

“不惑后”群体媒介使用逻辑研究

——基于美篇APP的实践考察

全欣欣, 卫欣

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年11月21日; 录用日期: 2023年12月19日; 发布日期: 2023年12月28日

摘要

美篇APP作为一种长图文创作分享工具, 重视内容社区和用户反馈, 给拥有共同爱好的“不惑后”群体提供沟通交流的空间, 加速推进我国的媒介适老化进程。“不惑后”群体使用美篇主要出于三层逻辑。在愿景上, “不惑后”群体对媒介适老化日益增长的需求和媒介的普遍年轻化之间存在矛盾, 使其主动或被动地聚集在美篇的内容社区。在环境上, 美篇为“不惑后”群体提供了能够进行社会实践的媒介空间, 使其身体在场的形式和社会交往的方式发生转变。在行动上, 美篇踩中了去中心化的时代节拍, 传播权力更加分散化, 在不断的赋权和反赋权互动中, 既满足了“不惑后”群体的媒介适老化需求, 也让他们获得更多的传播效能和社会连接。

关键词

美篇APP, 不惑后群体, 媒介使用, 媒介适老化

A Study on the Logic of Media Use in “People over 40 Years Old”

—Practical Investigation Based on Meipian APP

Xinxin Tong, Xin Wei

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Nov. 21st, 2023; accepted: Dec. 19th, 2023; published: Dec. 28th, 2023

Abstract

As a long-form graphic creation and sharing tool, Meipian APP attaches importance to the content community and user feedback, provides communication space for the “people over 40 years old”

group who have a common interest, and accelerates the process of media elderly-oriented in China. The “people over 40 years old” group uses Meipian APP mainly for a three-tier logic. In terms of vision, there is a contradiction between the growing demand of the “people over 40 years old” group for the media elderly-oriented and many prefer media that match the habits of young people, so that they actively or passively gather in the content community of Meipian APP. In terms of environment, it provides a media space for “people over 40 years old” to carry out social practice, so that their physical presence and the way of social communication can change. In action, Meipian APP has stepped on the pace of decentralization, and the communication power is more decentralized. In the continuous interaction of empowerment and anti-empowerment, it not only meets the media elderly-oriented needs of the “people over 40 years old” group, but also allows them to obtain more communication efficiency and social connection.

Keywords

Meipian APP, People over 40 Years Old, Media Use, Media Elderly-Oriented

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着老龄化程度的加深、数字化转型的加速,以互联网为重要结构的数字生活已成为常态。解决40岁及以上中老年群体运用新型数字技术的困难,是保障公民基本权益、缓解社会资源紧张、激发相关消费需求、促进经济社会持续发展的重要任务。一款能够吸引中老年群体、保证用户粘性的科技产品,不仅有利于帮助中老年群体适应数字化生活,还有利于维护社会的生活连续性。

工业和信息化部发布《移动互联网应用(APP)适老化通用设计规范》和《互联网应用适老化及无障碍水平评测体系》,持续促进数字包容,开展互联网应用适老化和无障碍专项行动,十余项适老化标准规范相继出台。多家APP针对中老年用户推出远程办理、专员问答等业务,其适老化改造及信息无障碍服务成效显著。

自2015年7月正式上线以来,美篇APP累计拥有注册用户2亿、创作用户4000万。2021年,美篇进行品牌升级,首次面向公众解释其品牌理念,并正式宣布转型为“不惑后”社区,它的slogan也从“诗意栖息地”变为“来美篇,正当年”。美篇将自我定位为一种“长图文创作分享工具”,吸引了一大批高层次、高知的中老年人群,并称呼这一人群为“不惑后”。这些“不惑后”群体在美篇结交同好,借助微信分享作品、表达自我,实现个性化的深度表达,逐渐推动美篇进化为内容社区。

如美篇的slogan“来美篇,正当年”所述,其主要目标市场是40岁以上的成熟群体,这些“不惑后”与新青年有着不同的成长环境和语境,其本身便是时代的见证者、文化的传承者和精神的延续者。因此,美篇不仅通过内容社区的形式帮助“不惑后”群体找到归属感,更在履行适老化目标的同时,陪伴他们共同寻找人生的价值。从传播学角度分析“不惑后”群体使用美篇APP的逻辑,有利于分析媒介适老化和中老年人之间的连接与交互方式,反映用户使用的复杂性,回应智能网络时代对“不惑后”群体媒介使用的社会关切。

