

短视频使用对老年人主观幸福感的影响研究

——以烟台市 A 社区为例

侯权宸 杨子煜 刘笑男 戴蓬淇

中国农业大学

DOI:10.12238/ej.v7i4.1475

[摘要] 当前社会老龄化与数字化深度交叠,短视频能够缓解老年人当下孤独空虚的心理状态,但其对老年人主观幸福感的影响机制仍不明确。本研究综合运用文献法、问卷法和访谈法,调研了烟台市A社区的老年居民,深入了解该社区老年人短视频平台使用特征,进而,对老年人主观幸福感与短视频平台使用关系进行分析。得出如下结论:一是烟台市A社区的老年群体在使用短视频的过程中呈现出自主性强、使用适度和享乐倾向明显的特征;二是短视频通过领悟社会支持机制影响调研群体的主观幸福感,主要体现在技术支持和信息支持两个维度;三是短视频对老年人主观幸福感的影响体现在老年人切实感受到了数字生活带来的幸福。针对老年人使用短视频存在的上瘾问题,短视频平台应该更好地关照老年人的使用诉求;最后,笔者对短视频在社区治理中的作用进行整理和展望。

[关键词] 短视频; 领悟社会支持; 主观幸福感

中图分类号: TN941.2 **文献标识码:** A

A Study on the Impact of Short Video Usage on the Subjective Happiness of Elderly People

——Taking A Community in Yantai City as an Example

Quanchen Hou Ziyu Yang Xiaonan Liu Pengqi Dai

China Agriculture University

[Abstract] In the context of an increasingly aging population interwoven with the digital revolution, short videos have emerged as a medium that can alleviate feelings of loneliness and emptiness among the elderly. However, the mechanisms by which they affect older adults' subjective well-being remain unclear. This study aims to explore the effects of short video usage on the subjective well-being of the elderly, contributing insights into the psychological state of seniors in the digital era and fostering the promotion of active aging. Utilizing a combination of literature review, surveys, and interviews, this research investigates the characteristics of short video platform usage among the elderly residents of Community A in Yantai City. The analysis reveals three main findings: Firstly, the elderly group in Community A exhibits strong autonomy, moderate use, and a clear propensity for enjoyment while engaging with short videos. Secondly, short videos primarily impact subjective well-being through the perception of social support, especially in the dimensions of technical and informational assistance. Thirdly, the influence of short videos on older adults' subjective well-being reflects their tangible experience of happiness derived from a digital life. Based on these findings, discussions are made regarding the addictive potential associated with seniors' use of short videos, urging platforms to better address the needs of older users. In addition, tackling the issue of misinformation on short video platforms requires collaborative efforts from the government, platforms, families, communities, content creators, and influencers of mainstream values to cultivate a healthy short video environment. Such an environment can significantly enhance community governance and contribute to positive aging.

[Keywords] Short videos; navigating social support; subjective well-being

引言

当前我国老龄化进程显著加快,即将步入中度人口老龄化社会。根据我国第七次人口普查数据显示,截至2021年末,老年人口规模已达2.67亿。跨越老年数字鸿沟是实现积极老龄化的重要途径^[1]。2020年-2022年以来银发群体各类APP的渗透率保持在较高水平,且持续有所增长。据第52次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年6月,网民中60岁(包括)以上者在我国全体网民中占比上升至13%,互联网实现了对中老年群体的新一轮渗透。

对老年人而言,在短视频接触方面,老年人主要动机是娱乐与获取信息。在短视频使用方面,他们将此看作是一种补偿性娱乐方式,倾向于一键式操作。但在获得娱乐的同时,也导致了家庭共享空间的衰落,并且老年人往往缺乏在数字空间学习能力,在没有子女数字反哺的情况下,很难融入数字生活。

根据QuestMobile发布的2022年《中国银发人群洞察报告》显示,老年用户(≥60岁)总数增速排在第一位。短视频APP不仅易操作,还具有极强娱乐性,迅速赢得了老年人的追捧,已蜕变成该群体触网的核心渠道之一,同时面临的问题也十分显著。一方面,中国网民规模达10亿之多,互联网并未实现对老年人这一群体的充分渗透,提示该群体在使用互联网的实操尚面临诸多障碍。另一方面,互联网的触碰门槛很低,具有高度开放性,而老年人中相当一部分存在视听障碍的困扰,且在理解和参与等方面有颇多劣势,导致数字鸿沟进一步扩大。不难预见,在老龄化加剧、数字鸿沟进一步扩大、“触网”风险有增无减、老年人无法跟上科技发展脚步等一系列问题影响下,通过适宜方式强化老年人的媒介素养,促进老年人利用短视频平台等数字工具实现深度社会参与面临着巨大挑战^[2]。

