认可媒介展现的老年群体形象，而大众偏向于赞同。

^②

9号访谈对象认为老年网红的出现是一种很好的现象，“这赋予了老年人展现自我的平台，让老年群体不在成为边缘人群。我在短视频平台关注一些老年群体，通过他们分享的视频，来了解一些传统文化习俗，同时将他们的兴趣爱好、观点态度同频到与他们年纪相仿的家人身上，可以给我带来很多启发和乐趣。”

老年群体形象构建的困境最首要的就是缺乏老年群体为主要传播者的媒介，老年游戏化叙事可以更好的传递老年群体的形象自塑过程。“银发网红”的出现很好的诠释了老年群体参与网络自述的重要性，他们是老年群体中跨越老年数字鸿沟和勇于表达自我的“先锋队”，而“银发网红”获得高度关注更是展现出非老年群体对于情感需求和中华文化自始至终心理映射的必然结果。多数获得高度关注的“银发网红”都是健康、乐观且积极向上的形象，而这正是其他群体心中

^①宣宝剑. 媒介形象 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2009:23.

^②张荣花.我国都市报中老年人媒介形象研究浅析[J].科技资讯,2015,13(13):227.

理想化的老年形象，“银发网红”也成为了他们的心理投射。这不仅影响到老年人的自我认知和自我发展，也影响着整个社会对待老年人的态度和行为以及社会公众的“老年观”。^①但与此同时，老年游戏化叙事模式也要注意部分老年群体融入数字化的困境问题，为还未熟练掌握新媒介的老年群体分层级服务。

6.3 游戏化的叙事内容

6.3.1 麦克卢汉：“游戏”即人的延伸

宾夕法尼亚大学副教授凯文·韦巴赫在《游戏化思维》中将游戏化定义为“在非游戏的情境中使用游戏元素以及游戏设计的技术”，以提高用户参与度、黏度和忠诚度。^②游戏化叙事是指以游戏化的思维引进叙事过程，受众和游戏化元素需要互动形成最终结局，区别于直接以游戏进程为叙事的电子游戏。^③

麦克卢汉在《理解媒介》中提到“游戏是个人和群体的延伸，它会重构个人和群体还未开始延伸的部分。”^④游戏首先是人们感官的延伸，游戏化的老年叙事模式同样是在延伸老年群体的感官。老年群体身体机能的下降导致其感官灵敏度下滑，而老年群体主动参与使用媒介的行为就是延伸的过程。在游戏化的叙事过程中，老年群体的视觉、听觉甚至是触觉都被调动，形成复杂的互动模式，从而满足老年群体的情感、心理和游戏等需求。

8号访谈对象认为游戏化融入老年叙事是有优势的，“它可以帮助老年人活跃思维，甚至是辅助一些疾病的治疗等，还可以弥补一部分子女对老人的陪伴缺失。”

其次游戏是现实社会的延伸，游戏化的老年叙事模式对于现实社会来说也是一种近距离理解老年群体真实形象的渠道，游戏化的行为究其根本是现实社会的投射，在一定程度上能够反映现实社会。老年群体使用游戏化的叙事模式表达自我、发展问题、展现问题，以获得及时的反馈与解决，形成一种社会各界与老年群体能够有效沟通的新渠道。再次，游戏是人们思想、情感、欲望、想象的延伸，老年群体随着年龄的增长，身体素质逐渐难以支撑老年群体参与远距离和长时间的社交活动，而在游戏化的老年叙事中，老年群体能够跨越时空距离维系熟人关

①贺建平,赵珊.他知与自知:多元无知理论视角下的老年人媒介形象[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2022,34(02):140-149.

②李珊珊,汤晓颖.游戏化叙事在文化传播类H5中的设计研究[J].传媒论坛,2023,6(06):74-76.

③李珊珊,汤晓颖.游戏化叙事在文化传播类H5中的设计研究[J].传媒论坛,2023,6(06):74-76.

④麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸.译林出版社.2011.07.

系，探索陌生人社交，从而满足自身的社交娱乐需求。最后，游戏的延伸更是对现实人生、现实社会的拓展和扩张。

6号访谈对象认为，“老年群体能使用网络媒介是一种比较好的行为，该行为能拓宽老年人的生活，也更容易让其他群体更多的关注到老年群体。”

游戏化的老年叙事将老年群体作为叙事主体，与以往的数字原住民作为主体的各种媒介不同，将游戏化思维融进老年群体的媒介使用习惯之中，以老年群体接触新表达方式和非老年群体接受其表达内容为纽带，从而构建积极老龄化倡导之下的年龄友好型信息社会。