2. 愿景逻辑:媒介使用动机的时代性变革

我国的媒介适老化稳步发展,老龄化不仅是个体的经历,更是社会互动的过程。“不惑后”群体有

世事洞明皆学问的潜力,但新媒介产品很难在这些40岁及以上的中老年人群中被持续使用,他们的媒介使用动机也会随着时代特点而不断发生变化。

2.1. 新媒介产品的使用现状

由于缺少技术储备,对于使用新型智能设备的学习和适应速度较慢,因此“不惑后”群体在面对低端产品的参差不齐和高端产品的高技术要求时,很容易放弃使用新媒介产品。

目前,很多主流的社交媒体仍以年轻人为主场,关注点还集中在产品的技术性实现上,很多“不惑后”人群会对此感到无力或者排斥,较难满足其多样化、差异化的需求和喜好。只有持续使用才能让智能科技真正融入到“不惑后”群体的日常生活中,并产生积极的影响和价值。美篇的脱颖而出,主要在于它可以融入用户们的日常生活,提升产品的使用效益和体验,将虚拟产品和真实场景联系在一起,进而提高用户使用媒介的频率和时间,最终达到可持续使用的目的。

美篇APP以“来美篇,正当年”为理念,聚集着大量“不惑后”创作者,他们运用多年的人生经验和知识积累,在美篇中生产并发布文字内容,从生活日常到人生故事,从社会交往到自我呈现,为互联网传播领域实现积极老龄化进行了有益探索[1]。

2.2. 新媒介产品使用的时代呼唤

现有的“不惑后”群体媒介使用和媒介形象研究大多从使用与满足理论、框架理论出发,运用内容分析、文本分析等方法,勾勒一种消极负面的集体媒介形象。不同于社会范围内的传统认知与刻板印象,“不惑后”群体发挥主观能动性,逐渐摆脱“被动的信息接受者”地位,活跃在各大时兴的社交媒体中,参与平台的文本叙事和内容建构。可是,缺乏技术知识造成的“科技恐惧”,使得“不惑后”群体难以深入、自主地使用智能技术,甚至沦为“数字难民”。如何帮助“不惑后”群体享受信息技术带来的福祉,成为传播学界和业界关注的时代焦点。

“不惑后”群体在美篇平台建立的虚拟内容社区,逐渐成为40岁及以上中老年人群的重要线上活动场所,在很大程度上践行了积极老龄化中的“参与”指标。随着中国社会老龄化程度的加深、媒介技术的迭代和移动智能设备的使用,媒介通过调节受众的感知环境、符号环境和社会环境,塑造着“不惑后”群体的价值观念和认同取向,并悄然改变着整个社会的组织关系[2]。周裕琼认为应将研究的重心从“老年传播”转向“老龄化传播”,对其进行祛魅,把“老龄化”视作一种宏观的基础结构和持续的动态过程[3]。封铁英等利用Bootstrap实证检验数字时代互联网使用对老年人主观阶层认同的影响机制,认为互联网无论是作为“符号”还是“工具”均发挥着积极作用[4]。赵红艳认为老年群体和其他世代群体间的数字鸿沟问题已引起高度重视,而老年群体内部因信息差距而产生并在不断扩大的社会分化现象却鲜有人关注,最终在老年人群内部形成数字技能、数字素养、认知水平的分化[5]。

3. 环境逻辑:媒介空间从现实转向虚拟

在媒介使用的逻辑中,空间作为一种媒介,可以重构传统的结构性空间,主导着人们的认知、情感和行为。流动空间是由节点组成的物理空间、精英组成的全球化空间,以情绪为中介,通过符号构建多种多样的空间意象,提供了建构关系的可能性[6]。社会公众对“不惑后”群体的集体记忆,主要来自于各种媒介生态和传播环境带来的社会、文化共识,这便要求“不惑后”亲身参与到媒介空间的传播实践中进行重构和纠偏。