因此研究短视频使用对老年人主观幸福感的影响可以为调查老年群体的主观幸福感与短视频平台使用现状,明确领悟社会支持在上述两者之间发挥的中介作用,有助于进一步探索短视频平台对老年群体主观幸福感的影响。

1 研究设计

本文以老年群体为对象,围绕短视频会给其主观幸福感带来何种影响的问题展开分析和探讨。本文主要以领悟社会支持为理论基础,将短视频平台使用作为自变量,将主观幸福感作为因变量,采用问卷法和访谈法开展调研和分析。同时揭示领悟社会支持在上述二者中间扮演何种中介作用。

1.1 研究假设

基于研究目的和既有相关研究成果和专题问卷调研的梳理总结,提出以下三条假设:

假设1:“短视频平台使用对老年人的主观幸福感水平具有正向影响”。

互联网使用对主观幸福感影响的相关研究表明,互联网对人的主观幸福感的影响主要集中在“使用动机”及“使用强度”两方面。重在通过“媒介功能”和“媒介平台”两个维度了解、评价目标用户现阶段的互联网使用情况,既了解了使用偏好,又

明晰了使用程度。

在“使用动机”方面。鲜有研究者以老年群体为具体对象,分析其互联网使用、主观幸福感的内在关系。问卷结果表明:记录日常、网络社交、获取信息是老年人使用抖音的主要目的。以社交互动为代表的多项需求均会给人的主观幸福感带来颇为明显的影响。鉴于此,确定了反映老年人短视频使用的相关维度:维度一、自我呈现;维度二、信息获取;维度三、娱乐消遣;维度四、社会交往。

在“使用强度”方面。一些学者指出,使用强度会给人的主观幸福感带来一定的积极影响;另一些学者则指出,随着使用强度的进一步增强,人的幸福感水平会进一步走低。本文提出假设,针对此问题进行实证研究。

假设2:“领悟社会支持对老年人的主观幸福感水平具有正向影响”。

有学者在其研究中肯定了领悟社会支持的价值,即能对个体行为产生一定的预测作用,不仅如此和个体心理健康之间也存在相当强的内在关系。值得一提的是,随着领悟社会支持水平的不断提高,能帮助个体获得更为理想的心态;另外,领悟社会支持水平能够缓解个体压力和抗挫折能力,增强个体自尊和突发事件应对能力。相关文献表明,老年群体的领悟社会支持水平和个体的积极体验呈现正相关,从而减少孤独感。

假设3:“领悟社会支持在老年群体的短视频平台使用与主观幸福感之间具有中介作用”。

相关文献显示,互联网使用在老年人领悟社会支持中发挥重要作用。以抖音的使用为例,子女的帮助对老年人短视频使用产生重要影响,提示老年人这一群体能够取得一定水平的代际技术支持;短视频平台拥有相当出色的社交功能,可进一步拓展老年人的社交圈,助力其打造更趋和谐的人际关系,以此取得所需的情感支持;通过短视频获取信息,改善心理状态,提高认知能力,获得信息支持。老年人通过使用短视频,可以取得一定力度的社会支持,在强化其自我认同感的基础上,深化个人和整个社会的联结,助力其取得更为积极的生活及情感体验。

因此,通过对短视频平台的使用能在一定程度上拔高个人对社会支持水平的领悟,进而可能帮助老年人这一群体产生更为强烈的主观幸福感。

1.2 概念界定

老年人:我国将60岁设置成区分界限,凡是大于等于60岁的,均将之视作老年人。本文在烟台市A社区中筛选若干老年人(≥60岁)作为研究对象。

城市社区:《民政部关于在全国推进城市社区建设的意见》指出“在我国,城市社区的区域一般是指在社区体制改革后进行规模调整的社区居民委员会管辖区域”。本文研究的城市社区是一种互动关系所处的固定的城市地域空间,以文化、秩序、感情等因素作为衔接的纽带。

短视频:在各类新媒体平台上按相关规定和路径投放数分钟甚至数秒钟的视频,此类视频即所谓的短视频,为平台用户的

表 (1)

