

中老年网络微短剧的文化建构研究*

冷 淞

【摘 要】随着积极应对人口老龄化上升为国家战略，满足中老年群体的精神文化需求成为新时代文化工作的重要出发点和落脚点。中老年受众涵盖中年后期（55~64岁）与老年期（65岁及以上）群体。随着网络微短剧行业的迅速扩张，中老年群体在其中的可见性显著提升。发挥网络微短剧易于传播、生产成本较低的优势，推动中老年题材网络微短剧高质量发展，对当下的老龄文化事业发展具有重要的意义。文章基于中老年网络微短剧视听文本展开分析，结合对多位相关从业者及观众的半结构化深度访谈资料，考察年龄叙事在数字平台中的生成机制。研究发现，中老年网络微短剧产业的主要功能并不是填补影视领域长期存在的年龄特征表达缺位，而是在平台化叙事逻辑与平台化生产机制的双重作用下，将年龄元素转化为具备高度类型化特征、承载强烈情绪化表达的叙事资源。

【关键词】中老年网络微短剧 年龄叙事 文化建构 平台生产

【作者简介】冷淞，文学博士，中国社会科学院新闻与传播研究所视听新闻与传播研究室主任、研究员。

【中图分类号】G206 **【文献标识码】**A

【文章编号】2097-1125（2026）04-0060-14

* 本文系中国社会科学院新闻与传播研究所创新工程项目“主流媒体系统性变革：理论与实践”（2026XWS05）的阶段性成果。

2022年11月14日,国家广播电视总局办公厅发布的《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》(广电办发〔2022〕345号)明确指出:“单集时长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的情节的网络微短剧,因其制作成本低、内容轻量化、传播分众化等特征,逐步发展成为一种具有独特艺术形式、业务模式、传播方式的新兴网络文艺样态。”^①随着网络微短剧市场的持续扩张,中老年受众群体〔包括中年后期(55~64岁)群体与老年群体(65岁及以上)]已逐渐成为网络微短剧消费的重要群体。《2024微短剧行业生态洞察报告》显示,中老年人已经养成了观看网络微短剧的习惯。近一半的中老年人每天都会观看网络微短剧,82.3%的中老年人每周至少观看一次。^②

上述数据表明,中老年群体不仅已成为网络微短剧的重要受众,而且呈现较高的参与频率。这一现象与中老年群体在现实社会结构中的文化处境密切相关。长期以来,中老年群体在主流媒介叙事中往往处于相对边缘的位置,其情感表达与主体经验难以充分呈现,网络微短剧的低门槛表达空间与情绪化叙事机制,为中老年群体提供了一种可感、可参与的象征性表达场域。从这一视角看,巴赫金(M. M. Bakhtin)提出的狂欢理论,或可为理解这一文化现象提供一种框架。巴赫金将狂欢节视为民众的第二种生活,是暂时摆脱官方等级、特权与规范的全民节庆形式,通过取消等级隔阂实现人与人的自由接触与象征性解放。^③中老年群体通过高频观看网络微短剧,进行情感投入与互动参与,在一定程度上实现了对既有媒介话语结构的撼动与再书写。近年来兴起的面向中老年的网络微短剧,不仅契合了新媒体传播环境下受众碎片化的观看需求,而且精准地满足了中老年群体的文化消费与情感表达需求。在此背景下,本文聚焦以下问题:在数字平台的叙事场域中,年龄如何转化为叙事资源,通过何种机制完成其文化建构?

① 《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》(广电办发〔2022〕345号), https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-12/27/content_5733727.htm, 2026年2月9日。

② 参见《2024微短剧行业生态洞察报告》, <https://www.kdocs.cn/l/cs5rethRaqm8>, 2026年2月9日。

③ 参见钱中文主编:《拉伯雷研究》,河北教育出版社1998年版,第12页。

一、被“看见”的年龄，还是被“叙事”的年龄？

在当代文化景观中，年龄已然成为一种独特的表意符号。就新媒体语境而言，年龄意象既是“经验的沉淀”，也是“社交的资本”，成为数字时代个体社会阅历与情感积累的外在表征。这种文化逻辑既催生了以中老年生活需求为导向的银发经济，^①也孕育出多元的文化社群，使中老年群体成为社会文化生态中不可忽视的结构性力量。在此格局中，大众文化传播长期存在明显的年龄偏向。即使在新媒体迅猛发展的当下，中老年群体在内容创作与传播影响力方面也处于相对边缘地位，面临文化表达的现实瓶颈。这种传播场域中的年龄落差，使中老年群体“逐渐在传播过程中被剥离和边缘化”，^②他们在主流文化叙事中的声音较为微弱，文化参与亦受到阻碍和制约。