3.1. 数字化实践:重构身体在场的方式

在新媒介嵌入“不惑后”群体日常生活的过程中,交往行为和交往对象逐渐突破既定边界,开始呈

现公域私域混淆、线上与线下混杂的情况。无论媒介技术进化到何种地步, 人际关系的维系始终要以“在场”为基础, 身体的“在场”是人际关系发展的重要前提。

基于智能手机的线上表达与互动, 已经逐渐发展为“不惑后”群体进行社会交往活动的新形态, 用离身性的传播方式营造符号意义上的“在场”, 弥补了线下的互动。在媒介技术介入下, 美篇为用户提供线上自我展演的空间, 重构身体“在场”的方式[7]。“不惑后”群体可以在美篇中分享大量的人生故事、原创作品、生活点滴, 进行意义层面的社会实践, 修复断裂的社交网络, 以生活经验和身份符号争取自己的社会生存空间。此外, 点赞数、评论数等量化数据将他人的凝视具象化, 进一步激发“不惑后”创作者的创作热情。

美篇官方开设组团短途旅行、读书会等活动, 将线上具有地域性的虚拟场域带入现实, 切实拓展“不惑后”群体现实生活交往圈。美篇曾参办“退休美好生活嘉年华”, 展位陆续有大量用户围观询问, 其中有一半都是美篇的用户。美篇与“不惑后”面对面, 尝试在更多场景下打造更加精彩的中老年生活方式, 不仅能够切实感受当代“新老人”的风采, 体会他们的温度, 更提高了“不惑后”群体的媒介使用频率, 体现了我国媒介适老化的决心与社会责任。

3.2. 病毒式传播：解构社会关系的形式

新媒体文化蓬勃发展背景下, 各种功能繁多的 APP 不断涌现, “不惑后”群体的文化生活被流行元素、青年文化裹挟, 处于“文化隔绝”的境地。这些 APP 一般以年轻人为主要消费对象, 无论是媒体语态、风格设计都试图尽可能贴合年轻人的生活需求, 但对“不惑后”用户来说, 这无疑是一堵堵文化高墙。智能手机和适老化软件的出现与使用, 让“不惑后”群体可以轻松跨越时空的阻隔, 维系甚至重启其原有的社会关系网络, 从被限制的身体在场互动转向泛在、遥在的连接, 并在某种程度上延伸了他们的社交网络, 为其社交失落带来转机, 进一步实现社会整合。

美篇的发展使以其为中介的人际传播变得广泛, 媒介传播逐渐趋向人性化。“不惑后”群体发挥主体能动性, 以文本叙事的形式介入网络传播中, 通过文字创作、转发分享、点赞评论等行为, 为互联网传播领域实现积极老龄化进行了有益探索。“不惑后”群体往往更重视人际关系, 社交软件中的好友多为亲戚、熟识的朋友, 他们频繁使用群聊功能, 将具有相同属性的好友聚集在一起, 促进“模仿”行为的大量发生, 病毒式传播将会在“不惑后”用户的社交圈层中产生更大的爆发力。对于“不惑后”群体而言, 美篇独特的媒介空间有利于维系现有社会网络, 或建立新的社会关系, 用线上互动补偿线下的社会网络, 促进社会资本的累积、社会参与的增加以及社会联结的增强[8]。

4. 行为逻辑：传播方式在赋权博弈中更迭

正如丁未在国内最早介绍赋权理论的文章中指出, 该理论主要针对那些“在政治、经济、文化等资源分配中处于劣势, 其生存和发展遭遇能力和权力缺失的人群”[9]。相较于 Z 世代群体而言, 处于“不惑后”阶段的中老年人是天然的传播弱势群体, 在赋权博弈的格局中历经诸多变化。美篇作为新媒体产品, 赋予“不惑后”群体一定的传播权力和传播效能, 影响媒介使用的形式, 同时“不惑后”群体的反赋权也在影响着媒介使用实践。