测量项	号		小 值	大 值	均值	标准差	平均值	标准差
使用 动机	自我呈现	在短视频平台上发布自己拍摄的短视频			3.25	1.374	2.992	1.2566
	1							
		在短视频平台上发布分享生活的短视频			2.74	1.315		
	2							
	信息获取	在短视频平台上了解时事、获取信息			4.26	0.854	4.18	0.7694
	3							
		在短视频平台上学习新事物、新技能			4.10	0.889		
	4							
	娱乐消遣	通过浏览短视频消遣娱乐			4.28	0.859	4.28	0.859
	5							
	社会交往	点赞或评论好友的短视频平台短视频			3.75	1.011	3.779	0.9288
	6							
		点赞或评论陌生人发布的短视频			3.80	1.062		
	7							

随时观看提供了极大便利。此类视频大多短小精悍,支持单独成片,也支持系列展示。本研究中的“短视频”以老年群体使用较多的抖音、西瓜视频、今日头条、快手为主。

领悟社会支持:个体主观上内心感受到的实际社会支持,是个体能够感知到的范畴,与真实的客观社会支持相对,反映的是个体真实的内心感受,领悟社会支持与实际社会支持二者共同构成了社会支持的内容。本文将领悟社会支持作为中介变量,从信息支持、情感支持、友伴支持、技术支持四个角度,分析老年人短视频使用对其主观幸福感的影响。

主观幸福感:主观幸福感具有主观性,整体性和相对稳定性这三个特点。本文将主观幸福感划分为积极情绪、生活满意度和总体幸福感三个维度,并且在调研问卷中分别设置不同题目进行考量。

1.3 研究现状和研究路线

针对上述问题,结合统计学研究方法,提出了本文的研究思路,如下图(1)所示:

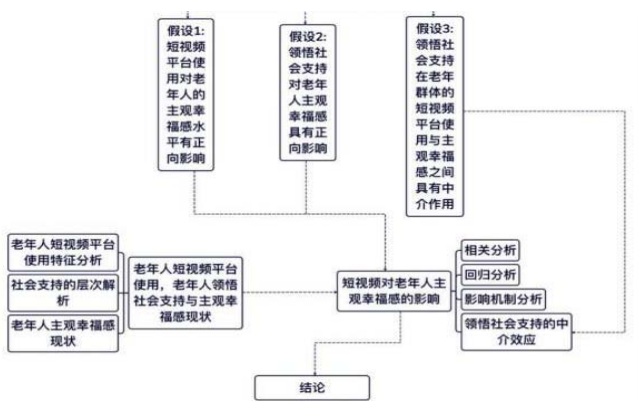


图 (1)

为更好地了解短视频平台对老年人主观幸福感的影响,我们选取了烟台市A城市社区进行实地调研,并对居民进行了问卷调查。此次访问居民共61人,调查样本涵盖了61名居民总体,基本反映了61名居民总体情况。

在变量测量方面,本文借鉴公认成熟的量表,联系老年人这一群体现实生活中使用短视频平台的具体情况,确定了研究所需的测试维度并设计了具体问项。关于短视频平台使用情况的测量包括“使用动机”和“使用强度”两个维度^[34];关于主观幸福感的测量将社交媒体使用对其主观幸福感的影响分为“积极情绪”、“生活满意度”和“总体幸福感”三个维度^[5];对老年人通过使用短视频平台感受、体验到的社会支持水平予以专门测量,基于现有研究成果^{[6][7][8]},将其分为“信息支持”“情感支持”“友伴支持”、“技术支持”四个维度。并在测量方法上采用了李克特五级量表,在1(非常不同意)到5(非常同意)之间进行打分。

信度检验。由表1可知,全体变量的Cronbach's Alpha值全部落在了0.852~0.861这一区间。短视频平台使用、领悟社会支持、主观幸福感各自对应的信度系数分别是0.861、0.852、0.855。各变量表的信度系数皆超过0.7,表明问卷具有良好的信度。

数据效度。对短视频平台使用情况、领悟社会支持、主观幸福感实施了专门的效度检验,发现KM0为0.754,大于0.7,说明题项变量之间是存在相关性,符合因子分析要求,另外,还执行了Bartlett球形检验操作,P值是0.000***,即原假设不成立,各变量彼此之间存在一定的相关性,换言之,因子分析、判定为有效。

本研究使用SPSS25.0专业统计学软件对问卷数据进行描述性统计分析处理,对不同变量进行相关性分析和回归分析,阐释了中介效应的检验情况。

表 (2)