学术界不仅注意到年龄引发的文化话语权差异，而且以新媒体语境下的“老龄化传播”^③趋势为重要议题开展了一系列研究。在信息洪流的冲击下，文化的代际壁垒被悄然打破，正如《做年龄：年龄意象的文化工业生产——基于老年视频博主的考察》一文所说：“社交网络中年轻人和年长者对衰老论述的改变，既对个体生活产生着巨大影响，也促进着老龄文化价值的演化。”^④短视频平台等社交媒体正深度融入大众的日常生活，使面向不同年龄段群体的内容创作与传播模式渐趋一致。“以短视频为代表的数字化浪潮则为营造老年友好型数字社会创造条件，让银发群体也能享受科技带来的便捷与乐趣”，^⑤构建起“老龄网络文明”。^⑥新媒体文化凭借其强大的传播力与包容

① 参见李志宏：《以产业政策创新助力银发经济高质量发展》，《人口与经济》2024年第6期，第11页。

② 赵伦：《新媒体时代老年传播的媒介逻辑与建设路径》，《传媒》2024年第11期，第65页。

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》，《新闻与写作》2021年第3期，第30页。

④ 王昀、明文静：《做年龄：年龄意象的文化工业生产——基于老年视频博主的考察》，《新闻与传播研究》2024年第7期，第20页。

⑤ 毛振华：《上划，再划，继续划：10亿人的短视频“王国”》，<https://mp.weixin.qq.com/s/smPwU5q9pyHz7yFyU-pewQ>，2026年2月9日。

⑥ 黄璜、宗昊：《从“数字难民”到“数字互惠”：老龄网络文明建设与价值呈现》，《江南大学学报》（人文社会科学版）2024年第6期，第88页。

性，将年龄转换为一个动态变化的文化元素。在当代社会中，围绕年龄开展的交流已不再是单纯的代际对话，而是跨越界限的互动过程。^①这种交流不仅推动了传播内容的延展，而且促进了社会认知的转变。

本文聚焦中老年网络微短剧的创作实践，旨在探究“年龄叙事”在其中的文化建构进程。本文提出的“年龄叙事”，指年龄作为一种文化符号在叙事过程中被反复编码、调用并参与意义生产的文化机制。在这一过程中，年龄不仅作为人物的生理或社会属性存在，而且转化为一种推动情节、塑造价值判断的重要叙事资源。文化建构则强调在特定社会语境与权力关系中，文化通过表征与重复实践被不断生产和固化。本文借鉴斯图亚特·霍尔（Stuart Hall）的表征理论，^②关注中老年形象如何在平台化的内容生产与数字叙事过程中被持续塑造，并由此逐渐形成稳定的年龄想象。随着新媒体传播日益渗入日常生活的肌理，在频繁的信息交互与内容共创中，中老年群体在文化生产链条与传播结构中的角色正经历重塑。新媒体文化产业对年龄界限的模糊化处理，为重新审视中老年群体的文化创造力、推动文化多元化发展提供了新的契机。针对社会老龄化与传播议题的探讨，长期以来围绕“数字反哺”^③“健康传播”^④等老龄化的文化维度展开。中老年群体与当下新媒体文化的紧密联结，是在新媒体技术持续赋能多元人群参与文化创作的进程中逐步形成的。随着生活水平的提高与文化消费意识的觉醒，中老年群体对文化产品的需求日趋旺盛，已成为网络微短剧市场的重要消费力量。网络微短剧具备的叙事碎片化、贴近生活及理解门槛低等特点，契合了中老年群体受众的观看习惯与审美偏好。在内容方面，面向中老年的网络微短剧主题丰富多样，广泛涉及家庭伦理、养老生活、情感记忆、兴趣社群等方面，紧密围绕其生活经历与社会角色展开叙事，构建起一套具有鲜明年龄特征的叙事