4.1. 新媒介产品的赋权和赋能

微信公众号时代的来临, 激发了网民们在公共环境内进行个人表达的热情, 但公众号申请认证、文章编辑排版等门槛, 也让很多用户望而却步, 尤其是“不惑后”群体。美篇在满足“不惑后”群体需求的同时, 踩中了去中心化的时代节拍, 使传播权力更加分散化, 让弱势群体获得更多社会资源和社会连接, 增强其传播效能, 有助于其参与社会变革。

赋权是在社会交往中得以实现的, 参与是传播赋权的主要形式, 有利于改善因制度结构或利益分化造成的弱势群体生存发展困境。信息传播技术对“不惑后”群体的赋权, 既有个体性的一面, 主要体现在对其生理、心理、社会资源的改变上, 也有集体性的一面, 强调社会关系的互动与激发, 使分散的个人集合成团体、组织。例如, 美篇具有图片数量多、文字载量大、社交裂变性强等特点, 内置 500 多个模版、1000 万余首音乐, 媒介使用的操作方式简单易懂, 能随时更改并同步更新文章内容, 轻松地实现阅读推送。

在新媒体技术改变社会结构的同时, 如何利用和“驯化”新媒介技术, 改变“不惑后”群体的媒介使用困境, 成为学界和业界思考的重点。美篇的赋权行为是一种社会交往、参与、表达与行动实践, 可以帮助“不惑后”群体通过获取信息、参与表达和采取行动等实践性过程, 获得在数字空间中生存的权力和能力。

4.2. “不惑后”群体的嵌入与反赋权

数字时代社交媒介的传播赋权, 使弱势群体在社会场域中的地位发生结构性改变, 已经引起广泛的社会关注。“不惑后”群体获得信息权、表达权、行动权的赋权, 不再是被动的客体, 而已成为能够独立表达和行动的主体, 通过传播输出与接收信息, 赋予其对事物进行自我判断的可能, 实现了从“为弱者的传播”转向“弱者的传播”。相比积极探索网络世界、熟练掌握各种社交软件应用和功能的年轻人, “不惑后”群体所使用的手机应用数量和种类较为有限, 主要集中在相册制作、视频资讯等领域。

于是, 美篇 APP 一经推出, 用户数和下载量便迅猛增长, 这几乎全部依靠美篇的用户裂变和口碑传播。首先, 用户来自于微信端的 H5 页面, 当美篇老用户在朋友圈或者社群中发布美篇文章时, 其中便带有 APP 引导条, 新用户可以通过点击引导条下载美篇。其次, 接受到亲朋好友推荐后, 新用户会到应用商店自行搜索 APP 并下载。除此之外, 节假日是美篇用户增长的爆发期, 因为每逢假期, 用户们会深度嵌入美篇 APP 的媒介使用中, 创作大量的摄影、诗歌、游记、美文等内容, 积极分享美篇文章和推荐美篇 APP。

“不惑后”群体的媒介使用与其社会关系、媒介素养等因素密切相关, 实现了对美篇的反赋权。他们在美篇中创作内容、分享经验, 可以立刻生成相册并随时分享转发, 在情感共鸣的过程中进行社会交往, 这满足了“不惑后”群体记录日常行动、向亲友分享生活的心理需求。因此, 只有在具体媒介实践中了解技术赋权的表现与影响, 才能有效地助推“不惑后”群体的媒体使用, 逐渐将传播的权力与能力相统一。

4.3. 赋权与反赋权中的传播生态变迁

互动仪式链理论认为, 互动是社会动力的来源, 内容连续化则加强了创作者与用户之间的互动, 进一步打造符号认同, 提升共享情感体验, 增强自我效能感。休闲性质的在线行为是一种可以促进积极心理的社会化援助, 有利于缓解“不惑后”群体与社会之间的隔离和孤独感。娱乐性互联网行为被证实存在着双向连接的功能, 可以帮助并促进“不惑后”参与各种线下活动, 如兴趣组织、社区活动、志愿活动, 放大或强化了外部性赋权的效果和范围[10]。