测量项	题号	题项	N	最小 值	最大 值	平均值	标准差
使用强度	B1	看移动短视频的时间超出预想中的时间	61	2	5	4.15	0.997

表 (3)

维度	平均值	标准差	t	自由度	显著性 (双尾)	平均值 差值	差值 95%置信区间	
							下限	上限
信息支持	4.04	0.818	38.583	60	0.000	4.04100	3.8310	4.2500
情感支持	3.48	0.827	32.886	60	0.000	3.48087	3.2691	3.6926
友伴支持	3.75	0.902	32.508	60	0.000	3.75410	3.5230	3.9850
技术支持	3.57	1.166	23.937	60	0.000	3.57377	3.2751	3.8724

表 (4)

	平均值	标准差	t	自由度	显著性 (双尾)	平均值差值	差值 95% 置信区间	
							下限	上限
积极情绪	4.00	0.835	37.463	60	0.000	4.0041	3.7903	4.2179
生活满意度	3.96	0.806	38.400	60	0.000	3.9639	3.7570	4.1700
总体幸福感	4.38	0.687	49.753	60	0.000	4.3770	4.2000	4.5500

2 老年人短视频平台使用特征

2.1 娱乐化使用趋势

由表1看出,在短视频平台上,用户使用动机主要包括自我呈现、信息获取、娱乐消遣和社会交往。其中,娱乐消遣的动机得分最高,平均值为4.28,标准差为0.859;其次是信息获取动机,平均值为4.18,标准差为0.7694;社会交往的动机得分相对较低,平均值为3.779,标准差为0.9288;而自我呈现动机的得分最低,平均值为2.992,标准差为1.2566。

进一步地,在自我呈现动机中,发布自己拍摄的短视频的得分较高,平均值为3.25,标准差为1.374,而发布分享生活的短视频的得分相对较低,平均值为2.74,标准差为1.315。在信息获取动机中了解时事、获取信息的得分最高,平均值为4.26,标准差为0.854,而学习新事物、新技能的得分相对较低,平均值为4.10,标准差为0.889。在社会交往动机中,点赞或评论好友的短视频平台短视频的得分和点赞或评论陌生人发布的短视频的得分都比较接近,分别为3.75和3.80,标准差分别为1.011和1.062。

总之,使用短视频平台的最大动机表现在两大方面,一个是娱乐消遣,另一个是信息获取,而无论是社会交往还是自我呈现,其对应的动机得分均处于相对偏低的水平。这一结果反映出,用户更倾向于使用短视频平台来获取有趣的内容和了解时事信

息,而不是将其作为个人形象展示或是社交交流的主要渠道。针对这些结果,平台运营者可以根据用户需求,提供更加吸引人的趣味性内容和更加丰富的信息资源,以满足用户的需求。

2.2 使用频率与控制力特征

在用户聚焦短视频使用强度这一点而实施的自我评估中,分析发现观看时间超预期($M=4.15$, $SD=0.997$)得分均值明显高于中值3,这显示了受访者在观看短视频时,他们经常会花费比预期更长的时间。这一数据结果表明,用户可能在浏览和观看短视频的过程中控制时间的能力较弱,容易沉迷其中,因此需要提高自我调节和管理时间的能力。

2.3 领悟社会支持各层次现状

对老年人经由短视频平台感受、体验到的社会支持水平予以了严谨的单样本t检验。结果观察到,老年群体对于信息支持维度的感知较为明显,其平均值为4.04,标准差为0.818, t值为38.583,自由度为60,显著性双尾检验结果为0.000,95%置信区间为3.8310到4.2500。

然而,老年群体对于领悟到的技术支持、情感支持及友伴支持的感知较低。对于技术支持维度,平均值为3.57,标准差为1.166, t值为23.937,自由度为60,显著性双尾检验结果为0.000,95%置信区间为3.2751到3.8724。对于情感支持维度,平

表 (5)

主观幸福感		平均值	标准差
整体		4. 02	0. 736
积极情绪	我感觉自己的心情变好了	4. 08	0. 971
	我有更多的谈资，更愿意参与交流了	4. 07	1. 031
	我和亲人朋友互动多了，关系更融洽	3. 92	0. 988
	社交活动变多了，社交圈变大了	3. 95	1. 040
生活满意度	我发现了新的兴趣爱好	4. 03	0. 999
	我的休闲娱乐活动变多了	4. 23	0. 902
	我发现了很多健康美食的做法	3. 79	0. 915
	我发现了很多想去旅游的地方	3. 75	0. 994
	我发现了很多养生方法	4. 02	0. 940
总体幸福感	我觉得自己现在的生活是幸福的。	4. 38	0. 687