① 参见龙君伟、陈秋瑾、胡中锋：《老龄化时代和谐代际心理契约的构建路径——基于积极心理学的视角》，《华南师范大学学报》（社会科学版）2021年第5期，第55页。

② 参见[英]霍尔编：《表征：文化表象与意指实践》，徐亮、陆兴华译，商务印书馆2003年版，第16页。

③ 陈雅赛、杨艳、余淑妮：《“啃老”与“孝道”：青年与父母经济帮助关系中的数字反哺获得现象研究》，《中国青年研究》2022年第5期，第77页。

④ 熊皇、梁亦昆：《健康传播视域下的老年题材电视节目创作探析》，《中国电视》2021年第8期，第73页。

体系。

在主流影视工业长期以青年经验为中心的叙事结构中，中老年群体往往处于相对边缘位置。无论是角色数量的分配、叙事比重的倾斜，还是情感表达复杂度的呈现，从青年向中老年的年龄增长通常意味着戏剧空间的收缩。近年来，随着网络微短剧的兴起，这一局面似乎正在发生转变。以“中年甜宠”“霸总父母”“恶婆婆”“迟到的爱情”为代表的叙事类型大量涌现，中老年形象在数字平台中频繁出现，甚至成为吸引流量的关键元素和流量密码。然而，我们还应当进一步追问，这种现象是否意味着在媒介文化中真的发生了年龄结构的深层转变？学术界目前关于中老年网络微短剧发展的研究，多从市场扩张、受众老龄化或内容创新角度进行探讨，较少深入考察年龄在叙事层面如何被建构为一种具有稳定意义的文化范畴。换言之，被频繁“召唤”至叙事中心的，究竟是中老年主体本身，还是一种被平台逻辑重塑后的年龄想象？仅凭现有研究，我们尚无法找到答案。正因如此，本文力图深入数字平台的叙事环境，剖析年龄转化为叙事资源、完成文化建构的基本机制。具体而言，本文借鉴文化研究中关于表征与意义生产的理论，结合叙事研究对结构与功能的分析，确立年龄叙事的文化建构这一研究视角，强调年龄并非自然地进入叙事，年龄的文化建构是其在数字叙事策略中被不断编码与规范的结果。

二、研究设计与方法说明

本文采用质性研究路径，运用了两种研究方法：第一，对主流平台收录的具有代表性的中老年题材网络微短剧进行内容分析，重点关注角色设置、情节结构与情绪表达中的年龄要素，剖析其叙事功能；第二，开展半结构化深度访谈，访谈多位网络微短剧的创作者、平台运营者、演艺管理人员以及有稳定观看习惯的观众。访谈采用目的性抽样方法进行，旨在从生产与接受两个维度深入探讨年龄叙事的具体运作方式。需要说明的是，因为本文的研究目的不是对网络微短剧产业进行总体性推断，所以访谈材料主要用于支撑对年龄叙事文化机制的理论阐释与分析。

进入中老年阶段，个体普遍体验到生理机能的衰退与生命活力的减弱。从社会建构主义视角看，年龄不只是基于生物时间序列的客观刻度，也是社会文化意义的载体。周业勤指出：“从‘老年’起点年龄的不同界定标准可以

看出,‘老年’不是单纯的生理事实,而是生理因素和社会因素共同作用的结果,反映的是特定社会对其成员的要求与成员满足社会要求的能力之间的动态关系。”^① 符号互动理论认为符号是人们思维过程的载体。作为一种关键的社会符号,年龄被赋予了丰富的文化内涵,不同年龄群体常被贴上特定的刻板化标签,进而形成具有社会区隔性的认知图式。这种基于年龄的刻板印象与社会歧视,本质上是社会权力结构在文化层面的投射,制约着不同年龄群体在社会场域中的角色定位与发展空间。

本文以霍尔的表征理论为核心,围绕年龄叙事构建文化研究的理论阐释维度。^② 霍尔强调意义并不存在于事物或语言中,“意义是被表征的系统建构出来的”。^③ 在中老年网络微短剧的语境中,作为一种文化符号,年龄形象的意义建构是不同社会群体在权力关系网络中博弈的产物。在主流文化话语体系中,老年形象长期被视为弱势、保守、需要被照顾的单一角色,这类固化表征是对老年群体的片面认知。作为数字时代的新型文化载体,中老年网络微短剧为中老年群体突破既有表征框架提供了可能。通过对日常生活经验的记录和对自我价值实现过程的展现,部分中老年创作者得以主动参与年龄形象的意义生产,实现了从“被表征”到“自我表征”的身份转向。这一转向既解构了主流文化对老年形象的单一建构,也构成了对文化霸权的微观抵抗。