6.3.2 游戏促进老年群体的学习

随着年龄的上涨，老年群体所面临的最大问题就是健康问题，而老年群体认知水平的衰退最影响老年群体独立生活的能力。2021年中国社科院发布的《后疫情时代的互联网适老化研究》中提到，疫情期间老年人的信息娱乐能力大幅提升，超过90%的受访老年人会上网看视频，且有23.23%的受访老年人会玩手机游戏。^①爱丁堡大学的心理学家对1000多名70岁的老年人进行了记忆、解决问题能力、思维的速度与能力等方面的测试。参与者一直到79岁的时间里，每三年参与一次同样的测试。这次测试的最终结果显示爱玩游戏的老年人在记忆功能和思维速度等方面明显好于其他同龄人。而且已有研究表明，游戏训练能够改善老年群体的工作记忆、任务转换能力和视觉注意力等能力。

1号访谈对象认为老年群体并非不能接受具有游戏化思维的内容，“有些健康类APP采用了积分奖励机制鼓励用户坚持运动，我就觉得很有趣也很激励人。只要设计得当，易于理解和操作，我们老年人同样可以在轻松愉快中参与其中。”

乐龄游戏的出现是顺应WHO积极老龄化倡议的实际成果，乐龄游戏为老年群体的精神需求提供了满足的方式，它包含心理学、人机交互、情感弥补等因素支持，从最普通的文字游戏到高端科技的技术运用。乐龄游戏的初步成功也使得它逐渐进军银发产业中有发展前景的部分，实际实施了老年人“健康、参与、保障”的目标。乐龄游戏将“乐龄”看作贯彻始终的理念，老年群体自愿参与为条件，将老年群体放在主体地位，致力于服务和保障老年群体精神部分的需求，鼓励老年群体在游戏化中找到重新认识自我，实现自我新价值。本文所讨论的老年

^①澎湃新闻.适老化改造要先懂老,社科院新报告阐释老年人的“数字分层”[EB/OL].(2021-09-30)[2022-03-02].

游戏化叙事与乐龄游戏的理念不谋而合，游戏化的老年叙事模式能够给老年群体提供展现自我真实生活的渠道，这种渠道可以更符合智能媒体时代的期望，也更符合非老年群体的浏览习惯和兴趣，将游戏化思维融入老年群体的网络生活是有价值的。

6.4 游戏化的叙事场景

6.4.1 接入设备是硬件基础

习近平总书记指出：“数字技术正以新理念、新业态、新模式全面融入人类经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域和全过程，给人类生产生活带来广泛而深刻的影响。”智能媒体时代，数字技术的高速发展与创新在便利大部分公众生活的同时，也造成了数字弱势群体生活的困难。老年群体因为身体、经济、认知等因素的制约，不但被数字化生活隔绝，还让其与社会脱节，成为数字弱势群体。^①在积极老龄化社会倡议成为大趋势以及同辈之中“银发网红”成功融入新媒介时代的带头作用，二者相结合的趋势之下，老年群体接入互联网的意愿逐渐增强。老年群体接入互联网首先面对的就是接入困境，而接入困境主要分为硬件、网络和信息接入的困难。移动设备作为老年群体接入互联网的硬件基础是极其重要的，部分老年群体因经济和认知等因素导致设备的缺失，因此接入网络失败。根据第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，农村地区互联网普及率为60.5%，较城市地区少24.6个百分点，^②城乡互联网普及程度的差距也是互联网络接入困难的重要问题。而信息接入困难即老年群体自身对于互联网的旧观念和心理因素等原因没有接入互联网，也反映了部分老年群体在接入互联网的过程中有一定的理解偏差。

而老年游戏化叙事发展的基础就是老年群体能够接入互联网并根据自主意愿接触互联网，才能更进一步的完成老年群体满足自身精神需求，实现表达自我的期望。

6.4.2 社交媒体是传播基础

在积极老龄化成为新时代的社会趋势，解决了老年群体接入网络的难题之后，老年群体日益增长的精神层面的需求不断扩大。据中国互联网信息中心 CNNIC

^①马琪,杨薇,廖舫仪.数字治理时代老年人数字融入困境形成机理研究[J].北大政治学评论,2021,(01):153-177.