表 (6)

	自我呈现	信息获取	娱乐消遣	社会交往	使用强度	信息支持	情感支持	友伴支持	技术支持	积极情绪	生活满意度	总体幸福感
自我呈现	1(0.000***)											
信息获取	0.368(0.004***)	1(0.000***)										
娱乐消遣	0.126(0.334)	0.503(0.000***)	1(0.000***)									
社会交往	0.373(0.003***)	0.453(0.000***)	0.496(0.000***)	1(0.000***)								
使用强度	0.081(0.536)	0.497(0.000***)	0.515(0.000***)	0.576(0.000***)	1(0.000***)							
信息支持	0.276(0.031**)	0.471(0.000***)	0.505(0.000***)	0.533(0.000***)	0.524(0.000***)	1(0.000***)						
情感支持	0.592(0.000***)	0.285(0.026**)	0.379(0.003***)	0.542(0.000***)	0.33(0.009***)	0.558(0.000***)	1(0.000***)					
友伴支持	0.436(0.000***)	0.527(0.000***)	0.466(0.000***)	0.645(0.000***)	0.532(0.000***)	0.432(0.001***)	0.582(0.000***)	1(0.000***)				
技术支持	0.422(0.001***)	0.301(0.019**)	0.354(0.005***)	0.34(0.007***)	0.241(0.061*)	0.604(0.000***)	0.568(0.000***)	0.295(0.021**)	1(0.000***)			
积极情绪	0.258(0.045**)	0.573(0.000***)	0.678(0.000***)	0.619(0.000***)	0.55(0.000***)	0.643(0.000***)	0.468(0.000***)	0.613(0.000***)	0.548(0.000***)	1(0.000***)		
生活满意度	0.297(0.020**)	0.441(0.000***)	0.674(0.000***)	0.67(0.000***)	0.525(0.000***)	0.71(0.000***)	0.527(0.000***)	0.49(0.000***)	0.666(0.000***)	0.824(0.000***)	1(0.000***)	
I1（总体幸福感）	0.341(0.007***)	0.626(0.000***)	0.44(0.000***)	0.394(0.002***)	0.453(0.000***)	0.283(0.027**)	0.37(0.003***)	0.327(0.010**)	0.336(0.006***)	0.433(0.000***)	0.392(0.002***)	1(0.000***)

注：***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平

均值为3.48,标准差为0.827,t值为32.886,自由度为60,显著性双尾检验结果为0.000,95%置信区间为3.2691到3.6926。对于友伴支持维度,平均值为3.75,标准差为0.902,t值为32.508,自由度为60,显著性双尾检验结果为0.000,95%置信区间为3.5230到3.9850。

综上所述,老年人在使用短视频平台的实际操作中,其收获的信息支持感尤为强烈,而对于技术、情感、友伴这三大类支持的感知,则保持在相对偏低的状态。这些结果可以帮助平台运营者和相关机构更好地了解用户需求,优化平台内容和功能,提供更全面的社会支持服务。

表 (7)

线性回归分析结果 n=61									
	非标准化系数		标准化系数	t	P	VIF	R ²	调整 R ²	F
	B	标准误	Beta						
常数	0.667	0.265	—	2.518	0.015**	—	0.809	0.775	F=23.998 P=0.000***
自我呈现	-0.01	0.046	-0.02	-0.225	0.823	2.067			
信息获取	0.19	0.074	0.224	2.575	0.013**	2.012			
娱乐消遣	0.23	0.063	0.302	3.672	0.001***	1.806			
社会交往	0.169	0.065	0.239	2.595	0.012**	2.271			
使用强度	0.073	0.058	0.111	1.259	0.214	2.083			
信息支持	0.015	0.077	0.018	0.19	0.850	2.457			
情感支持	0.011	0.081	0.014	0.133	0.894	2.816			
伙伴支持	-0.001	0.07	-0.002	-0.018	0.986	2.448			
技术支持	0.186	0.048	0.332	3.886	0.000***	1.947			
因变量：主观幸福感									
注：***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平									

表 (8)