“不惑后”群体对美篇的“成瘾性”不在于时间上的持续沉迷, 而是情感上的依赖和投入。在美篇中, “不惑后”群体呈现出敢于慢生活、享受无用之用的一面, 他们也可以骑行、登山、跳伞、健身、Cosplay, 展现纯粹的玩乐精神。美篇中的创作内容具有连续性, 既提升了用户黏性, 也拉近了用户与他者之间的距离, 同时为创作素材的储备提供保障。“不惑后”群体可以借助美篇文章的传播便捷、灵活易操作、影响力大等优势得到更好的传播效果, 在媒介使用中增强多元化的自我呈现和个性表达。

美篇在 2021 年转型为“不惑后”社区, 2022 年联合央视网等权威媒体发布一段名为《前浪》的新年演讲视频, 给社会展现不一样的中老年人, 希望那些因数字鸿沟而长期丧失话语权、被误解的“不惑后”群体得以被重新认识。该视频一经发布, 在全网迅速引起热议, 让社会看到了“不惑后”人群不一样的生活方式。人们重新审视身边的父母与老人, 在一定程度上解开了社会对 40 岁及以上的中老年群体的误解, 对“不惑后”群体重拾话语权提供了一定帮助。

5. 结语

当下的主流内容社区大多向年轻人倾斜, “不惑后”群体难以融入。我国的媒介适老化进程缓慢, 致使该群体时常被世俗所误解, 形成缺乏活力、老旧死板等刻板印象, 甚至被部分主流平台所“抛弃”。美篇不仅通过内容社区的形式帮助“不惑后”人群找到归属感, 更在履行适老化目标的同时, 陪伴他们共同寻找生命的价值。中老年赛道流量分散, 而美篇掌握着大量“不惑后”的行为数据、消费数据和兴趣数据, 因此, 美篇对“不惑后”群体的聚集效应将有望成为产业融合和适老化的基础设施之一, “不惑后”群体对美篇的媒介使用也将成为我国媒介适老化进程中的重要一环。

美篇 APP 的持续使用需要大量数据和技术支持, 我国的媒介适老化进程仍需进一步探索。美篇平台要树立精品意识、建立扶持机制, 深耕“不惑后”群体社区的比较优势, 提升美篇文章在内容建设、表达风格上的原创性和创新性, 提供更加贴近用户需求的产品和技术服务。在政策层面上, 美篇需要建立完善的中老年科技产品使用和管理体系, 加强监管和标准化建设, 引导“不惑后”群体合理使用网络工具, 融入虚拟社会生活。在实践中, 美篇要增加面向“不惑后”群体的网络教育内容, 对强娱乐属性、轻内容属性的文章进行监管控制。

基金项目

江苏省社科基金一般项目“传统礼仪视域下网络直播失范行为及规制研究”(21XWB002); 江苏省教育科学“十四五”规划重点课题“美育视域下的网络社交礼仪课程建设及评价研究”(T-a/2021/02)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 韩亚辉, 史静远. 基于社交平台老年群体文本叙事的积极老龄化路径探析——以“美篇”APP 为例[J]. 新闻爱好者, 2023(2): 53-55.
- [2] 王冰. 流量控制下的“网瘾老年”: 城市老年人上网行为塑造与干预的中国方案[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2021, 43(12): 120-129.
- [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(3): 30-37.
- [4] 封铁英, 刘嫫. 数字时代互联网使用对老年人主观阶层认同的影响研究[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2022, 42(2): 122-131.
- [5] 赵红艳, 吴燕. 轨迹、重构与区隔: 生命历程视角下老年群体数字分化[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(5): 159-168.
- [6] 李春雷, 姚亚楠. 流动的空间: 智媒时代独居老年群体的空间实践研究[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2023(3): 120-129.
- [7] 严功军, 仝莹莹. 想象污名与赋权消费: 农民短视频传播的实践批判[J]. 当代传播, 2021(4): 103-104+110.
- [8] 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.
- [9] 丁未. 新媒体与赋权: 一种实践性的社会研究[J]. 国际新闻界, 2009(10): 76-81.
- [10] 黄月琴, 黄宪成. “转发”行为的扩散与新媒体赋权——基于微博自闭症议题的社会网络分析[J]. 新闻记者, 2021(5): 36-47.