^②CNNIC.第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2023 年 6 月,互联网普及率达 76.4%,^①我国数字基础设施进一步加快,数字资源应用不断丰富,用网环境持续优化。数字化浪潮和老龄化浪潮并行而至,2023 年 8 月 50 岁以上的网民已占比 29.9%,我国老年人口的互联网普及率迅速上升。随着互联网的普及范围在老年群体中高速增长,老年群体对于使用互联网满足娱乐社交、交流兴趣、展现自我等需求的期望远超从前。

88 岁的杨保廷是泉州市的一名退休老刑警,退休以后逐渐开始使用微博与网友沟通,帮助网民咨询解决立案、诉讼等相关问题。随着关注人数的逐渐增多,影响力日益增强,他的个人微博也因此成为泉州警队的宣传口,引起了单位与同行的关注。他被聘为泉州市反电信网络诈骗公益大使,同时也成为泉州市委网信办、市公安局、鲤城公安分局的网情民意观察员。“老警察”也借助网络媒体技术发展的东风,实现了新时代的自我价值,站在了时代的“潮头”。老年群体逐渐在社交媒体占有一席之地,能够发出带有时代经验、个人特色的声音是值得维护的,这对于老年群体。在全社会都在倡导积极老龄化发展的时刻,社交媒体作为新媒介应当顺应趋势完成真正为老年群体着想的、真正为老年群体解决实际困扰的新时代社交媒体。

构建适老化的社交媒体更是老年游戏化叙事模式更好发展的前提,为老年群体发出声音提供了更全面的平台。而社交媒体除了简单的适老化改造,也应该从实际出发推动研发能够鼓励老年群体的激励机制,让先习惯使用社交媒体的老年群体带动还未进入互联网的老年群体。朋友亲人的带动,会使得老年群体在使用社交媒体的过程中加速前进。^②不只是让“银发网红”来为老年群体发声,也要允许、尊重、促进更多普通的老年群体发表自己日常的生活,以实现老年群体的心理诉求,做到全部的积极老龄化。

6.4.3 大数据是信息基础

智能媒体时代,高速发展的科技给当代人类带来福祉的同时也带来了挑战,在现代人数字化生存的过程中,大数据算法机制成为各类媒介争相发展的技术。虽然算法传播已然成为新媒介最为推崇的传播方式,应运而生的算法机制更加符

^①CNNIC.第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.

^②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(06):26-36.

合当代人的媒介使用习惯，为用户提供个性化的信息推荐，大大节省了用户自发搜索目标信息的成本。对于老年游戏化叙事模式来说，大数据算法机制能捕捉老年群体真实的媒介使用习惯，通过老年群体日常使用各模块的频率、对老年用户设置有激励机制的线上调查问卷、对使用频率高的老年用户进行小范围创新测试等方式，对于老年游戏化叙事模式的更新和创新有极大的正向意义。其次，大数据算法机制要对形成网络文化霸权、信息茧房等问题保持警惕，算法机制对于个性化服务是有目共睹的。而这也证明了算法机制更可以通过加强内容的多样性来打破信息茧房等问题的形成，老年游戏化叙事模式可以基于老年群体的兴趣适量推送其他方面的内容，有意识的改变老年叙事无法“入圈”“出圈”的困境，有望逐渐整合老年群体内部地区、年龄、知识水平、认知能力等因素而形成的媒介素养差异，以及老年群体与非老年群体之间数字媒介使用能力差异。

海德格尔认为人操控技术，“技术是时代的座驾，然而能够驾驭技术从而影响时代进程的，永远是具有主体意识的人。”老年游戏化叙事模式要以人为本，不是一味地让大数据引领老年群体的思维，而是要让老年群体成为大数据的“主人”，让技术为老年群体所用。而这也需要社会各界的共同努力，为老年群体寻求更适合他们的游戏化叙事模式，也是在为非老年群体的未来考虑。“数字利维坦”的出现，每一个个体都可能成为数字难民，目前能够熟练应用媒介技术的人也不例外。^①新数字难民是指能够接触使用数字媒介，但缺乏应对能力的用户。^②随着数字技术的不断发展，数字原住民也可能被新技术而忽略，成为新数字难民，因此研究老年群体的游戏化叙事也是未来必要的发展趋势。

^①颜昌武,叶倩恩.现代化视角下的数字难民：一个批判性审视[J].学术研究,2022,(02):51-58+177.

^②郭小良,王含章.从接触到使用：算法视阈下的农村新数字难民[J].当代传播,2022,(04):59-62.

结 语

在老龄化进程不断加剧的同时,高速发展的智能媒体技术伴随着数字化浪潮席卷而来。数字化生存的便捷性使得数字化方式已经成为现代人不可或缺的生存方式,而传统意义上的老年群体,是难以及时跟上数字化生活的转变,以致于在数字化浪潮当中成为一座座信息孤岛。但事实并非如此,随着积极老龄化政策的实施以及老年群体的自我觉醒,老年群体不再是被迫接受信息的“数字难民”,他们也在逐渐显露出参与网络的意愿以及丰富精神生活的迫切需求,老年群体在数字包容的趋势中主动拥抱数字化生活。本研究采用大众传播游戏理论的视角,将游戏化思维融入进老年叙事之中,分析了大众传播游戏理论视角下的老年游戏化叙事的问题和其在个体、群体、社会三个层面的发展趋势与路径,最后展望游戏化的老年叙事设计、叙事主体、叙事内容以及叙事场景的理想模式。