项	总效应	a	a(p 值)	b	b(p 值)	a*b 中介效应值	a*b (Boot SE)	a*b (z 值)	a*b (P 值)	a*b (95%Boot CI)	c' 直接效应	检验结论
短视频平台使用情况 =>信息支持 =>主观幸福感	0.68	0.645	0.000***	0.198	0.021**	0.128	0.074	1.723	0.090*	0.008 - 0.306	0.408	完全中介
短视频平台使用情况 =>情感支持 =>主观幸福感	0.68	0.747	0.000***	-0.107	0.235	-0.08	0.069	-1.161	0.251	-0.211 - 0.056	0.408	中介作用不显著
短视频平台使用情况 =>伙伴支持 =>主观幸福感	0.68	0.877	0.000***	0.109	0.176	0.096	0.071	1.35	0.182	-0.031 - 0.25	0.408	中介作用不显著
短视频平台使用情况 =>技术支持 =>主观幸福感	0.68	0.795	0.000***	0.162	0.007***	0.129	0.059	2.193	0.033**	0.027 - 0.258	0.408	完全中介

表 (9)

研究假设	验证结果
假设 1：短视频平台使用对老年人的主观幸福感水平具有正向影响	部分成立
假设 2：领悟社会支持对老年人的主观幸福感水平具有正向影响	部分成立
假设 3：领悟社会支持在老年群体的短视频平台使用与主观幸福感之间具有中介作用	部分成立

2.4 老年人主观幸福感现状

根据数据分析结果显示,老年人经由短视频平台产生一定积极情绪所对应的平均得分是3.40,对应的标准差大小是0.995。该得分在大小上稍稍不及生活满意度所对应的平均得分($M=3.51$, $SD=0.914$),另外,也小于总体幸福感所对应的平均得分($M=3.89$, $SD=1.014$)。

结果表明,老年人通过使用短视频平台获得的积极情绪得分较为稳定,略低于他们对自身生活满意度和总体幸福感的评价。这意味着他们在使用短视频平台时能够获得一定程度的快乐和满足,但并不完全能够满足他们对生活的整体期望。从这个结果来看,老年人对于自身的生活幸福感体验较为积极,并且对使用短视频后感知到的情绪与生活变化也较为满意。

在整体主观幸福感上,平均值为4.02,标准差为0.736,表明总体上老年用户在使用短视频平台后,他们的主观幸福感相对较高,并集中在一个比较窄的区间内。

积极情绪分组得分显示,基于短视频平台使用后产生的积极情绪在不同维度上有些许的差异。“心情变好了”和“更愿意交流”的平均得分略高,而“与亲友互动增多”虽然排在最前但标准差也较高,说明虽然社交活跃度提升了,但参与者之间的体验差异性较大。“社交圈变大”的平均得分略低,可能因为实际扩大社交圈的难度较大或受到了其他因素的影响。

生活满意度各组别中,“休闲娱乐活动增多”的平均得分最高,说明老年人通过使用短视频平台获得了更多的休闲娱乐方式,从而增加了生活满意度。“健康美食做法发现”和“旅游地发现”的得分较低,反映出老年人在饮食能力或旅游机会上的限制较大。

总体幸福感得分为4.38,标准差为0.687,这个得分是所有指标中最高的,表明在使用短视频平台方面,老年人的幸福感普遍较强,且整体分布相对集中。

综上所述,老年用户在使用短视频平台后,其积极情绪和生活满意度都有所提升。特别是在社交互动增多、心情变好以及休闲娱乐活动增多这些方面,老年用户体验到了明显的积极变化。在生活满意度方面,老年人对于发现新的娱乐生活体验的满意度最高,这可能与短视频平台作为一种新型媒介,为传统缺乏娱乐方式的老年生活带来了刷新和多样化的体验。积极情绪中,社交层面的改善尤为明显,表明短视频平台作为一种社交工具,在增进老年人与家人朋友的联系、扩大社交圈等方面发挥了积极作用。

3 短视频对老年人主观幸福感的影响分析

3.1 老年人主观幸福感与短视频平台使用关系的相关分析

为使研究问题的回答获得更为有力的支持,本文先引入皮尔逊(Pearson)系数并以之为工具对三大变量所包含的各维度的彼此相关性展开剖析,详情如表(6)所示:

这个表格显示了各种变量之间的相关系数、显著性P值。这些变量包括:自我呈现、信息获取、娱乐消遣、社会交往、使用强度、信息支持、情感支持、友伴支持、技术支持、积极情绪、生活满意度、总体幸福感和主观幸福感整体。我们对变量间的显著性关系进行了检验,了解P值显著性如何($P<0.05$),如