此外,基于当下平台化趋势及注意力经济理论,本文还试图从媒介产业角度展开思考,有研究者指出:“在互联网技术伴生的‘后电视’时代,大众所使用的‘视窗’更加便捷自由,并从私人领域拓展到广阔的网络公共领域。”^④ 短视频及相关网络微短剧平台根据数据进行用户画像分析和算法推送,这一趋势使创作者不得不遵循流量逻辑展开创作,在一定程度上影响了内容的多样化发展。有研究者认为当下用户群体“呈现平台驱动主导的短时

① 周业勤:《社会建构视域下养老需求的治理创新》,《江苏社会科学》2025年第2期,第126页。

② 参见李开:《表征·意指·接合——斯图亚特·霍尔的意识形态批判初探》,《新闻与传播研究》2017年第3期,第5页。

③ [英]霍尔编:《表征:文化表象与意指实践》,徐亮、陆兴华译,商务印书馆2003年版,第21页。

④ 张丹琳、朱怡森:《“后电视”语境下电视的媒介空间转向及产业发展进路》,《文化产业研究》2024年第2期,第324页。

碎片化消费模式，类型偏好和关注点以娱乐需求为主且注重内容品质。但受众的负面体验和微短剧发展问题集中在内容浅薄、价值偏差、逐利导向等方面，观后正负情绪和影响并存且短期为主”。^①在传播层面，有研究者指出：“老年题材微短剧的传播不仅依托平台生态，而且嵌套在观众的社会关系网络之中，老年群体线上和线下的‘社交网络’也影响着老年题材微短剧的传播效果。”^②部分观众的偏好经由算法机制直接影响了同类型观众群体的内容接收，关于公众对此类作品的文化认知，也需要根据具体情况展开深入探讨。

三、重构叙事维度：“年龄”的文化编码与意义生产

随着积极应对人口老龄化上升为国家战略，满足中老年群体的精神文化需求也成为新时代文化工作的重要出发点和落脚点。发挥网络微短剧易于传播、生产成本较低的优势，推动中老年题材网络微短剧的高质量发展，对当下的老龄文化事业发展具有重要的意义。

（一）题材类型与叙事方式

在中老年网络微短剧中，家庭伦理题材占据核心地位。此类题材的网络微短剧往往聚焦于婆媳矛盾、亲子冲突等常见的生活矛盾，细腻呈现现实生活中代际的复杂情感。此外，这些网络微短剧还通过深入挖掘家庭生活中的矛盾根源，寻找和解契机，展现亲情真谛。部分中老年观众因担心与年轻人想法脱节，难以和子女交流，便通过追剧的方式了解年轻人的生活节奏和想法，并特别留意剧中年轻人怎么处理现实矛盾和人与人之间的关系，以及年长一辈如何与年轻人进行有效沟通。因此，这一类网络微短剧对家庭日常的讲述，为中老年人提供了一条寻找生活矛盾解决方法的渠道。例如，由重庆市文化和旅游发展委员会等单位出品的系列网络微短剧《温度》，讲述了围绕温泉小镇发生的一系列聚焦于自我疗愈、单亲家庭、父子关系、文化传承、乡村振兴的温情故事，展现了重庆的历史底蕴、自然风光和美好生活。

^① 何虹莹、荣新卓、李吉栋：《碎片与流量迷局：微短剧受众生态调研及产业升级路径》，《视听界》2025年第5期，第57页。

^② 马越然、王心路：《想象延展与媒介补偿：老年题材微短剧的叙事与传播研究》，《中国电视》2025年第11期，第80页。

这一类网络微短剧受到中老年观众的欢迎，反映了这一群体对家庭关系的关注。

此外，致力于重塑历史记忆的情感怀旧类网络微短剧也深受中老年群体喜爱。这类作品通过还原特定年代的生活场景、社会风貌与人际关系，唤起观众的集体记忆与情感共鸣，满足了中老年群体的情感慰藉与心理需求。詹明信（Fredric Jameson）认为，在怀旧电影里经过美化修饰的时代影响在本质上是供人消费，可被转化为商品的文化产品。^①以《我在八零年代当后妈》为例，这部作品聚焦于女主人公对亲友关系、亲子关系的处理，讲述身处改革开放年代的她在党的政策指引下奔向美好生活的故事。这一叙事方式与怀旧的内涵高度契合，通过对往昔生活的描绘与情感的精准把控，勾勒出一幅熟悉且充满温情的历史画卷。