研究发现,虽然老年群体随着其参与网络意愿的增强,逐渐掌握了在网络平台之中表达自我的叙事模式,游戏化思维也更能够帮助老年群体接受并使用老年叙事。但从根本上来说老年群体的媒介素养仍然需要进一步加强,部分老年群体使用媒介的习惯还与从前相同,对网络信息的真假难以分辨,从而影响老年群体的主体话语权,导致其失去接触网络的信心,更难以听到老年群体的声音,更难以重塑老年群体媒介形象。

老年群体的游戏化叙事不仅从个体层面帮助老年群体成功老化、积极老化,使其老有所为、老有所用,更是为非老年群体提供了一种想象自身老化进程的方式。还从群体层面拓展了老年群体的人际关系,修复了老与非老群体的代际关系。更是从社会层面构建了对老年群体有好的舆论环境、老年受众所需的内容及平台以及完善的老年传播体系。

因此,老年游戏化叙事理想化可行性模式的探索是必要的。一是老年游戏化叙事的设计,需要有不同接受程度的层级区别,赋予老年群体选择数字断联的权力,也允许其选择适合自己需求的媒介平台。二是老年游戏化的叙事主体,要巩固老年群体的主体地位,真实建构老年群体的媒介形象,鼓励其展现真实的自我。三是老年游戏化的叙事内容,游戏可以成为老年群体感官的延伸,乐龄游戏能够帮助老年群体更好的生活,而游戏化的叙事更是老年群体声音的延伸。四是游戏

化的叙事场景，社交媒体帮助更多的老年群体满足精神需求，号召更多的老年群体加入网络，而大数据更是这些信息得以成功交流的基础。

本次研究仍存在一定的不足，首先是在深度访谈的设计中考虑到了样本的广泛性，但具体实施之中仍是多以滚雪球抽样的方式，在访谈对象的选取上有一定的局限。其次是本次研究多以理论视角来探究老年游戏化叙事，是比较宏观的研究，在之后的研究中还可以选择更加微观的角度进行探究。

参考文献

- [1].Maslow, A. H.. Religions, values, and peak experiences.. New York: Penguin. (Original work published 1966). 1970.
- [2].Manheimer, R. J.,”A map to the end of time: Wayfaring with friends and philosophers”, 1999, NY: Norton &Company.
- [3].Amanda Hunsaker,Eszter Hargittai.(2018).A review of Internet use among older adults. *new media & society*,20(10), 3937-3954.
- [4].Harwood,J.,“Understanding communication and aging: Developing knowledge and awareness”, 2007, CA: Sa.
- [5].Kenyon, G. M., “Guided autobiography: In search of ordinary wisdom” .In Rowles, G. D., & Schoenberg, N. E. (Eds.) .*Qualitative gerontology: A contemporary perspective (2ndEd.)* ., 2002, NY:Springer, P.38.
- [6].NussbaumJ.F, &Coupland, J.(Eds.), “Handbook of communication and aging research” , 1995, NJ: Lawrence Erlbaum Associations.
- [7].Paul Levinson. Evolution and Rationality as Checks on Media Determinism. In S. Thomas[J]. *Studies in Mass Communication and Technology*.231.
- [8].Ronald W. Berkowsky. (2018). Factors Predicting Decisions About Technology Adoption Among Older Adults.*Innovation in Aging*,1,1–12.
- [9].[德]康德.判断力批判[M]., 邓晓芒译.北京: 人民出版社, 2002.第 147 页.
- [10].[荷]约翰·赫伊津哈. 游戏的人[M]. 何道宽, 译.广州: 花城出版社, 2007: 76.
- [11].[美]斯蒂芬逊.大众传播的游戏理论[M].芝加哥: 芝加哥大学出版社, 1967. 第 134 页.
- [12].[美]尼古拉·尼葛洛庞帝.数字化生存[M],胡泳、范海燕,译,海南: 海南出版社, 1997:11.
- [13].[荷]约翰·赫伊津哈. 游戏的人[M]. 广州: 花城出版社, 2007.
- [14].[美]施拉姆(W.Schramm), 波特(W.E.Porter) 著; 陈亮等译. 传播学概论[M]. 北京: 新华出版社, 1984.09.
- [15].麦克卢汉. 理解媒介:论人的延伸.译林出版社.2011.07.