果是显著的,此时意味着两变量保持着某种相关性,如果是不显著的,则没有所谓的相关性;另外,还以相关系数为对象围绕其相关性水平展开了分析。从数据可以看出,多数研究变量各维度之间呈两两正相关关系。例如,信息获取和娱乐消遣之间的相关系数为.503,表示在0.01的显著性水平下,它们之间有显著的正相关性。同理,自我呈现和情感支持之间的相关系数为0.592**,这个高度显著的正相关,说明当个体更多地进行自我呈现时,他们也可能得到更多的情感支持。

总的来说,使用短视频平台对于受访老年人来说,带来的是一种积极、愉悦的情绪体验和更多的娱乐和放松方式,这也有助于提升老年人的主观幸福感。

3.2 老年人主观幸福感与短视频平台使用关系的回归分析

为了了解实际影响情况,在获得以上结果的前提下,结合提出的假设对相关变量实施了专门的回归分析,期间引入了线性回归法并以其为主要方法,分析了短视频平台使用、领悟社会支持这二者究竟会给老年人主观幸福感带来何种影响。

通过分析F值,我们可以得知两个变量之间是否存在线性关系;通过分析 R^2 值,可以得知模型拟合情况;同时通过对VIF值进行分析,可以看出模型是否呈现共线性。首先可以看出,整体模型的F值为23.998,且对应的P值为0.000***,表明整个回归模型是统计上显著的,具有一定的统计学意义。且在变量共线性方面,VIF均在10以内,所以目标模型不会受到多重共线性的影响,模型构建良好。此外 R^2 值为0.809,说明此模型能够解释主观幸福感81.9%的变异,调整 R^2 值为0.775,略低于 R^2 ,但依然表明模型拟合良好。在此基础上,我们详细讨论了这一回归分析所呈现的结果:短视频平台使用对老年人的主观幸福感水平具有一定程度上的正向影响。

根据结果,“信息获取”“娱乐消遣”和“社会交往”三个变量的P值分别为0.013**、0.001***、0.012**,这意味着这三个与短视频平台使用相关的变量都显示出了正向的且统计上显著的影响。因此我们可以得出结论,短视频平台使用会在一定程度上提高老年人这一群体的主观幸福感,这部分支持了假设1的有效性。

在领悟社会支持中,仅“技术支持”带来了显著正向影响,而其他三个因素并没有显著影响,从结果来看,仅有“技术支持”的P值为0.000***,这种情况提示这一因子给老年人这一群体的主观幸福感不仅带来了正向影响,还达到了显著水平,即假设2是成立的。而“信息支持”“情感支持”和“友伴支持”的P值均不低于0.05,这意味着这些因子对老年人的主观幸福感没有显著正向影响,这表明,并不是所有形式的领悟社会支持都会对主观幸福感产生影响。然而,由于至少有一个维度产生了正向影响,这部分支持了假设2;但是,由于其他维度未显示显著性,因而我们可能需要更加谨慎地解释这一假设的成立情况。

综上所述,对于短视频平台使用维度,“信息获取”“娱乐消遣”和“社会交往”对老年人主观幸福感有显著正向影响,而“自我呈现”和“使用强度”则没有。对于领悟社会支持维度,只有

“技术支持”对老年人的主观幸福感有显著正向影响。假设1被大部分数据较好地支持,而假设2则只在一定程度上得到支持(仅限于技术支持)。这些发现表明,在进行线性回归分析时,重要的是考虑每个单独的预测变量,并不是所有变量都会对因变量产生预期的效果。

3.3 领悟社会支持的中介效应检验

首先,从数据来看,对于信息支持、技术支持,中介效应分析中的a和b显著,且c'不显著,这意味着信息支持、技术支持完全中介了短视频平台使用情况和主观幸福感之间的关系。对于情感支持和友伴支持,中介效应a*b不显著(P值分别为0.251和0.182),说明这两个变量不具有显著的中介作用。

综上所述,技术支持与信息支持显示出完全中介作用,情感支持和友伴支持则没有显著的中介作用。因此,我们可以得出结论,领悟社会支持中的某些特定方面(如技术支持和信息支持)确实在老年群体使用短视频平台和主观幸福感之间起到了中介作用,假设3部分成立。

3.4 短视频平台对老年人主观幸福感的影响机制分析

梳理前面的结果,各假设对应的验证结果详见表(9):

首先,已知假设1得到了部分数据支持,可知短视频平台使用对老年人的主观幸福感存在部分的正向影响。这表明短视频平台作为一种新型的社交和信息传播媒介,能够提供给老年人获取信息、进行娱乐消遣和社会交往的机会,从而提升他们的主观幸福感。