（二）内容生产类型与视听语言风格

由多频道网络（Multi-Channel Network）机构、影视公司等专业团队主导的创作，以工业化生产模式进行内容开发，形成了剧情化、商业化导向的创作方式。此类创作以“市场调研—剧本定制—流量测算”为生产链条，创作目的既包含商业盈利考量，又具有文化建构诉求。

在内容类型上，专业机构创作呈现明显的题材分化，其中最为典型的是情感爽剧，以《闪婚老伴是豪门》系列为代表。这类短剧借鉴网络小说叙事模式，设置“退休女工逆袭成为集团夫人”等强冲突情节，每集都采用误会、反转、高潮的情节转换结构，配合夸张的服装、化妆和道具整体设计吸引观众眼球。此类短剧毁誉参半，虽然在抖音等短视频平台表现突出，单剧播放量破亿，但是也因其对老年生活的奇观化呈现而受到批评。还有一类是家庭伦理剧，如《家里家外》用四川方言打响了“情怀牌”，让悬浮的短剧落到真实的土地上，在追求商业传播效果的同时注重文化价值的表达。

用户生成内容（User Generated Content, UGC）与专业生产内容（Professional Generated Content, PGC）的融合实践构成了良性互动生态。这种融合既包括中老年用户对专业生产内容的二次演绎，也涉及专业团队对用户生成内容素材的系统性开发，从而打破了传统创作主体的界限，推动了中

^① 参见[美]詹明信：《晚期资本主义的文化逻辑：詹明信批评理论文选》，陈清侨等译，三联书店1997年版，第552页。

老年网络微短剧创作生态的革新。这种融合模式主要包括以下两种形态：第一种是用户改编专业生产内容，如中老年用户对网络流行片段等专业生产内容进行改编衍生出老年版本；第二种是专业团队孵化用户生成内容创作者，也就是专业机构为创作者提供剧本指导、拍摄培训等支持，将素人账号升级为剧情号。通过系列剧情设计帮助用户生成内容创作者完成专业化提升与商业价值开发。

（三）年龄叙事的文化建构机制深度解析

中老年网络微短剧在叙事视角上实现了多维度的创新。它打破了传统叙事中对中老年群体的边缘化处理方式，将镜头对准这一群体的日常生活、情感世界和精神追求，通过细腻的描绘和深入的挖掘，让观众能够更加真实地感受到中老年群体的生活状态和内心世界。有研究者指出：“中老年微短剧通过时空场景的精心还原，再现特定历史时期的生活图景，以此唤醒观众的怀旧情结，以具象场景对观众产生情感冲击，强化中老年群体的身份归属感，也通过鲜明的时代符号壁垒，无形中构筑了年轻观众难以共情的文化边界。”^①在角色塑造方面，中老年网络微短剧颠覆了传统影视作品塑造的中老年群体的刻板印象，人物形象更加鲜明、立体和多元。剧中的中老年角色不再是单一的、被动的、依赖他人的形象，而是被塑造成具有独立人格的个体。中老年群体以集体书写与情感交流的形式，将网络微短剧评论区打造成维系集体记忆、进行思想对话的数字空间，形成了具有封闭性特征的话语圈层。

早期网络微短剧在吸引中老年观众时，运用一些常见的“爽点”元素，如逆袭、复仇、暴富等情节，即通过设置强烈的冲突和反转，让观众在短时间内获得情感上的宣泄和满足。这种踩“爽点”的模式使网络微短剧在初期确实能够吸引中老年观众的注意力，积累一定的人气。不过从长远看，其局限性也逐渐显现出来。“爽点”元素往往缺乏深度和内涵，使观众容易产生审美疲劳，难以形成长期而稳定的情感连接。另外，过度依赖“爽点”可能导致剧情逻辑不严谨，影响作品的整体质量。