- [16].[美]凯瑟琳·伊斯比斯特《游戏情感设计：如何触动玩家的心灵》[M].叶劲峰译.北京：电子工业出版社.
- [17].[美]席勒.《美育书简》徐恒醇译.北京：中国文联出版公司,1984,第94页.
- [18].刘海龙.传播游戏理论再思考.[M].北京：经济日报出版社,2008..198-208.
- [19].罗钢：《叙事学导论》，云南：云南人民出版社,1999年,第2页.
- [20].胡正荣,段鹏,张磊.传播学总论[M].北京:清华大学出版社.2008-10-01.
- [21].何威,刘梦霏.游戏研究读本.[M].华东师范大学出版社.2020.11.
- [22].喻国明,杨颖兮.参与、沉浸、反馈:盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J].中国出版,2018(08):16-22.
- [23].彭兰.连接与反连接:互联网法则的摇摆[J].国际新闻界,2019,41(02):20-37.
- [24].彭兰.老年传播中的“破壁”[J].新闻与写作,2021(03):1.
- [25].蔡琰、臧国仁.《老人传播研究之回顾与展望——以“老人传播研究群”为例》，《西南民族大学学报（人文社科版）》，2007年第1期，第148-151页.
- [26].周裕琼,谢奋.从老年传播到老龄化传播：一个边缘研究领域的主流化想象[J].新闻与写作,2021(03):30-37.
- [27].隋岩,常启云.社会化媒体传播中的主体性崛起与群体性认同[J].新闻记者,2016(02):48-53.
- [28].蒋晓丽,贾瑞琪.游戏化:正在凸显的传播基因——以媒介演进的人性化趋势理论为视角[J].中国编辑,2017(08):8-13.
- [29].柯泽.斯蒂芬逊传播游戏理论的思想史背景[J].新闻大学,2017(03):107-113+121+151-152.
- [30].郭小良,王含章.从接触到使用：算法视阈下的农村新数字难民[J].当代传播,2022,(04):59-62.
- [31].陈洁雯,胡翼青.从斯蒂芬森出发:传播游戏理论的新进展[J].新闻春秋,2019(06):82-88.
- [32].王亿本.中国老人传播研究二十年(1990—2010)发展状况述评[J].编辑之友,2011(07):37-40.
- [33].李洪心,李巍.“银发一族”成为网络达人有可能么?——基于老年电子商务现状及问题的探析[J].兰州学刊,2012(09):81-84.

- [34].马琪,杨薇,廖舫仪.数字治理时代老年人数字融入困境形成机理研究[J].北大政治学评论,2021(01):153-177.
- [35].杜鹏,韩文婷.互联网与老年生活:挑战与机遇[J].人口研究,2021,45(03):3-16.
- [36].刘海明,马晓晴.断裂与弥合:“银发数字鸿沟”与人本主义伦理建构[J].新闻爱好者,2021(03):18-22.
- [37].陆正兰,李俊欣.从“理性的人”到“游戏的人”:游戏的意义理论研究[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2020,53(05):59-65.
- [38].赵晓玲.智能媒体时代“数字难民”的生存现状研究[J].采写编,2023(02):100-102.
- [39].李珊珊,汤晓颖.游戏化叙事在文化传播类H5中的设计研究[J].传媒论坛,2023,6(06):74-76.
- [40].许苗.数字时代下老龄群体的“非物质劳动”研究[J].今传媒,2023,31(08):37-40.
- [41].邵婉霞.情感传播视域下老年人数字沉迷与消解路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2023,43(11):150-157+187.
- [42].张永红,邓晓.智能传播时代泛娱乐主义衍生的意识形态风险与化解[J].理论导刊,2023,(11):56-61.
- [43].潘曙雅,李骞,杨钰晴等.老年人为何回避微信健康信息?基于信息质量和信息过载等影响因素的研究[J].新闻春秋,2023,(03):33-42.
- [44].王朝阳,宋雅诗.脱离、边缘化和依赖:一项老年群体和中国互联网关系的传播社会学考察[J].传播创新研究,2022,(01):188-205+238-239.
- [45].盖龙涛.手机媒介惠老发展探究:基于中老年用户的使用行为调查[J].老龄科学研究,2018,6(04):69-80.
- [46].张杰,郭超.“自己人”还是“自家人”?——一项关系传播的本土研究[J].新闻与传播研究,2019,26(03):28-50+127.
- [47].杨菊华.长老权力与时势权力的消长:数字时代的代际关系[J].学术月刊,2022,54(11):121-133.
- [48].丁开杰.消除数字鸿沟:社会融合视角[J].当代世界与社会主义,2009,(03):159-162.