其次,假设2也得到了部分支持,其中只有领悟社会支持中的“技术支持”因素显示出显著的正向影响,而其他如信息支持、情感支持和友伴支持并未显示显著性。这暗示着领悟社会支持的不同维度对于老年人的主观幸福感影响程度是不均等的,技术支持可能因为帮助老年人克服使用数字技术时面临的障碍而成为一个关键因素。

最后,假设3也被部分证实:领悟社会支持(尤其是技术支持和信息支持)在老年人使用短视频平台和其主观幸福感之间发挥中介作用。具体来说,这意味着短视频平台对老年人主观幸福感的正向影响在一定程度上是通过提供技术支持和信息支持来实现的,而情感支持和友伴支持并没有显著的中介作用。

总结来看,短视频平台的使用通过增强老年人的信息获取、娱乐消遣和社会交往功能,直接促进了他们的主观幸福感。同时,这一效应还受到领悟社会支持的加强,特别是在技术支持和信息支持方面。我们可以推测,提供适当的社会支持,尤其是针对老年人在使用技术方面的支持,可能是提升他们通过短视频平台获得主观幸福感的有效途径。这些发现对于设计和实施针对老年人的短视频平台使用策略以及相关支持服务具有借鉴意义。

4 结论

根据上述调查研究,短视频对老年人主观幸福感的影响主要可以概括为以下几个方面:

第一,所调研的老年群体在使用短视频平台和主观幸福感

中的主要特征是自主性强、使用适度和享乐倾向明显。所调研的老年人能够很好地平衡短视频使用和日常生活,发挥新媒体对其生活的正向影响。占调研群体大多数的老年人因身体机能,如老花眼、腰部和颈部疾病等原因被迫减少短视频平台的使用时间,换言之这也促进了其短视频适度使用。

第二,短视频平台能让老年人感受到一定的社会支持,进而通过该路径去提高这一群体的主观幸福感,如此影响又取决于社会支持机制下的两大维度,一个是技术支持,另一个是信息支持,情感支持和友伴支持并没有呈现显著性。虽然调研群体对短视频平台的接触和了解比较有限,但是可以证明的是短视频对其产生的影响是真实存在的。在技术支持维度,调研群体的子女对其使用短视频产生了良好的引导作用,减少了其在使用中的技术难题,有助于更好地融入新媒体时代。在信息支持维度,调研群体能够在短视频使用中获取对自己有用的信息,能够很好地应用于现实生活,从而提升调研群体主观幸福感。但是短视频平台的信息并非全都真实可信,加之老年人分辨能力有限,容易陷入虚假信息、信息茧房之中。

第三,老年人短视频平台的使用状况反映了老年人对数字生活的享受。对调研群体的问卷和访谈结果显示,调研群体切实感受到了数字生活带来的幸福。他们能够出于自身主观能动性自主自由地使用短视频,而且能够很好地控制自己使用短视频的强度和时长,平衡好虚拟生活和现实生活。同时在其中获取有价值的信息,对现实生活产生了有利指导,短视频为调研群体带来了积极的情感体验和生活满足感。虽然调研群体的短视频平台使用程度尚处在萌芽、浅显的状态,但是随着时间推移,他们对短视频的使用将会熟能生巧和游刃有余,短视频使用将对其主观幸福感产生更加深刻、持久的影响,成为其主观幸福感影响因素中不可或缺的一部分。

【参考文献】

- [1]陶逸.抖音平台使用对老年人主观幸福感影响研究[D].西南大学,2023.
- [2]单徐榕,汪大伟.基于服务设计的数字化老龄用户互助APP设计研究[J].设计,2023,36(15):140-143.
- [3]张振宇.城市老年人微信使用与主观幸福感的关系研究——以N市为例[J].西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(10):141-147.
- [4]邓香莲.社交媒体使用会提升老年人的主观幸福感吗?——一项基于积极老龄化背景的调查研究[J].图书情报知识,2021,38(5):77-94.
- [5]邹沧萍.提高对老年人生活质量的科学认识[J].人口研究,2002,(05):1-5.
- [6]明艳.老年人精神需求“差序格局”[J].南方人口,2000,(02):56-60+65.
- [7]梁晓燕,魏岚.大学生网络社会支持测评初探[J].心理科学,2008,(3):689-691.
- [8]肖军.老年人体育需求及社会支持体系研究[J].哈尔滨体育学院学报,2017,35(2):57-61,66.