此后，创作者逐渐意识到中老年群体对情感共鸣的强烈需求，开始深入

^① 庞祎然、张莉：《唤醒·共鸣·扩散：互动仪式视域下中老年微短剧的情感传播》，《新闻知识》2025年第6期，第70页。

挖掘能够引发共鸣的元素。他们将目光投向中老年群体的日常生活，让观众在剧中看到自己的影子，从而产生强烈的情感共鸣。创作者的任务既是讲述故事，也是通过故事传达一种价值观和生活态度。

随着观看经验的积累和鉴赏能力的提升，中老年群体对网络微短剧的品质和内涵有了更高的要求。他们不再满足于表面的刺激，更渴望观看能够触动心灵的作品。与此同时，网络微短剧市场的竞争日益激烈。为了在众多作品中脱颖而出，创作者不得不提高作品质量，从单纯追求短期流量转向注重长期的用户黏性和口碑积累。此外，全社会的文化氛围越来越注重人文关怀和情感表达，鼓励文化作品传递正能量和积极价值观。这也促使网络微短剧在创作方向上发生转变。“强共鸣”的兴起有助于推动网络微短剧提升作品的艺术价值和文化内涵，使其成为传播优秀文化的重要载体。

在人口老龄化加速演进的背景下，有研究者指出：“为促进健康老龄化，在助力老年人弥合数字鸿沟之时，需要引导老年人适度上网，促进数字技术的增益效应，抑制替代效应。”^①作为一种大众文化形式，网络微短剧通过传递积极的价值观和生活态度，能够在一定程度上缓解社会矛盾，促进家庭和谐，改善代际沟通，对构建和谐社会发挥积极作用。

四、穿透屏幕的真实：从表演到对话的突围

随着老龄化社会的到来，中老年群体不再是边缘群体。在扩内需、促消费的宏观政策背景下，中老年群体的文化消费行为变得越来越重要。从边缘到中心的转换过程，本质上是年龄在数字叙事中被重新编码的过程。年龄不再以隐性方式存在，而是作为显性叙事要素参与意义生产。

（一）社交互动与情感共鸣：受众特征与观看动机

中老年受众涵盖中年后期与老年期群体，各年龄段的心理需求趋于多元化。其中，中年后期受众多处于退休过渡期或刚退休阶段，需要适应社会角色的转变带来的挑战。他们需要借助网络微短剧探寻生活乐趣、强化社交互动。相较而言，老年期受众更注重健康维护、情感寄托和生命意义

^① 谢永飞、刘轶锋：《健康老龄化视角下的老年数字鸿沟：成因与治理》，《中央民族大学学报》（哲学社会科学版）2024年第5期，第132页。

思索，网络微短剧成为他们获取健康知识、重温往昔情感、感悟人生哲理的窗口，帮助他们以积极文化消费抵御孤独衰老，提升生活满意度与幸福感。不同年龄段人群的需求差异为网络微短剧内容分层创作与精准传播提供了指引。

对家庭而言，观看中老年网络微短剧成为重要的社交互动契机，有助于构建起新型社交关系网络。在家庭生活场景中，共同观看中老年网络微短剧可以促进代际话题交流和情感凝聚；祖孙三代围赏短剧分享感悟，消弭代沟、传承文化价值观。在社区层面，网络微短剧可以作为社交媒介，激发邻里讨论热情；若组织线下观影活动，可增强社区归属感与凝聚力；在线上社群中，中老年观众可以围绕短剧交流心得、创作衍生内容、组建兴趣小组，拓展社交圈、满足群体认同需求，实现从个体观影到群体社交互动的跨越。以上各种场景均彰显了网络微短剧的社交黏合与文化社群孵化功能。

网络微短剧凭借真实可感的生活题材与丰满立体的人物塑造，触发了中老年观众强烈的情感共鸣。剧中人物的困境突破、梦想实现、情感收获，均映照出观众自身的生命轨迹与心灵渴望，助其在虚构叙事中寻得情感慰藉、确认自我价值、强化身份认同。在一定程度上，网络微短剧快感机制中“爽”与“不爽”的交织循环开辟了现代人思考自身问题的新空间，然而，有研究者发人深省地指出：“这亦引致资本力量的介入，将快感变成遮蔽金钱的外衣，使微短剧沦为商品逻辑支配的对象，加速了消费者社会的结构变迁，阻碍了微短剧行业的健康良性发展。”^①