- [49].倪晨旭,王震.互联网使用对老年人社会隔离的影响[J].人口学刊,2022,44(03):59-72.
- [50].杜鹏,罗叶圣.互联网使用能够提升老年人的社会适应水平吗?——基于使用差异视角的考察[J].人口研究,2023,47(06):3-20.
- [51].彭爱萍.积极老龄化视域下电视综艺节目对老年人形象的建构——以东方卫视《花样新世界》节目为例[J].当代电视,2020,(03):70-73.
- [52].张茜,靖博文.复媒体环境下社交媒体用户的平台摇摆行为研究[J].全媒体探索,2023,(11):128-130.
- [53].张荣花.我国都市报中老年人媒介形象研究浅析[J].科技资讯,2015,13(13):227.
- [54].贺建平,赵珊.他知与自知:多元无知理论视角下的老年人媒介形象[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2022,34(02):140-149.
- [55].李珊珊,汤晓颖.游戏化叙事在文化传播类H5中的设计研究[J].传媒论坛,2023,6(06):74-76.
- [56].马琪,杨薇,廖航仪.数字治理时代老年人数字融入困境形成机理研究[J].北大政治学评论,2021,(01):153-177.
- [57].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(06):26-36.
- [58].颜昌武,叶倩恩.现代化视角下的数字难民:一个批判性审视[J].学术研究,2022,(02):51-58+177.
- [59].陈功.保罗·莱文森的人性化趋势媒介进化理论.湖南科技大学学报(社会科学版),2016(1):178-184.
- [60].陈新宇.寻找自我[D].北京:清华大学,2011:54-56.
- [61].李颖彦.“复媒体”环境下中老年用户的社交型构与形象自塑[D].暨南大学,2020.
- [62].王增.大众传播游戏理论视角下的新闻娱乐化现象研究[D].辽宁大学,2012.
- [63].刘燕龙.大众传播游戏理论视角下的新闻游戏研究[D].河北大学,2017.
- [64].宗益祥.作为游戏的传播——威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究[D].西南政法大学,2014.
- [65].李冬雪.大众传播游戏理论视域下B站互动视频用户行为探究[D].南昌大学,2022.

- [66].王润秋.大众传播游戏理论视角下的 B 站鬼畜视频研究[D].广西大学,2017.
- [67].詹慧珍.高龄者参与故事叙说活动历程之研究[D].中正大学,2009 年.
- [68].CNNIC.第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].中共中央网络安全和信息化委员会办公室.
- [69].任泽平:中国老龄化研究报告[EB/OL]. <https://caoss.org.cn/UploadFile/pic/20229281791192316.pdf>.
- [70].新华网.比年轻人还上瘾?“网瘾老年”怎么办?[EB/OL].(2021-05-20).
- [71].央视网.网瘾老年们,谈起了赛博“恋爱”[EB/OL].(2023-09-20).
- [72].前瞻经济学人.老龄化碰撞数字化:“银发网红”——新时代退休生活传播文化洞察.[EB/OL].(2021-07-27).
- [73].撸串地理.抖音是否促进更健康的理化模式?中国“老年网红”的案例研究.[EB/OL].(2022-06-28).
- [74].传播将新传考研.银色数字鸿沟?老年传播必考的专题知识.[EB/OL].(2021-11-19).
- [75].澎湃新闻.适老化改造要先懂老,社科院新报告阐释老年人的“数字分层”[EB/OL].(2021-09-30)[2022-03-02].
- [76].工信微报, <https://mp.weixin.qq.com/s/glnh12JBpjqpahT9LVVEMg>, 2023 年 7 月 19 日.
- [77].周裕琼:《网络时代,如何帮助老年人适应“数字化生活”》,光明日报,2020 年 10 月 23 日.

附录

附录一：调查问卷

关于游戏化与老年叙事模式融合大众接受程度调查问卷

尊敬的先生/女士：

您好！

我是一名新闻与传播专业的学生，由于毕业论文需要获得一定的数据支持，在此诚挚的邀请您参与本次问卷调查，以了解当下老年群体和非老年群体对于游戏化与老年叙事模式相融合的看法。本次问卷仅出于学术研究的需要，采用匿名填写的形式，绝对不会透露您的任何信息，请您按照自身的真实情况进行填写。非常感谢您的配合，祝您身体健康！

【填写说明】

老年叙事模式是指老年群体在参与网络生活时，通过使用智能媒体技术所运用的一套技巧流程以及文字手段等渠道，以此满足其获取信息或者进行网络社交等需求的方式。游戏化是指将游戏元素、游戏设计和游戏思维运用在非游戏场景之中的一种解决问题的方式。

1.您的性别[单选题]*：

男

女

2.您的文化程度[单选题]*：

研究生及以上

本科

大专

高中、中专

初中及以下

3.您的职业[单选题]*：

政府及相关事业单位

- 企业
- 科技、医疗卫生工作者
- 文化教育工作者
- 个体、私营业主
- 学生
- 其他__

4.您的年龄[单选题]*:

- 20岁及于以下（跳转到26题）
- 21-30岁（跳转到26题）
- 31-40岁（跳转到26题）
- 41-50岁（跳转到26题）
- 51-60岁（跳转到26题）
- 61-70岁
- 71-80岁
- 80岁以上

【针对于60岁以上老年群体】

5.您目前的居住情况[单选题]*:

- 独居
- 老年夫妇同住
- 与子女同住
- 与子女、孙辈同住
- 其他__

6.您目前的身体状况如何[单选题]*:

- 较好
- 良好
- 一般

不太好

很差

7.您在闲暇时一般喜欢做什么[多选题]*:

看电视

看书读报

玩手机

出门散步

有自己的业余爱好

其他__

8.您一般使用以下哪些媒介更多[单选题]*:

手机

电视

电脑

报纸

广播

其他__

9.您的手机是如何获得的[单选题]*:

自己购买

子女购买

子女的旧手机

买东西送的

其他__

10.您怎么看待手机对于自己生活的影响[单选题]*:

好，能够了解更多事物

一般，使用的不多

○没影响，有没有都可以

11.您能很熟练的使用手机吗[单选题]*:

- 很熟练
- 比较熟练
- 一般熟练
- 不怎么熟练
- 完全不熟练

12.您每日使用手机的时长在[单选题]*:

- 1 个小时以下
- 2-4 小时
- 5-6 小时
- 6 小时以上

13.您是如何学会使用手机的[单选题]*:

- 子女主动教学
- 自己向子女/他人求助
- 和朋友一同学习
- 自己上网查询
- 其他__

14.您在使用手机的过程中，适合老年群体观看的内容多吗[单选题]*:

- 比较多
- 一般
- 不太多
- 几乎没有

15.您在使用新媒介时会有看不懂的内容吗[单选题]*:

- 经常有
- 偶尔有
- 很少有
- 没有

16.您认为在新媒介不断兴起的当下，老年群体是否应该主动适应数字生活[单选题]*:

- 是
- 否

17.您对游戏化感兴趣吗[单选题]*:

- 是
- 否

18.您认为游戏化能够帮助老年群体接受、使用新媒介吗[单选题]*:

- 是
- 否

19.您认为游戏化融入老年叙事模式可能会带来哪些问题[多选题]*:

- 过于娱乐化，丧失信息本来的价值
- 老年群体过度使用，难以自拔
- 老年群体难以适应游戏化过重的模式
- 没有适应老年群体的主体需求，缺乏适老化
- 部分老年网红的出现，贩卖人设
- 其他__

20.您认为游戏化对于老年群体使用媒介有什么帮助[单选题]*:

- 更能融入年轻群体的生活
- 能够更轻松的获取信息

- 能够抵消技术难所带来的抵触心理
- 能够更熟练的运用媒介
- 能够主动表达自我，表达需求
- 促进老年群体在游戏中学习
- 能够构建老年群体的形象
- 可以向年轻群体传递生活经验
- 可以与其他人进行社交
- 其他__

21.您期待在网络社交平台之中表达自我吗[单选题]*:

- 非常愿意
- 比较愿意
- 一般愿意
- 不怎么愿意
- 非常不愿意

22.您怎么看待当下新媒介对于适老化的改造[单选题]*:

- 比较好
- 一般
- 不怎么样
- 不好
- 其他__

23.您会推荐身边的老年群体去使用新媒介吗[单选题]*:

- 是
- 否

24.您怎么看待老年网红的出现[单选题]*:

- 好，能够让老年群体表达自我声音

- 一般，有好有坏
- 不好，哗众取宠，不是真正的老年群体日常生活

25.您怎么看待游戏化对于老年叙事的影响[填空题]*:

【针对年轻群体】

26.您怎么看待老年群体的游戏化需求[单选题]*:

- 理解，老年群体也有游戏化需求
- 不理解，老年群体对于游戏化的掌握不足
- 其他__

27.您认为当自己年老之后能够跟上新兴媒介的趋势吗[单选题]*:

- 肯定可以
- 应该可以
- 也许可以
- 不太可以
- 不可以

28.您在年老之后会保持当下的媒介使用习惯吗[单选题]*:

- 是
- 否

29.您愿意在自己家庭中帮助长辈适应及使用新媒介吗[单选题]*:

- 是
- 否

30.您认为游戏化的老年叙事有什么优势[单选题]*:

- 满足老年群体的情绪需求

- 老年群体表达自己的场所
- 能够使得年轻群体更了解老化过程
- 能够与老年群体更好的交流
- 可以学习老年群体的生活经验
- 其他__

31.您认为游戏化的老年叙事需要注意什么问题[单选题]*:

- 老年群体媒介素养较低，难以分辨真假信息
- 老年群体的隐私安全问题
- 老年群体易受网络诈骗
- 部分老年群体被幕后人员利用
- 老年群体沉迷于网络生活
- 其他__

32.您怎么看待网红老年群体的出现[填空题]*:

33.您怎么看待游戏化对于老年叙事的影响[填空题]*:

附录二：深度访谈提纲

关于游戏化与老年叙事模式融合大众接受程度的深度访谈

尊敬的先生/女士：

您好！我是兰州财经大学新闻与传播专业的研究生，正在开展老年群体与游戏化叙事的调查。由于毕业论文需要获得一定的深度访谈内容支持，希望能够邀请您参加一个时长不超过 20 分钟的访谈。本次访谈内容仅用作毕业论文的写作，所有访谈结果都将以匿名方式呈现。请您根据自身具体感受作答，非常感谢您的配合，祝您身体健康！

一、受访者的基本信息

- 1.您的年龄？
- 2.您曾经的职业？
- 3.您的兴趣爱好？
- 4.您的居住情况？

二、主要访谈问题

问题设置组 1（针对于老年群体）

- 1.您最开始是怎样接触网络的？是什么让您持续使用手机等媒介？
- 2.您能很熟练的使用手机吗？每天大概会花多长时间使用手机？会使用什么软件？
- 3.您觉得手机怎样影响了您的生活？
- 4.您和您的朋友平时会在网络中交流吗？您会在网络之中结识网友吗？
- 5.您会给亲属发送自己感兴趣的网络内容吗？一般都是哪些方面的内容？
- 6.您身边有拒绝接触网络信息的群体吗？

7. 您会觉得网络平台中的信息是过于杂乱的还是可以接受的?
8. 您觉得老年群体在网络之中是怎么样的一种形象?
9. 您觉得老年人是否需要主动接触网络媒介?
10. 您会在网络平台上发布自己制作的内容吗? 您觉得老年群体会逐渐在网络平台中表达自我吗?
11. 您会使用网络媒介与年轻群体交流吗?
12. 您觉得目前的 APP 适老化以及无障碍服务有帮助吗?
13. 您会在网络之中产生消费行为吗?
14. 您遭受过网络诈骗吗? 您身边有这样的情况发生吗?
15. 您会玩网络游戏吗? 您怎么看待网络上的娱乐行为?
16. 您觉得老年群体能够接受具有游戏化思维的内容吗?
17. 您怎样看待老年网红的出现? 您平时会刷短视频吗?
18. 您怎么看待部分老年群体会沉迷于网络、过度使用媒介?
19. 您愿意以您感兴趣的方式更加深入的学习使用媒介吗?
20. 您觉得网络怎么发展才能用帮助更多的老年群体?

问题设置组 2 (针对于非老年群体)

1. 您认为自己年老之后能够跟上新兴媒介的趋势吗?
2. 您认为自己年老之后会保持当前的媒介习惯吗?
3. 您曾听说过数字反哺吗?
4. 您会帮助自己的长辈使用手机等媒介吗? 您的长辈会主动与您交流使用媒介的行为吗?
5. 您怎么看待老年群体使用网络媒介的行为?

6. 您会关注老年群体在网络之中发布的内容吗？
- 7.您怎么看待老年网红的出现？您注意到过老年博主吗？
- 8.您觉得游戏化思维融入老年叙事有优势吗？
- 9.您觉得老年群体使用网络需要注意什么问题？

致 谢

三年时光飞逝，一转眼就到了写致谢的这一刻，我才真真切切地感受到我的研究生生涯要结束了。还记得当初拿到录取通知书时的欣喜，也记得学习过程中的苦恼，这都是我这三年值得纪念的种种。在即将与研究生生活告别之际，写下这一片小小的致谢以答谢这段时间给予我很大帮助的各位。

首先，我非常感谢我的导师袁淑芸老师。每一次我在论文写作过程中遇到问题，袁老师都耐心指导解答，从论文选题到论文中每一次的修改都离不开袁老师的帮助。在这里非常感谢袁老师的帮助，希望您诸事顺遂。此外，还要感谢所有在我研究生期间授课的老师，他们从方方面面教会了我许多知识，为我论文的写作以及今后的生活打下基础。祝老师们身体健康，事事顺利。

感谢我的父母在我求学的过程中一直无条件支持我，承蒙养育之恩。他们的信任是我前进的动力，没有他们的支持我的一切都无从谈起。希望你们无病无灾，永远快乐。感谢我的各位好友，从相识之日起就见证和陪伴彼此的生活，希望各位永远前途有光，风雨灿烂。也感谢在本次论文之中贡献数据的各位，感谢你们为本次论文的完成所作的努力。

最后再一次感谢所有在论文之中帮助过我的良师益友，以及在论文中被我引用或参考的各位作者。

赵晓玲

2024年5月