（二）使用习惯与口碑传播：接受行为与影响因素

中老年观众在短视频平台多元生态中呈现独特的偏好。平台界面的设计简洁性、操作便利性、内容推荐精准度影响着他们的平台选择。红果、抖音、快手等软件简洁交互的界面，特别能够吸引追求便捷浏览与热衷互动交流的中老年群体。在功能应用方面，搜索导航助力精准定位喜爱的短剧，收藏分享强化优质内容的传播，评论弹幕深化用户的互动参与。这一群体的观看时段呈分散化、碎片化特征，午休、晚餐后、睡前为高频时段，时长以10~30分钟居多，契合其休闲节奏与注意力规律。平台据此优化功能布局、推送策

^① 黄美笛：《微短剧的“爽”与“不爽”：原质快感理论下的悖反机制与竞速陷阱》，《南京社会科学》2024年第9期，第135页。

略与运营节奏，提升用户体验与内容触达效果。

中老年群体文化消费动机呈现多元共生格局，其中情感满足需求尤为重
要。他们借网络微短剧情感叙事实现情感的宣泄、补偿、升华，缓解孤独感、
强化归属感、激发积极情感，对亲情、友情、代际关系等情感主题极易产生
深度共鸣。有研究者指出：“受众的传播意愿受到信息来源特征、传播内容特
征、受众特征、群体规范和意见领袖的综合影响。”^① 传播内容特征可进一步
划分为有用性、生动性、趣味性、互动性等维度。口碑传播在中老年网络微
短剧传播扩散中发挥关键作用，强关系网络中的人际推荐与评价是观众内容
发现的主渠道。家庭成员、朋友、邻居的口碑分享基于信任背书，催生高转
化率与黏性观看行为。意见领袖也在网络微短剧的传播生态中崛起，推动优
秀作品“破圈”传播，这有利于优化行业创作标准，构建健康活跃的网络微
短剧文化生态。

（三）“预设意义”的叙事资源：平台化生产与年龄叙事的类型固化

本部分的论述结合了对网络微短剧从业者的半结构式访谈资料（2024 年
11 月至 2025 年 3 月）。受访者涵盖网络微短剧的创作者、平台运营者、演艺
管理人员以及具有稳定观看习惯的观众，均以匿名方式呈现，并以“S+ 编
号 + 访谈时间 + 职业信息”标注。

如果说数字叙事结构为年龄可见性的提升提供了形式上的条件，那么
从访谈资料中则可以发现，平台化生产机制进一步决定了年龄叙事得以持续
存在的具体方式。在网络微短剧的生产体系中，内容并不是一次性创作的成
果，它总是处于持续测试、反馈与复制的循环中。平台通过数据指标不断筛
选“有效叙事”，并将其转化为可被快速复制的内容模板。在这一机制下，年
龄叙事逐渐从偶发尝试转变为稳定类型。访谈显示，当某类中老年角色在平
台上获得较高点击率或较多互动反馈后，类似设定便会被反复调用，成为内
容生产的安全选项。这样一来，年龄不仅是创作灵感的来源，而且是被纳入
可预测、可控制的生产逻辑中的关键要素。正如网络微短剧创作者小 A 所言：
“我们写剧本其实是在跟数据对话，哪一类角色跑得快，后面就会一直写下
去，很少有人敢完全另起一套。”（S1，2025 年 3 月 1 日，网络微短剧创作者

^① 万木春、崔瑶、朱磊：《从传播意愿到传播行为：中国科技品牌在东盟民众中的口
碑传播形成机制与路径》，《中国软科学》2022 年 S1 期，第 255 页。

小A)

当平台宣称赋能中老年表达时，重庆退休女工李姐的遭遇揭开了真相。她拍摄的车间退休生活视频，因为“没有冲突情节”被限流；而模仿爆款模板的“婆媳吵架”短剧却获得首页推荐。“都说这是用户选择，可我身边哪有那么多婆媳矛盾？”（S2，2024年11月28日，网络微短剧创作者李姐）这种“虚假自由”在付费机制中尤为明显。

平台化生产对效率的过度关注加速了这一类型化过程。网络微短剧的拍摄周期极短，内容更新频率高，制作团队往往缺乏对角色进行长期塑造的空间。在此条件下，采用已有成功经验进行叙事复制，成为降低风险的理性选择。因此，年龄叙事被压缩为几个识别度很高的模板，其内涵在反复使用中趋于单一。更为重要的是，平台机制不仅筛选内容，而且重塑创作者的叙事想象。创作者在长期的数据反馈中，逐渐形成了对“什么样的年龄故事是有效的”的认知预期。这种预期反过来会影响创作决策，使新的叙事实验难以展开。一位平台运营者指出：“只要某一版‘中年逆袭’或者‘霸总父母’的数据好，接下来几个月都会出现很多相似版本，平台也会优先给推荐位。”（S3，2025年2月2日，网络微短剧平台运营者水水）

此外，中老年角色多以高度功能化的方式出现，其叙事任务集中于推动冲突、完成情绪转折，较少呈现复杂的生活经验。有创作者指出：“我们根本没有时间慢慢铺垫人物，中老年角色一出来，观众就要立刻知道他是‘好爸爸’还是‘恶婆婆’。”（S4，2024年12月21日，网络微短剧创作者独独）在此条件下，沿用既有成功经验进行叙事复制亦成为安全可靠的首选方案。于是，中老年角色的呈现被锁定在有限的叙事框架内，难以突破既有模式。在演员使用层面，平台化生产进一步强化了年龄的符号化倾向。由于拍摄强度的约束与风险控制的需要，制作方更倾向于使用能够稳定完成拍摄任务的演员，而非生理年龄意义上的中老年人。通过化妆、造型与表演技巧“扮老”，成为解决年龄叙事需求的常见做法。这进一步表明，平台需要的并非真实的年龄和经验，而是符合叙事预期的年龄形象。“我们要的是‘看起来像’，而不是‘真的老’，只要观众一眼能识别，真实年龄并不重要。”（S5，2024年12月4日，网络微短剧创作者杨杨）由此，年龄叙事在平台化生产中完成了从文化表达向生产要素的转变。年龄被拆解为可调用的符号资源，其文化意义在复制中逐渐脱离具体主体，转而服务于叙事效率与商业逻辑。这种类型固化并非个别创作者的选择，而是平台结构

性约束的结果。

综上所述，平台化生产既塑造了网络微短剧的内容形态，也深刻影响了年龄叙事的文化走向。通过类型化与复制机制，平台将年龄限定在有限的意义区间内，使其成为一种高度稳定、缺乏弹性的叙事资源。这一过程揭示了数字时代文化建构的双重性：一方面提升了年龄的可见性，另一方面限制了相关表达的可能性。

五、结论

本文以中老年网络微短剧为研究对象，运用内容分析与深度访谈方法，考察了在数字平台语境下年龄叙事的呈现方式及其文化建构机制。研究发现，网络微短剧的主要功能并不是打破中老年群体在传统影视作品中的边缘化结构，而是在平台化生产与数字叙事逻辑的共同作用下，重构年龄的可见性及其文化位置。从生产机制层面看，平台化生产在年龄叙事的形成过程中发挥了关键作用。平台通过数据反馈不断筛选高效内容，并将其固化为可复制的创作模式。年龄不仅是文化表达的对象，而且是内容生产中可调配的叙事资源。在这一过程中，创作者的叙事想象受到平台逻辑的深刻影响，新的年龄表达方式难以突破既有类型框架。需要指出的是，本文仍存在若干不足之处。其一，研究采用的深度访谈样本规模有限且基于非概率抽样方法，研究结论不具备统计意义上的外推性。其二，本文主要聚焦于文本与生产机制层面，未能系统考察观众对中老年叙事的长期接受与解读过程。

总体而言，本文通过对中老年网络微短剧的分析，揭示了数字时代的年龄叙事在可见性提升与意义规训之间的张力结构。网络微短剧并不是简单地让中老年人走向中心，而是在平台化生产逻辑中重塑了年龄的表达方式。理解这一过程，既有助于深化对数字文化建构机制的认识，也为反思平台时代的代际叙事与文化多样性提供了新的理论视角。

（责任编辑：延 缘）